

LIDERAZGO Y MARCA PERSONAL (60 HORAS)	
OBJETIVOS:	CONTENIDOS:
<p>Conocer los distintos tipos de estilos de liderazgo que existen.</p> <p>Conocer las distintas competencias que debe poseer un líder.</p> <p>Entender la motivación y sus tipos como forma de mantener un liderazgo.</p> <p>Entender la comunicación eficaz como base fundamental para lograr el éxito en el contexto empresarial.</p> <p>Entender la importancia que la marca personal tiene en la actualidad, con especial atención al entorno profesional.</p> <p>Conocer las claves para identificar la marca personal y desarrollar la propuesta de valor.</p> <p>Conocer los canales y herramientas disponibles para trabajar en la gestión de la marca personal.</p> <p>Aprender las claves para realizar un networking efectivo.</p>	<p><u>LIDERAZGO</u></p> <p>UD1. Concepto de liderazgo.</p> <p>1.1. Definición de liderazgo. 1.2. La personalidad del líder. 1.3. El líder Vs gestor. 1.4. El líder y la meta. 1.5. Estilos de liderazgo.</p> <p>UD2. Competencias del liderazgo.</p> <p>2.1. Análisis de la situación donde se ejerce el liderazgo. 2.2. Capacidades, habilidades y competencias.</p> <p>UD3. Inteligencia emocional en el liderazgo.</p> <p>3.1. Manejo de las emociones al servicio del líder. 3.2. La motivación. 3.3. Las emociones potenciadoras. 3.4. Las emociones no potenciadoras. 3.5. La salud emocional.</p> <p>UD4. La comunicación efectiva.</p> <p>4.1. El lenguaje más allá de las palabras. 4.2. Situarse en el lugar del seguidor. 4.3. La negociación.</p> <p>UD5. Coherencia, credibilidad y marca personal.</p> <p>5.1. La huella del líder. 5.2. La marca personal y la omnicalidad. 5.3. Liderazgo basado en valores. 5.4. Todos somos líderes y seguidores.</p> <p><u>MARCA PERSONAL</u></p> <p>UD1. La marca personal: conceptualización y contexto.</p> <p>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. 1.5. Marca personal y Huella digital.</p>

UD2. Como identificar y desarrollar la marca personal.

- 2.1. Objetivos de la marca personal.
- 2.2. Autoconocimiento.
- 2.3. Público objetivo.
- 2.4. Propuesta de valor.
- 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.
- 3.3. 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.
- 4.2. Herramientas para la programación de contenidos.
- 4.3. Herramientas de medición del impacto.