



NOMBRE DEL CURSO		MODALIDAD (Seleccionar opción)	DURACIÓN HRS
BRANDING PERSONAL EN REDES SOCIALES		Virtual	18
PLATAFORMA SÍNCRONA (en caso de curso virtual o híbrido) <small>Seleccionar opción</small>	Zoom	PLATAFORMA ASÍNCRONA (en caso de curso virtual o híbrido) <small>Seleccionar opción</small>	Google Classroom
OBJETIVO GENERAL DEL CURSO	Diseñar su "Plan de Marca Personal", para brindar valor a su audiencia, diferenciarse y expandir su reputación ante un público objetivo (tanto en el ámbito personal, como profesional), a través de un uso adecuado de las redes sociales.		
TIPO (S) DE COMPETENCIA <small>(Seleccionar opción)</small>	Desarrollar_habilidades		
DESCRIPCIÓN DE COMPETENCIAS A DESARROLLAR	Prepara un plan de marca personal para definir contenidos que brinden valor a su audiencia, basados en las características de las principales redes sociales.		
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN <small>(Seleccionar opción)</small>	Lista de verificación		
TEMA	SUBTEMAS - ACTIVIDADES SABER - HACER	MATERIAL DIDÁCTICO / EQUIPO / HERRAMIENTAS	DURACIÓN
Apertura del curso	Registro y bienvenida	Computadora, micrófono, plataforma zoom. Presentación del curso en PDF y Google Classroom.	30 minutos
	Seguridad e Higiene IECA		
	Difusión de valores IECA		
	Encuadre del curso		
	Sondeo diagnóstico		
1. La Marca Personal	1.1 Qué es marca personal	Computadora, micrófono y plataformas zoom. Presentación del curso en PDF, ejemplos de publicaciones y grupos de zoom para realizar actividad. Google Classroom.	04:00
	1.2 Definición y diferenciación		
	1.3 Objetivos		
	1.4 Plan de acción		
2. Construyendo mi marca personal	2.1 Propósito	Computadora, micrófono, plataforma zoom así como grupos de zoom. Presentación del curso en PDF y casos prácticos. Google Classroom.	04:00
	2.2 Personalidad		
	2.3 Profesionalidad		
	2.4 La ética y la imagen personal		
3. Atributos de la marca y diseño de contenidos.	3.1 Mi historia a contar	Computadora, micrófono, plataforma zoom así como grupos de zoom. Presentación del curso en PDF y a una plataforma de diseño web, así como Google Classroom.	05:00
	3.2 Lenguaje y mensaje		
	3.3 Estilo fotográfico		
	3.4 Paleta de colores		
	3.5 Construyendo mi ecosistema de redes		
4. Las redes sociales como herramienta para el Branding Personal	4.1 El email o DNI digital	Computadora, micrófono, plataforma zoom. Presentación del curso en PDF y acceso a redes sociales (facebook, Instagram y LinkedIn). Google Classroom.	04:00
	4.2 Redes sociales más populares		
	4.3 Redes sociales actuales		
	4.4 La red social profesional		
	4.5 Construyendo mi página en redes sociales		
Cierre del curso	Retroalimentación	Computadora, micrófono, plataforma zoom. Formato de evaluación del IECA.	30 minutos
	Evaluación de competencias		
	Clausura del curso		

ELABORÓ	BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA
<i>Edna Beatriz Peñaflores Orozco</i> Instructor de capacitación	<ol style="list-style-type: none"> <li>Arqués, N. (2007). Y tú, ¿qué marca eres? 12 claves para gestionar tu reputación personal. Madrid: Alienta Editorial.</li> <li>Barricart, E. (2014). Tú eres Dios y tu marca personal tu religión. Barcelona: Alienta Editorial.</li> <li>Peters, T. (2000). 50 claves para hacer de usted una marca. Bilbao: Deusto.</li> <li>Pérez, A. (2008). Marca personal. Cómo convertirse en la opción preferente. Madrid: ESIC Editorial.</li> <li>Mejide, R. (2014). Urbrands. Construye tu marca personal como quien construye una ciudad. Barcelona: Esparsa.</li> </ol>
	Fecha de elaboración: 5 de enero de 2022