



MARCA PERSONAL	
Contenidos:	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 creación 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.