

# Marca Personal

**Familia profesional:** Administración y Gestión

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 25 horas

## Objetivos:

- Entender la importancia que la marca personal tiene en la actualidad, con especial atención al entorno profesional.
- Conocer las claves para identificar la marca personal y desarrollar la propuesta de valor.
- Diferenciar entre estrategia y táctica dentro de nuestro plan de acción de marca personal.
- Conocer herramientas para la creación y programación de contenidos.
- Conocer herramientas para el seguimiento y medición del impacto de nuestra actividad vinculada a nuestra marca personal.
- Conocer los canales y herramientas disponibles para trabajar en la gestión de la marca personal.
- Conocer las redes sociales más utilizadas, su funcionamiento así como los errores a evitar en cada una de ellas.
- Aprender las claves para realizar un networking efectivo.

## Contenidos:

### **UD1. La marca personal: conceptualización y contexto.**

- 1.1. ¿Qué es la marca personal?.
- 1.2. Diferencias entre marca personal y personal branding.
- 1.3. ¿Por qué es tan importante gestionar la marca personal?.
- 1.4. La marca personal en el entorno profesional.
  - 1.4.1. Embajadores de marca.
- 1.5. Marca personal y Huella digital.

### **UD2. Como identificar y desarrollar la marca personal.**

- 2.1. Objetivos de la marca personal.
- 2.2. Autoconocimiento.
  - 2.2.1. DAFO personal.
- 2.3. Público objetivo.
- 2.4. Propuesta de valor.
  - 2.4.1. Valores.

2.4.2. Habilidades y competencias.

2.4.3. Especialización.

2.5. Plan de acción.

### **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.

---

## Información específica

**“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad”**

**Fecha de inicio y fecha de fin:** Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

**Metodología:** La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

**Requisitos de acceso:** Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

**Material necesario para el desarrollo de la formación:** El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

**Evaluación:** Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

**Medios de contacto:** Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico ([didactic@didacticformacion.com](mailto:didactic@didacticformacion.com))

**Acreditación de los docentes:** Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

**Precio del curso:** El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.

