

Curso de Marca personal

Duración: 25 horas

Metodología: On-line

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.

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 creacion 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.