

matrícula10

FICHA TÉCNICA

Modalidad	Online
Acción formativa	MARCA PERSONAL
Área profesional	Prevención de riesgos laborales
Profesor	Titulación universitaria. Mínimo 3 años de experiencia docente. Formación metodológica.
Evaluación	Evaluación continua a través de las autoevaluaciones de cada unidad. NO SIENDO OBLIGATORIAS LAS ACTIVIDADES
Objetivos	<p>Entender la importancia que la marca personal tiene en la actualidad, con especial atención al entorno profesional.</p> <p>Conocer las claves para identificar la marca personal y desarrollar la propuesta de valor.</p> <p>Diferenciar entre estrategia y táctica dentro de nuestro plan de acción de marca personal.</p> <p>Conocer herramientas para la creación y programación de contenidos.</p> <p>Conocer herramientas para el seguimiento y medición del impacto de nuestra actividad vinculada a nuestra marca personal.</p> <p>Conocer los canales y herramientas disponibles para trabajar en la gestión de la marca personal.</p> <p>Conocer las redes sociales más utilizadas, su funcionamiento así como los errores a evitar en cada una de ellas.</p> <p>Aprender las claves para realizar un networking efectivo.</p>
Índice	<p>UD1. La marca personal: conceptualización y contexto.</p> <p>1.1. ¿Qué es la marca personal?.</p> <p>1.2. Diferencias entre marca personal y personal branding.</p> <p>1.3. ¿Por qué es tan importante gestionar la marca personal?.</p> <p>1.4. La marca personal en el entorno profesional.</p> <p>1.4.1. Embajadores de marca.</p> <p>1.5. Marca personal y Huella digital.</p> <p>UD2. Como identificar y desarrollar la marca personal.</p> <p>2.1. Objetivos de la marca personal.</p> <p>2.2. Autoconocimiento.</p> <p>2.2.1. DAFO personal.</p> <p>2.3. Público objetivo.</p> <p>2.4. Propuesta de valor.</p> <p>2.4.1. Valores.</p> <p>2.4.2. Habilidades y competencias.</p> <p>2.4.3. Especialización.</p> <p>2.5. Plan de acción.</p>

UD3. Herramientas/canales online y offline de la marca personal.

3.1. Herramientas/canales para el desarrollo de la marca personal.

3.2. Redes sociales: tipos y objetivos.

3.2.1. Facebook.

3.2.1.1. Funcionalidades de Facebook.

3.2.1.2. Errores a evitar en Facebook.

3.2.2. LinkedIn.

3.2.2.1. Funcionalidades de LinkedIn.

3.2.2.2. Errores a evitar en LinkedIn.

3.2.3. Twitter.

3.2.3.1. Funcionalidades de Twitter.

3.2.3.2. Errores a evitar en Twitter.

3.2.4. Instagram.

3.2.4.1. Funcionalidades de Instagram.

3.2.4.2. Errores a evitar en Instagram.

3.3. Blog.

3.4. Networking.

3.5. Buenas prácticas en el uso de canales online y offline.

UD4. Creación de contenidos, programación y medición del impacto de la marca personal.

4.1. Herramientas de creación de contenidos.

4.1.1. Infogram.

4.1.2. Powtoon.

4.1.3. Knovio.

4.1.4. Canva.

4.1.5. Power Point.

4.1.6. Prezi.

4.2. Herramientas para la programación de contenidos.

4.2.1. Hootsuite.

4.2.2. Buffer.

4.3. Herramientas de medición del impacto.

4.3.1. Kred.

4.3.2. Metricool