



RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR  
ACTIVIDADES UNIVERSITARIAS

- CULTURALES  
 DEPORTIVAS  
 DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL  
 SOLIDARIAS Y DE COOPERACION

Renovación

No

SUBTIPO

Competencia de cultura emprendedora

CENTRO, SERVICIO U ÓRGANO PROPONENTE

Fundación General Universidad de Granada-Empresa

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD

Personal Branding para la mejora de las oportunidades profesionales. I Edición

WEB DE LA ACTIVIDAD (en su caso)

<https://fundacionugempresa.es>

ORGANIZA

Fundación General Universidad de Granada Empresa

DIRECTOR/A

(que certificará la asistencia y participación en la actividad)

- Juan Lara Rubio. Profesor del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada.

FECHA DE REALIZACIÓN

del 09-03-2015 al 12-03-2015

Nº DE HORAS

50

CREDITOS SOLICITADOS

2

CREDITOS CONCEDIDOS

1

JUSTIFICACION Y MEMORIA EXPLICATIVA (extensión máxima: 1.500 caracteres sin espacios)

Dentro de un contexto profesional tecnológico y globalizado, se hace indispensable la adaptación del perfil profesional a las necesidades del mercado, lo que se traduce en una especialización por parte del profesional, así como su distinción a través de la potenciación de la marca personal.

El desarrollo de la marca personal, es decir, de aquello que los demás opinarán de uno mismo, supone un valor añadido que responde los reclamos del mundo laboral, lo que permitirá al alumno influir positivamente en las percepciones del mercado.

El objetivo principal de este curso es desarrollar la marca personal inherente al individuo, para poder crear y potenciar las habilidades personales y la comunicación interpersonal. A través de esto se pretende que el alumno identifique las tendencias en el mercado profesional para la aplicación de las mismas. Esto se llevará a cabo mediante la realización de un Plan Estratégico Personal, que incluirá los siguientes parámetros:

1. Valores
2. Visión a medio/largo plazo

3. Objetivos generales y específicos

4. Conocimientos y habilidades

5. Hábitos y actitudes

6. Actividades diarias específicas

7. Acciones para empezar a concretar su visión

Esto guiará al alumno para la creación y potenciación de su propia marca personal. Mediante un DAFO personal podrá identificar sus debilidades y fortalezas y las amenazas y oportunidades que presentan los sectores profesionales.

La metodología utilizada en este curso consiste en la identificación de objetivos personales y profesionales para su consecución de la forma más eficiente a través de la marca personal. El Plan Estratégico que elaborará el alumno, tendrá en cuenta sus circunstancias actuales. Esto se abordará mediante clases teóricas con apoyo de material audiovisual y sesiones prácticas individuales y en grupo.

La marca personal es un factor clave para la búsqueda de empleo. En España más del 50% de las personas en búsqueda de trabajo activa hacen uso de la web 2.0 para encontrar trabajo, más del 30% tiene perfil en alguna red social y más del 10% ha encontrado empleo gracias a sus contactos en estas redes. Debido a esto la realización de este curso le permitirá al alumno identificar, analizar y mejorar sus habilidades personales, para mejorar su situación profesional.

En definitiva, construir y potenciar la marca personal incrementa la capacidad de hacer networking, la visibilidad profesional y las competencias para la consecución de empleo, puesto que permite al alumno diferenciarse del resto de profesionales

**PLAN DE LA ACTIVIDAD, PROGRAMA, CONTROL DE ASISTENCIA, MÉTODO DE EVALUACIÓN, EN SU CASO** (extensión máxima: 3.500 caracteres sin espacios)

El alumno sabrá:

- Realizar un Plan Estratégico Personal para la consecución de una mejora de la imagen personal
- Identificar sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades presentes en los sectores profesionales
- Potenciar sus habilidades personales para la búsqueda activa de empleo
- Mejorar la comunicación interpersonal e intrapersonal
- Las competencias necesarias para generar una estrategia de Personal Branding
- Reconocer las diferentes herramientas de comunicación adaptadas a su Plan Estratégico
- Mejorar la visibilidad profesional
- Aplicar el concepto de globalización 3.0

El alumno será capaz de:

- Incrementar la capacidad de hacer networking
- Diseñar estrategias para potenciar la marca personal
- Realizar “Inbound marketing” (mercadotecnia de atracción)
- Crear una marca personal mediante un Plan Estratégico
- Evaluar su identidad y reputación online a través de sus perfiles en redes sociales profesionales y de su actuación en la red
- Conocer las claves para evaluar la reputación online y potenciar la marca personal

Programa:

Módulo I Personal Branding y estrategia personal

1. Definición de personal branding

- o Definición del término personal branding
- o Importancia de la marca personal y elementos que la componen
- o Concepto de mundo plano y globalización 3.0
- o Teoría de los 6 grados de separación

2. Estrategia de marca personal

- o 10 tácticas de creación de una marca personal
- o El SWOT (o DAFO) personal y planificación: Plan de Desarrollo Personal

o Proceso de creación de una marca personal

o Inbound marketing (o marketing de atracción)

Módulo II: Social Media

1. Redes sociales y marca personal

Módulo III: Identidad Online y potenciación de la marca personal

1. Identidad on-line y reputación online

o Elementos integrantes de la identidad digital y reputación online

o Herramientas de control y gestión de la reputación on-line

o Herramientas infográficas de apoyo al Curriculum Vitae

2. Casos de estudio y caso práctico

o Análisis de nuestra marca personal y diseño de estrategias pormenorizadas

Trabajo Final: Plan de Desarrollo de Marca Personal (integración estrategias online y offline)

Actividades académicas específicas a desarrollar por el alumno en la acción formativa:

El alumno deberá realizar un trabajo autónomo de al menos 12,5 horas atendiendo a las siguientes actividades:

? Elaboración de un Plan de Desarrollo de Marca Personal

? Creación y análisis de un DAFO personal

? Integración de estrategias online y offline aprendidas en el curso

Evaluación del alumno:

? Asistencia y participación en el curso

? Evaluación de las prácticas desarrolladas por el alumno para la asimilación de los contenidos impartidos

Destinatarios:

- Titulados y egresados de cualquier titulación de la Universidad de Granada.

- Profesionales

---

## **OBSERVACIONES**