

Itinerari: Marca Personal i LinkedIn

1 Personal Branding

2 LinkedIn: Funcionalitats, posicionament i desenvolupament professional

Planificació de les accions formatives:

Les accions formatives que componen el present itinerari estan programades per a que aquelles persones que vulguin realitzar la totalitat de les accions formatives les puguin realitzar.

Els possibles candidats es poden inscriure a les accions formatives que vulguin d'aquest itinerari, ja sigui únicament a una o bé a totes.



ESCOLA SANT
GERVASI
COOPERATIVA

ÀREA DE QUALIFICACIÓ
PROFESSIONAL

Accions formatives incloses a l'itinerari:

Denominació	Tipus	Hores
Personal Branding	Presencial	30 hores
LinkedIn: Funcionalitats, posicionament i desenvolupament professional	Presencial	12 hores
Total hores de l'itinerari		42 hores

1. Personal Branding



Durada: 30h

Objectiu general:

- Identificar i dissenyar la marca personal i de negoci, així com aplicar estratègies per potenciar-la.

Objectius específics:

- Identificar els avantatges de tenir una marca personal o empresarial.
- Identificar la marca empresarial i les seves potencialitats, així com planificar i dissenyar estratègies perquè arribi al seu objectiu.
- Identificar la marca personal i les seves potencialitats, així com utilitzar eines que en facilitin el disseny i la consecució d'objectius.

Modul de formació 1:

La marca personal i empresarial

Resultats d'aprenentatge:

CONEIXEMENTS / CAPACITATS COGNITIVES I PRÀCTIQUES

- **Descripció del branding personal o empresarial**
 - Concepte de Branding
 - Business Branding i Personal Branding
 - Missió, visió i rols de les marques
 - Tendències de mercat
 - Casos d'èxit i fracassos.

HABILITATS DE GESTIÓ, PERSONALS I SOCIALS

- Autoconeixement i reflexió sobre els punts forts i punts de millora.
- Desenvolupament de la capacitat de lideratge per a la definició dels objectius professionals.
- Interès per la visió estratègica de l'empresa.
- Capacitat per detectar oportunitats i amenaces de l'entorn empresarial.

1. Personal Branding



Modul de formació 2: Marca corporativa

Resultats d'aprenentatge:

CONEIXEMENTS / CAPACITATS COGNITIVES I PRÀCTIQUES

- **Identificació de la marca corporativa**
 - Marca corporativa
 - Eines
 - Claus per diferenciar-se.
- **Definició del públic objectiu de la marca**
 - Eines tradicionals
 - Neuromàrqueting
 - Eines 2.0.
- **Aplicació del màrqueting corporatiu**
 - Estratègies de màrqueting digital per a marques
 - Pla d'acció
 - Investigació i desenvolupament i creació de continguts (CDC)
 - Mercadologia
 - Responsabilitat, valors i objectius
 - Creativitat
 - Anàlisi de la competència.

HABILITATS DE GESTIÓ, PERSONALS I SOCIALS

- Capacitat d'anàlisi per a la comprensió del mercat actual.
- Disposició a estar informat i actualitzat sobre les tendències del mercat.
- Interès per trobar fonts d'informació fiables que ajudin a estar actualitzat sobre l'estat del mercat.
- Assimilació de la importància de l'impacte de la marca a la imatge de l'empresa.

Modul de formació 3: Marca personal

Resultats d'aprenentatge:

CONEIXEMENTS / CAPACITATS COGNITIVES I PRÀCTIQUES

- **Identificació d'eines de personal branding**
 - DAFO Personal
 - Test DISC
 - Creació del QCIP
 - Implantació del PDAD.
- **Elaboració de la marca personal.**
 - Personal Branding al mercat laboral
 - Branding estratègic
 - Pla de marca personal.

HABILITATS DE GESTIÓ, PERSONALS I SOCIALS

- Predisposició per entendre el mercat laboral actual.
- Assimilació de la importància de la tecnologia per a l'activitat de marca personal.

2. LinkedIn: Funcionalitats, posicionament i desenvolupament professional



Durada: 12h

Objectiu:

- Identificar les funcionalitats de la xarxa social per adaptar-les al teu objectiu professional i/o empresarial millorant el posicionament del perfil, les interaccions i les publicacions que es comparteixen.

Modul de formació 1: LINKEDIN: funcionalitats, posicionament i desenvolupament professional

Resultats d'aprenentatge:

CONEIXEMENTS / CAPACITATS COGNITIVES I PRÀCTIQUES

- **Identificació de LinkedIn com a xarxa social**
 - Concepte de LinkedIn
 - Visió actual i ús del LinkedIn com a usuari i com a empresa
 - Coneixement de l'algoritme de LinkedIn
 - Aplicacions pràctiques per a créixer en seguidors de manera orgànica.
- **Especificació dels continguts de la eina i usos**
 - Tipologia de continguts: educatius, d'ajuda, per a convèncer, informar i entretenir
 - Definició de les dinàmiques de fotos i vídeos
 - Usos pràctics del hashtag
 - Coneixement i ús pràctic de la publicació d'ofertes de treball
 - Definició de les dinàmiques d'enquestes i esdeveniments
 - Procés de planificació estratègica / calendari
 - Exemplificació d'aplicacions per a programar el contingut
 - Exemplificació teoricopràctica de les millors pàgines i publicacions.

- **Descripció dels principis bàsics del LinkedIn com a eina de màrqueting**
 - Ús pràctic dels missatges directes i el networking en la xarxa
 - Coneixements i ús pràctic dels sortejos, premis i bases legals
 - Principis de la publicitat a LinkedIn
 - Coneixement de l'eina d'analítica i seguiment de resultats.

HABILITATS DE GESTIÓ, PERSONALS I SOCIALS

- Reflexió sobre les implicacions de la utilització del LinkedIn en la nostra societat i sobre el comportament de l'usuari.
- Disposició per elaborar contingut estratègic per a ser reconeguts mitjançant aquesta xarxa.
- Valoració de les opcions i les seves conseqüències vers els continguts publicats a la xarxa per a continuar o canviar d'estratègia.
- Esperit estratègic, creatiu i disruptiu.
- Responsabilitat en la utilització de les xarxes socials com a professional i/o empresa.
- Interès per crear una xarxa de contacte que permeti i faciliti relacionar-se professionalment a l'alumne.
- Predisposició per crear hàbits de compromís vers una activitat (puntualitat, assistència, realització d'exercicis, participació en dinàmiques...).