



Curso Universitario

Planificación de la Marca Personal

» Modalidad: online

» Duración: 6 semanas

» Titulación: TECH Universidad

» Acreditación: 9 ECTS

» Horario: a tu ritmo

» Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/planificacion-marca-personal

Índice

O1
Presentación
Objetivos

pág. 4
Objetivos

Dirección del curso

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología de estudio

pág. 20

06

Titulación





tech 06 | Presentación

En la actualidad, la competencia en el mercado laboral es cada vez más dura y las oportunidades de destacar se han vuelto escasas. Por esta razón, es fundamental ser conscientes de cómo diferenciarse y destacar en la multitud. La planificación de la marca personal es una estrategia que puede ayudar a las personas a establecer una imagen única, coherente y atractiva de sí mismas, lo que puede aumentar significativamente sus posibilidades de éxito.

Así, el Curso Universitario en Planificación de la Marca Personal está diseñado para brindar a los estudiantes una visión completa de los procesos clave para crear, planificar y posicionar eficazmente su marca personal. El título se divide en varios temas, que cubren los elementos esenciales de la planificación de la marca personal, como la Metodología del Iceberg o las estrategias para convertir el DAFO personal en un plan estratégico. Además, los estudiantes también se actualizarán en identificar audiencias, segmentos de clientes y objetivos, desarrollando una propuesta de valor y un modelo de negocio efectivos.

Sin duda, una oportunidad académica de calibre, además impartida de modo 100% online. Con una sola conexión a Internet, el alumno tendrá todo cuanto necesita para destacar en un área exigente, valiéndose de un potente equipo docente y de dinámicos recursos académicos que potenciarán su desempeño educativo.

Este **Curso Universitario en Planificación de la Marca Personal** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Planificación de la Marca Personal
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Estás tardando en matricularte en una titulación única en el mercado para planificar tu marca personal"



Desarrolla las estrategias más avanzadas para determinar los perfiles psicológicos y demográficos de los clientes"

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Te especializarás en elaborar efectivos mapas de posicionamiento que facilitarán tu planificación de marca.

Consultarás ejemplos inspiradores de propuestas de valor personal.







tech 10 | Objetivos



Objetivos generales

- Identificar y definir los principales elementos para desarrollar y gestionar eficazmente una marca personal
- Descubrir los elementos que te ayudarán a trabajar la identidad de la marca personal y a conseguir coherencia
- Trabajar a fondo los elementos estratégicos que formarán la base de los mensajes y relato personal
- Desarrollar el mensaje en sus distintas formas, racionales y emocionales
- Conceptualizar una estrategia de contenidos afín a la marca personal
- Examinar las posibilidades que ofrecen las principales plataformas sociales para el diseño de estrategias efectivas de la marca personal
- Identificar los pasos para el desarrollo de un plan estratégico de marca personal en social media, estableciendo objetivos y KPIs para medir los resultados
- Analizar y definir los principales elementos que conforman un perfil de LinkedIn optimizado, compilando estrategias efectivas para fortalecer la presencia digital en esta plataforma
- Determinar cómo abordar y mejorar el proceso de creación de contenido
- Estudiar casos de éxito en marcas personales de diferentes sectores







Objetivos específicos

- Convertir las debilidades en fortalezas, y amenazas y fortalezas en oportunidades para desarrollar con éxito la marca personal
- Descubrir, en el *brand core* (núcleo de marca) cómo identifica el propósito, la visión y los valores y ver su utilidad práctica
- Trabajar el *brand positioning*, identificando a la audiencia, el mercado y los objetivos, y estudiar la propuesta de valor como eje de nuestro modelo de negocio personal



Profundiza largo y tendido en el Brand Core a través de recursos como vídeos en detalle o resúmenes interactivos"







tech 14 | Dirección del curso

Dirección



Dña. Vázquez Viaño, Laura María

- Directora de Marketing y Estrategia Digital en Torres y Carrera
- Directora de Servicios al Cliente y *Chief Marketing Officer* en Roi Scroll
- Head of Social Media y PR Digital en Havas
- Consultora Senior de Comunicación y Social Media en Best Relations
- Account Executive Junior Publicidad y RRPP- Noa Nogueira
- Docente en Universidad Europea Miguel de Cervantes
- Docente en Escuela Internacional de Marketino
- Docente en Escola Superior de Relaciones Públiques de Barcelona
- Docente en IEBS
- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Doble Premio Extraordinario Fin de Carrera de la Xunta de Galicia y la Universidad de Vigo
- Posgrado en Search y Social Media Marketing por la Universitat de Barcelona



Profesores

D. Recolons Argenter, Guillem

- Brand Director en Omnia Marketing
- Consultor y socio en Integra Personal Branding
- Director y socio en Soymimarca
- Director y Consultor comunicación personal en Lateral Consulting
- Director General en Altraforma
- Subdirección y dirección nuevo negocio en Saatchi & Saatchi Advertising
- Docente Profesor de Personal Branding Político en la Univesritat Ramon Llul
- Docente de Personal Branding en la Universitat Pompeu Fabra
- Máster en Marketing ESMA
- Publicista por el Colegio del Marketing y Comunicación de Cataluña
- Graduado en Humanidades UOC por la Universitat Oberta de Catalunya





tech 18 | Estructura y contenido

Módulo 1. Planificación de marca personal. Análisis de los factores diferenciales de la marca personal. Pilares de posicionamiento: Brand Core y Brand Positioning

- 1.1. Los tres pilares del posicionamiento de marca: "conócete, desarróllate, muéstrate"
 - 1.1.1. La metodología del iceberg de la marca personal
 - 1.1.2. El orden: la clave del éxito
 - 1.1.3. Cambio y dinamismo. La necesidad de reevaluarse.
- 1.2. Cómo convertir el DAFO personal en un plan estratégico
 - 1.2.1. Cómo convertir debilidades en fortalezas
 - 1.2.2. Cómo convertir amenazas en oportunidades
 - 1.2.3. Cómo convertir fortalezas en oportunidades
- 1.3. Brand Core I. Propósito: Identificación. Utilidad. Ejemplos
 - 1.3.1. Si tienes un para qué resolverás el cómo y el qué
 - 1.3.2. Metodologías para identificar el propósito
 - 1.3.3. Ejemplos inspiradores de propósito
- 1.4. Brand Core II. Visión. Ejemplos
 - 1.4.1. Visión a Corto, medio y largo plazo. Fijación de objetivos
 - 1.4.2. Por qué vale la pena ser ambicioso en la visión
 - 1.4.3. Ejemplos inspiradores de visión y su utilidad en marca personal
- 1.5. Brand Core III. Valores: Identificación, Gestión y Proyección. Ejemplos
 - 1.5.1. Herramientas para identificar Valores
 - 1.5.2. Gestión de Valores y Proyección a través de imágenes o testimonios
 - 1.5.3. Ejemplos de proyección y utilización de valores
- 1.6. Brand Positioning I. Audiencia, Segmentos de clientes
 - 1.6.1. Perfiles demográficos para identificar audiencias
 - 1.6.2. Perfiles psicológicos. Miedos e ilusiones.
 - 1.6.3. Empatía: Comprensión de las objeciones de las personas para trabajar contigo





Estructura y contenido | 19 tech

- 1.7. Brand Positioning II. Mercado
 - 1.7.1. Comprensión del contexto de mercado de la audiencia
 - 1.7.2. Investigación para Medir el mercado potencial
 - 1.7.3. Desarrollo de mapas de posicionamiento
- 1.8. Brand Positioning III. Objetivos
 - 1.8.1. Objetivo por campo de referencia
 - 1.8.2. Objetivo por especialidad
 - 1.8.3. Objetivo por área geográfica
- 1.9. Brand Positioning IV. Propuesta de valor. Relevancia y Diferencia. Ejemplos
 - 1.9.1. Lienzo de Propuesta de valor personal. El cliente
 - 1.9.2. Lienzo de Propuesta de valor personal. La diferencia relevante
 - 1.9.3. Ejemplos inspiradores de propuestas de valor personal
- 1.10. Brand Positioning V. Business Model You, tu modelo de negocio
 - 1.10.1. El lienzo de Business Model You de Osterwalder, Pigneur, Clark
 - 1.10.2. Elementos clave: Clientes, valor aportado, canales y roles
 - 1.10.3. Actividades, recursos, socios clave y modelo económico



Un programa clave para que realices investigaciones que te permitan medir el mercado potencial"



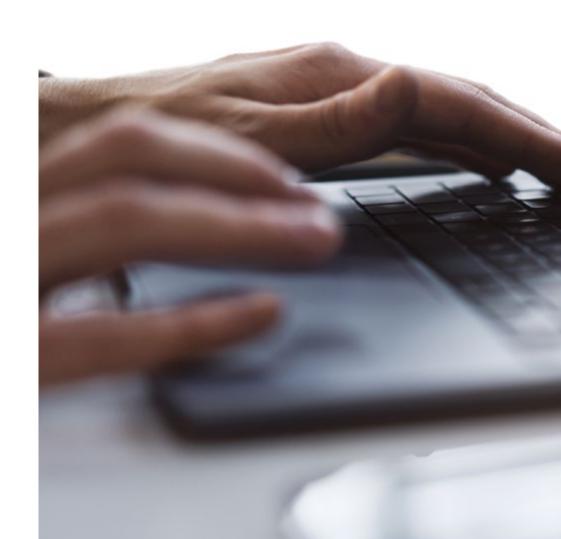


El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.









Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.



El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras"

tech 24 | Metodología de estudio

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los case studies son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



tech 26 | Metodología de estudio

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentoralumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

- 1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
- 2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
- 3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
- 4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

Metodología de estudio | 27 tech

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

tech 28 | Metodología de estudio

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

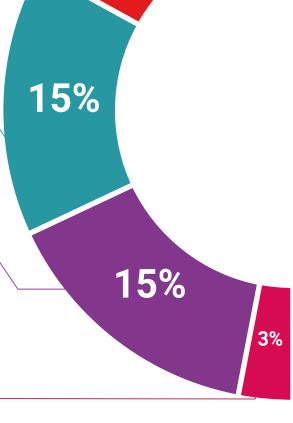
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

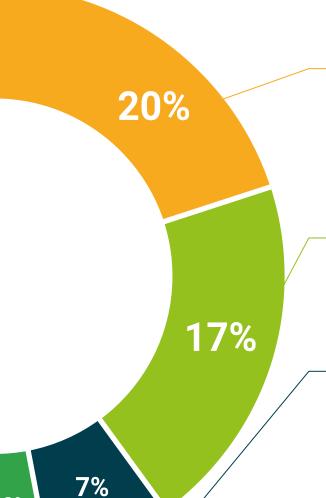
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".





Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.



Case Studies

Completarás una selección de los mejores case studies de la materia.

Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.







tech 32 | Titulación

Este programa te permitirá obtener el título de **Curso Universitario en Planificación de la Marca Personal** emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: Curso Universitario en Planificación de la Marca Personal

Modalidad: online

Duración: **6 semanas**Acreditación: **6 ECTS**



Se trata de un título propio de 150 horas de duración equivalente a 6 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una universidad Oficial Española legalmente reconocida mediante la Ley 1/2024, del 16 de abril, de la Comunidad Autónoma de Canarias, publicada en el Boletin Oficial del Estado (BOE) núm. 181, de 27 de julio de 2024 (pág. 96.369) e integrada en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades con el código 104.

En San Cristóbal de la Laguna, a 28 de febrero de 2024



odigo único TECH: AFWOR23S techtitute.com/ti



Curso Universitario Planificación de la Marca Personal

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad
- » Acreditación: 9 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

