



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



BRAND4CAREERS

Guía sobre la marca personal

2020-1-UK01-KA226-HE-094634



ARISTOTLE UNIVERSITY OF THESSALONIKI



Università degli Studi Guglielmo Marconi



HeartHands SOLUTIONS HANDS ON KNOWLEDGE



Universidad de Valladolid



About Brand4Careers

BRAND4CAREERS ES UN PROYECTO ERASMUS+ DE DOS AÑOS DE DURACIÓN CUYO OBJETIVO ES AYUDAR A LOS JÓVENES A CREAR SU MARCA PERSONAL.

El proyecto está financiado por el programa Erasmus+ de la Comisión Europea y en él participan socios de 6 países diferentes: Chipre, Grecia, Rumanía, España, Italia y Reino Unido.

Brand4careers pretende introducir la marca personal como método innovador en las actividades de gestión de la carrera profesional. Los objetivos del proyecto son:

- Mejorar las habilidades de gestión para carrera de los jóvenes para que adquieran una ventaja en el mercado laboral.
- Formar a los educadores en gestión para carrera profesional para que utilicen pedagogías y métodos innovadores en la gestión de la carrera profesional y la formación en competencias.
- Reforzar la cooperación entre las instituciones de educación



Esta Guía

- Esta guía está dirigida a orientadores/coaches profesionales, y espera permitirles desarrollar actividades en línea con estudiantes/jóvenes para la construcción de una marca personal.
- La Guía contiene también información y recursos que pueden ser utilizados por los orientadores/coaches en sus enfoques formativos y en su trabajo con los estudiantes

Contenido

MARCA PERSONAL

¿Qué es la marca propia o personal?

¿Por qué debe prestar atención a la marca personal?

¿Cómo desarrollar mi marca personal?

Autoevaluación

MOTIVA A OTROS A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

Impacto de las redes sociales

La importancia de inspirar y motivar a otros

¡Plataformas de redes sociales y herramientas para la creatividad!

Autoevaluación

ADAPTABILIDAD DIGITAL

¿qué es la adaptabilidad digital?

¿por qué adaptabilidad digital?

¿cómo podemos adaptarnos?

Autoevaluación

DISEÑAR Y ORGANIZAR SEMINARIOS PROFESIONALES EN LÍNEA

Situación actual de los seminarios en línea

Ventajas de organizar un seminario profesional en línea

Consejos y trucos para diseñar y organizar un seminario profesional en línea

Autoevaluación

SIGUENOS



¿Qué es la marca propia o personal?

Una Marca Personal es una combinación de los conocimientos, habilidades y experiencias de una persona que forman un paquete atractivo en el mercado laboral. También puede definirse como la REPUTACIÓN o la IMAGEN que tiene una persona, ya sea en línea o fuera de ella.

En el mercado laboral, una Marca Personal puede definir la dirección de la carrera de una persona y el público objetivo. Abarca tus sueños, tus valores, tu misión y los rasgos de personalidad que quieres mostrar a los demás y a los posibles empleadores.



¿Qué es la marca propia o personal?

La Marca Personal como proceso comienza con el AUTOCONOCIMIENTO y termina con la PROMOCIÓN de uno mismo y del valor que puedes crear u ofrecer a los demás. Para adentrarte en el proceso de marca personal, necesitas hacer una evaluación justa de ti mismo y definir por qué quieres que te conozcan. Porque como dice el fundador de Amazon, Jeff Bezos, "Tu marca personal es lo que los demás dicen de ti cuando sales de la sala".

Si nos fijamos en el mundo del entretenimiento, podemos identificar muchas marcas personales. Se trata de personajes famosos que han construido marcas personales increíbles a base de trabajo duro, constancia y un enfoque a largo plazo:

Si nos fijamos en el mundo del entretenimiento, podemos identificar muchas marcas personales. Se trata de personajes famosos que han construido marcas personales increíbles a base de trabajo duro, constancia y un enfoque a largo plazo:



GRETA THUNBERG

Activista medioambiental

Es conocida por desafiar a los líderes mundiales a tomar medidas inmediatas para mitigar el cambio climático. Greta solicitó registrar su nombre y el del movimiento "Viernes por el Futuro", que la catapultó a la fama internacional.



MARIE KONDO

Asesora de organización

Es una asesora japonesa de organización, autora y presentadora de programas de televisión. Ha escrito cuatro libros sobre organización de los que se han vendido millones de ejemplares en todo el mundo. También puedes seguirla en el programa de Netflix ¡Se feliz con Marie Kondo!



ELON MUSK

Empresario innovador

Es conocido por ser cofundador y líder de Tesla, SpaceX, Neuralink y The Boring Company. Musk se ha convertido en uno de los innovadores más conocidos, que lleva a la humanidad hasta sus límites.

¿Por qué debe prestar atención a la marca personal?

¿Por qué debe prestar atención a la marca personal? “Tú también eres una marca. Lo sepas o no. Te guste o no.” Marc Ecko

Según la encuesta europea realizada en 2021 en 6 países, el 76,3% de los profesionales de RRHH, asesores y reclutadores consideraron que la Marca Personal es muy importante para encontrar trabajo.

Si te preguntas por qué es tan importante la Marca Personal, aquí tienes varias razones:

Aumenta tus oportunidades de empleo

Te guste o no ya tienes una marca, sólo depende de ti si quieres transformarla en un proceso consciente y gestionar tu imagen.

Cuando buscas trabajo, es mucho más fácil presentar una candidatura y destacar entre la multitud si conoces tu marca. Si tus sueños y valores están claros, será más fácil elegir en primer lugar los puestos de trabajo relevantes para ti. Si sabes en qué eres bueno y cuáles son tus puntos fuertes, serás más convincente en la entrevista y sabrás cómo responder a las preguntas.

¿Por qué debe prestar atención a la marca personal?

Una marca personal eficaz te diferenciará de la competencia

Tu marca personal es algo único que te caracteriza y te permite generar confianza con clientes y empleadores potenciales. Más concretamente, es la promesa de valor que haces ante los demás. Si tu marca personal gira en torno a la "profesionalidad", los demás sabrán que cada vez que interactúen contigo obtendrán profesionalidad. Si tu marca es "creatividad", los demás esperarán que aportes tu creatividad cada vez que se acerquen a ti. Además, tu Marca Personal será un gran activo cuando necesites hacer crecer tu red de contactos. La gente te recordará fácilmente y, si causaste una buena impresión, puede que incluso recibas una llamada con una nueva oferta de trabajo.

Te ayuda a aumentar tu confianza

Tener una marca personal te da más confianza en quién eres y de lo que eres capaz, te motiva a salir ahí fuera, a afrontar retos y a presentarte como una persona de éxito.

Aumenta tu visibilidad

Otra razón es que es más popular que los reclutadores utilicen las redes sociales durante el proceso de entrevista. Según una encuesta de CareerBuilder de 2018, el 70% de los empleadores utilizan las redes sociales para seleccionar candidatos durante el proceso de contratación, y el 43% de los empleadores utilizan las redes sociales para controlar a los empleados actuales.

¿Por qué debe prestar atención a la marca personal?

Te ayuda a adaptarte a los cambios del mercado laboral

Otra razón por la que la marca personal es valiosa es que la economía colaborativa no va a desaparecer pronto. La persona media cambia de trabajo cada 2 o 3 años, y los trabajadores autónomos contratados constituirán una parte importante de la mano de obra en el futuro.

Dorie Clark, especialista en marca personal, afirma: “los trabajos y las industrias enteras cambian en cuestión de años. Si quieres estar al día y que te reconozcan por lo que aportas, tienes que reinventarte constantemente. Crecer y aprender debería ser un hábito para todos nosotros profesionalmente. Dicho esto, tus esfuerzos no te llevarán muy lejos a menos que los demás los reconozcan. No quieres que otras personas tengan una visión tuya que esté anticuada 5 años. Quieres que sepan lo que te interesa y de lo que eres capaz hoy. Y ahí es donde entra la marca personal. Tienes que ser consciente de los mensajes que envías.

¿Cómo desarrollar mi marca personal?

Para poder desarrollar tu marca personal, existen una serie de habilidades que puedes considerar. Según la encuesta europea realizada en 2021 en 6 países diferentes, las habilidades de Marca Personal más valoradas fueron:

- Autoconocimiento- ser consciente de nuestros puntos fuertes, talentos y valores.
- Autenticidad- ser tú mismo y actuar con naturalidad.
- Fijar y seguir objetivos personales – como habilidad de autogestión.

Autoconocimiento

Para llegar a esta fase, tienes que hacer un trabajo de introspección. Puedes hacerlo tú solo o pedir ayuda a un asesor o mentor. En primer lugar, se trata de identificar tus sueños y ambiciones profesionales y articular lo que quieres conseguir a continuación. Después, puedes reflexionar sobre tus experiencias previas y oportunidades de aprendizaje para extraer tus puntos fuertes, talentos y áreas de mejora. Sobre la base de tus puntos fuertes y talentos se recomienda empezar a construir tu Marca Personal, porque en esas áreas tendrás más posibilidades de sobresalir y destacar. Además, podrás definir más cosas sobre lo que te caracteriza, lo que valoras o te hace único.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



AUTENTICIDAD



Es la clave de la Marca Personal. Según Dorie Clark: “nuestro punto más fuerte es nuestra autenticidad. Quieres que la gente trabaje contigo porque hay algo único en ti que te hace valioso. Por eso, si lideras con tu autenticidad, les das una razón clara para elegirte.” Por lo tanto, puedes sentarte y reflexionar sobre lo que te hace diferente o único en un contexto concreto o dentro de un grupo de personas. Puede ser el hecho de que hayas viajado por muchos países, hables muchos idiomas, sepas utilizar muchas herramientas digitales o tengas un estilo de vestir único. A veces lo que nos hace únicos y valiosos es algo que en realidad no apreciamos de nosotros mismos, así que aquí es bueno pedir opiniones a los demás y validar nuestra perspectiva. Puedes preguntar: “¿Qué crees que es lo que mejor se me da?”, “¿cuándo me has visto hacer un trabajo excelente/ser el mejor?”, etc.

Fijar y seguir objetivos personales

Decimos que se trata de una habilidad de autogestión porque requiere cierto grado de autodisciplina tanto para formular los objetivos como para alcanzarlos. En primer lugar, se recomienda utilizar un modelo SMART para establecer unos objetivos claros en tu carrera profesional. SMART es el acrónimo de:

- **Específico (Specific)**- ¿el objetivo es claro y preciso? Sé lo más concreto que puedas, y asegúrate de que los objetivos no sean vagos. Los objetivos poco claros crean confusión sobre lo que debes hacer.
- **Medible (Measurable)**- ¿dice el objetivo cómo será el éxito? Establece una forma de medir el resultado o cómo será el éxito para el objetivo que tienes en mente. La medida puede ser cualitativa (estaré satisfecho) o cuantitativa (solicitaré 20 vacantes).
- **Alcanzable (Attainable)**- ¿es el objetivo alcanzable de forma realista (pero no demasiado fácil) teniendo en cuenta el tiempo, el apoyo y los recursos disponibles? o, en otras palabras, ¿es posible?
- **Relevante (Relevant)**- ¿es el objetivo relevante para ti y para lo que quieres conseguir a largo plazo? El objetivo debe estar relacionado con tu visión y tus ambiciones profesionales, con lo que quieres para ti, no con lo que otros esperan de ti.
- **Vinculado al tiempo (Time-bonded)**- ¿cuándo debe completarse el objetivo? Es muy importante que los objetivos tengan una fecha límite o un marco temporal. Esto nos ayuda a mantener la motivación y a poder revisar en algún momento si el objetivo se ha completado.



Fijar y seguir objetivos personales

Ejemplos de objetivos SMART:

- “Me matricularé en un curso de formación para asegurarme de que estoy cualificado y capacitado para trabajar en este sector antes de que acabe el año.”
- "Hacer tres conexiones significativas al final de la semana"
- "Preparar un CV para el domingo por la noche"
- "Investigar el mercado laboral actual para mi puesto antes de que acabe la semana para ver si es un puesto con muchas oportunidades o está en declive"
- "Consigue unas prácticas en una agencia de marketing antes del verano"





Otras habilidades que puedes tener en cuenta a la hora de desarrollar tu **Marca Personal**:

- **Habilidades de auto-presentación-** la habilidad de expresarse y de ofrecer lo que uno tiene
- **Experiencia-** El área en el que eres el mejor y puedes ser considerado un especialista.
- **Redes-** conocer gente nueva y crear nuevas relaciones
- **Autopromoción-** participar proactivamente en oportunidades para dejarse notar
- **Construir y mantener una imagen positiva de sí mismo EN LÍNEA**
- **Construir y mantener una imagen positiva de sí mismo FUERA DE LÍNEA**
- **Narración-** presentarte a ti mismo y a tu historia de una forma atractiva que capte la atención de la gente



01

AUTO-PRESENTACIÓN

Aquí puedes pensar en redactar un CV profesional, una carta de motivación o un discurso de ascensor. Aunque las dos primeras herramientas son bastante comunes, siempre es bueno haber preparado también un discurso de ascensor. Un discurso de ascensor es un breve mensaje (30 segundos) sobre tus antecedentes e intereses profesionales. Es útil para presentarse en ferias profesionales, oportunidades de establecer contactos e incluso en la sección "háblame de ti" de una entrevista.

02

EXPERIENCIA

Después de repasar tu experiencia y trayectoria, puede que te des cuenta de que hay un área/tema que surge muchas veces, que conoces muy bien y del que te sientes bastante cómodo para hablar de él o incluso para instruir a otros al respecto. Destaca ese aspecto en tu marca personal y explica a la gente lo que puedes ofrecer.

03

REDES

Es la capacidad de crear nuevos contactos y relaciones. A través de las redes puedes conocer a personas clave que pueden ayudarte a avanzar en tu carrera. Además, los reclutadores trabajan mucho en la red, así que puedes tener la suerte el afortunado que se entere de una nueva oferta de trabajo directamente de ellos. Para establecer contactos también puedes recurrir a redes sociales como LinkedIn. Sin embargo, es mucho más eficaz participar en eventos para conocer a gente nueva en persona. Participar en un curso de formación o seminario también puede ser una gran oportunidad para crear contactos.

04

AUTOPROMOCIÓN

Aquí puedes pensar en la frecuencia con la que realizas actividades para darte a conocer. Por ejemplo, haciendo una presentación pública sobre tu tema favorito, ofreciéndote voluntario para presentar un acto o coordinar un proyecto...

05

CONSTRUIR Y MANTENER UNA IMAGEN POSITIVA DE SÍ MISMO EN LÍNEA

En Internet hay varias plataformas en las que puedes crear un perfil atractivo. Es muy recomendable ser selectivo con el contenido que compartes porque la mayoría de los reclutadores comprueban tu perfil antes de contratarte. Así que, por ejemplo, procura eliminar cualquier foto inapropiada en la que aparezcas bebiendo alcohol, semidesnudo o en una postura que no quieras que vea tu futuro empleador. También presta atención al lenguaje que utilizas, porque el respeto y la diplomacia son cualidades muy apreciadas en la mayoría de los lugares de trabajo.

06

CONSTRUIR Y MANTENER UNA IMAGEN POSITIVA DE SÍ MISMO FUERA DE LÍNEA

Piensa en tus interacciones con los demás y en la impresión que estás causando. Puede que tengas una percepción de quién eres, pero que no seas capaz de transmitir el mensaje correcto a los demás. Por lo tanto, es muy importante reflexionar sobre las percepciones que los demás pueden tener de ti. Si no puedes averiguarlo por ti mismo, siempre puedes preguntar a los demás. Tu imagen es tu reputación, y conviene saber cuál es la huella que estás dejando.



07

NARRACIÓN

Algunos expertos dicen que la forma más poderosa de crear tu marca personal es contar tu historia. Esto significa compartir lo que te motiva y crear contenidos que sean auténticos sobre quien eres y en lo que crees. La razón por la que esto funciona es que solo hay un tú y las historias unen a las personas. A tu audiencia le encanta oír hablar de tus historias reales, incluso cuando las historias no son solo sobre logros. Tus historias pueden estar inspiradas en tus lecciones de vida y cosas que aprendiste de experiencias anteriores. Lo que digas sobre ti puede ayudarte a destacar en un mar de candidatos y conseguir el trabajo que te mereces, así que elige tus palabras cuidadosamente.

08

OBTENER APOYO PARA CREAR TU MARCA PERSONAL

Por último, para ser más eficiente en el desarrollo de tu Marca Personal es muy recomendable que trabajes con un orientador o un asesor. La perspectiva que otra persona puede aportarte es muy valiosa en este proceso. Puedes encontrar este tipo de servicios en tu comunidad local o en algunas plataformas virtuales. Puedes acceder a este servicio en tu propio idioma o si estás interesado en una carrera internacional, puedes encontrar orientadores de habla inglesa en cualquier país que desees.



AUTOEVALUACIÓN

Preguntas	Respuestas
1. ¿Sabes qué es la marca personal?	SI NO
2. ¿Conoces los beneficios de tener una marca personal?	SI NO
3. ¿Sabes cómo la marca personal puede ayudarte a conseguir un trabajo?	SI NO
4. ¿Sabes en qué manera la marca personal puede ayudarte a avanzar en tu carrera profesional?	SI NO
5. ¿Sabes cómo puedes desarrollar tu marca personal?	SI NO
6. ¿Sabes QUIÉN puede ayudarte a desarrollar tu marca personal?	SI NO



AUTOEVALUACIÓN

7. ¿Sabes qué habilidades necesitas desarrollar para poder crear tu marca personal?	SI NO
8. ¿Tienes algunos buenos ejemplos de marcas personales de los que puedas aprender?	SI NO
9. ¿Estás preparado para hacer una autorreflexión?	SI NO
10. ¿Quieres crear tu marca personal?	SI NO

MOTIVA A OTROS A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES



Impacto de las redes sociales

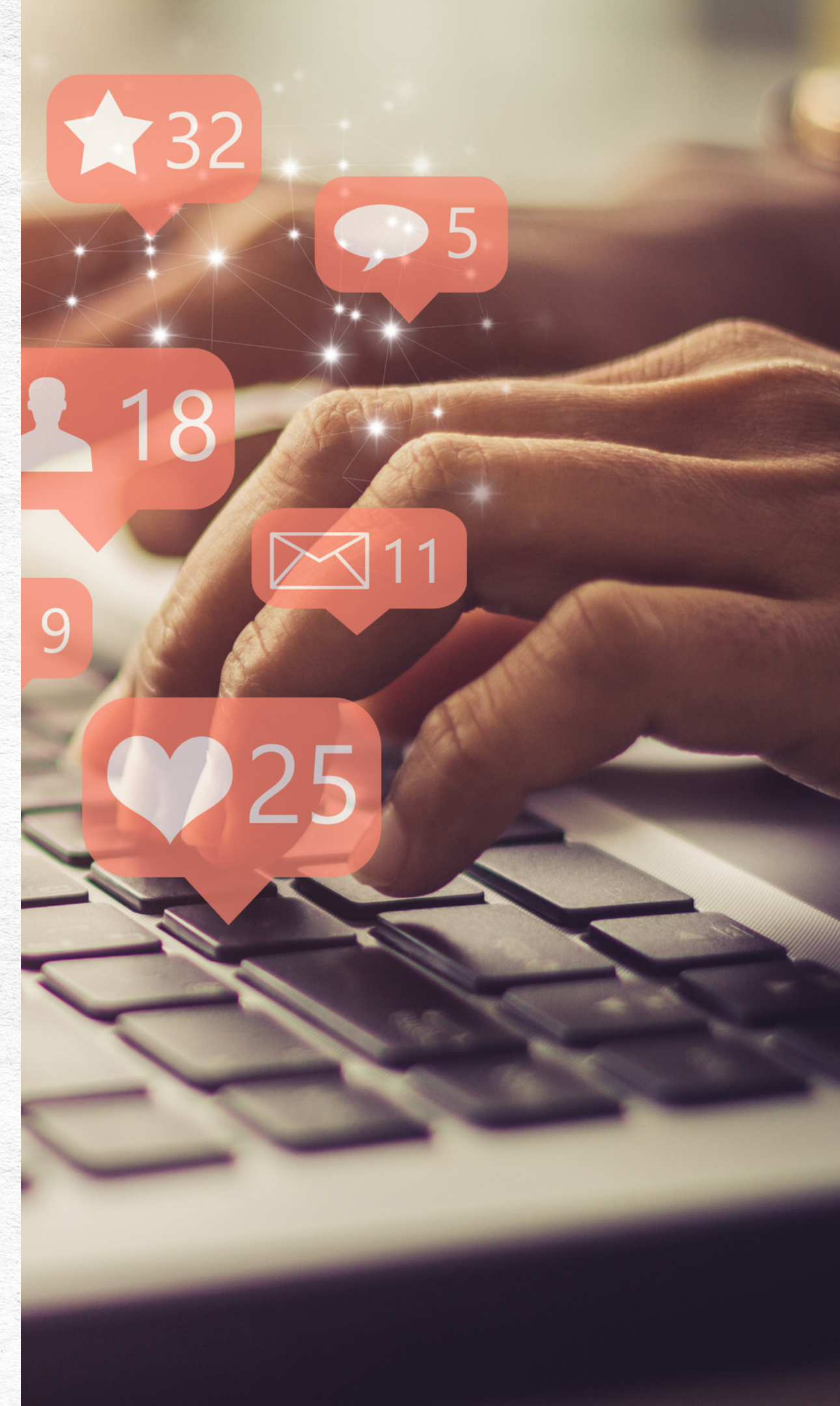
- Hoy en día el uso de tecnología como teléfonos móviles u ordenadores personales es muy frecuente, por ello el acceso a las redes sociales es sencillo y recurrente. Así, la gente está dando más información personal sobre sí misma en línea que nunca, como compartir su ubicación, información de contacto, números de tarjetas de crédito en las redes sociales y también la información de las personas, como relaciones, viajes o puestos de trabajo, es más accesible.
- Las redes sociales están fuertemente relacionadas con **la huella digital**. **La huella digital** se refiere a la información y datos que generan las personas, mediante la acción intencionada o el registro pasivo, cuando están en línea (Thatcher, 2014). Esto incluye: las redes sociales donde tenemos perfiles, lo que publicamos, las publicaciones con las que interaccionamos, las páginas web que frecuentamos, la información que mandamos en línea, las reseñas que son publicadas en línea y cualquier otra interacción que realizamos en la red.
- Es importante saber que nuestra huella digital es muy difícil y a veces imposible de destruir una vez que los datos son públicos o incluso semipúblicos como en el caso de Facebook, como dueños, tenemos muy poco control sobre cómo nuestra información va a ser usada. Así como en una tienda es importante que es escaparate este limpio, deberíamos prestar atención a la imagen de nuestra persona que puede ser deducida a través de nuestra huella digital.



Impacto de las redes sociales

Esta es la razón por la cual es muy importante ser conscientes del concepto de huella digital y usarla a nuestro favor:

Una **huella digital** puede determinar la **reputación digital** de una persona, que ahora es casi tan importante como su reputación en la vida real. Las palabras y las fotos que publicas pueden ser malinterpretadas o alteradas, lo que puede llevar a ofensas accidentales. El contenido destinado a un grupo privado puede extenderse a un círculo más amplio, dañando potencialmente relaciones y amistades. Los ciberdelincuentes pueden explotar tu huella digital, utilizándola para fines como la suplantación de identidad para acceder a cuentas o la creación de identidades falsas basadas en tus datos.



Impacto de las redes sociales

Uno de los aspectos más relevantes y pertinentes para esta guía es el vínculo entre la huella digital y la marca personal en relación con la empleabilidad. Los empleadores pueden mirar la huella digital de sus potenciales empleados, especialmente sus redes sociales, antes de tomar la decisión de contratarles. A través de una simple búsqueda o de búsquedas más sofisticadas es posible identificar los intereses, gustos, aversiones, motivaciones, etc. de una persona. Este perfil, si no está alineado con los intereses del empleador, será negativo para éste. Sin embargo, si somos conscientes de todo lo que publicamos y de nuestras interacciones, puede reforzar nuestro perfil a ojos del empleador.

Por ejemplo, si el trabajo al que opto está relacionado con la educación, sería positivo que si alguien pone mi nombre en internet, lo que aparezca sea por ejemplo un post en un blog educativo, la participación en una conferencia, que siga a influencers educativos en redes sociales, que mis comentarios en otras publicaciones sean positivos, amables, respetuosos, etc.

Esto reforzaría la información que el empleador tiene sobre mí a través de mi CV, incluida la entrevista personal. Verificaría o contradeciría lo declarado en el proceso de selección.



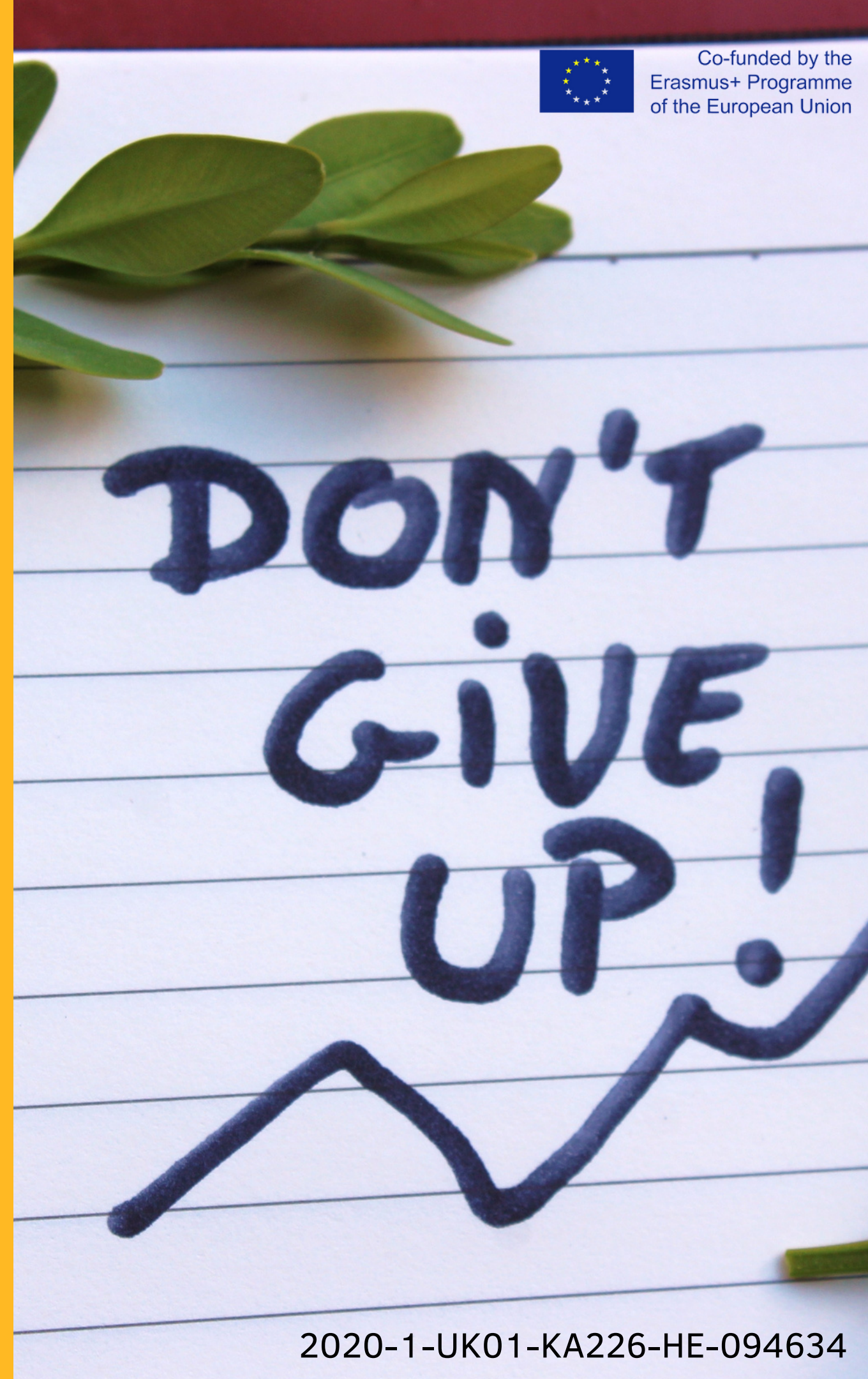
La importancia de inspirar y motivar a otros

Las redes sociales tratan sobre todo de compartir experiencias. Ya sean fotos, texto, videos u otros medios, es una de las razones muchos las utilizan. Utilizar las redes sociales de esta manera puede motivar a salir al aire libre compartiendo esas experiencias, la validación y la satisfacción que ello conlleva (Maggie Wooll, 2022).

Cuando inspiramos a otros, podemos extender nuestra influencia y llegar más allá de nuestro círculo de amigos y familiares a otras personas que pueden necesitar apoyo en algún momento de su vida (Valerie Forgeard, 2022). Ser capaz de inspirar a los demás es un rasgo de personalidad importante para cualquier líder. Los líderes inspirados reavivan la energía en el lugar de trabajo. Animan a todos los que les rodean a soñar a lo grande, a esforzarse más y a llevar una vida más plena (Maggie Wooll, 2022).



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



La importancia de inspirar y motivar a otros

Comunicarlo con energía y entusiasmo. La mayoría de las personas prosperan en un entorno en el que se les permite hacer su trabajo a su manera. Esto no significa que no sea necesario supervisar lo que hace la gente, pero si se es demasiado controlador se reducirá la motivación. Deles la oportunidad de contribuir a las decisiones estratégicas que les afecten (Valerie Forgeard, 2022).



La importancia de inspirar y motivar a otros

Por otro lado, para obtener el máximo beneficio a través del uso de las redes sociales para tener una huella digital positiva, existen múltiples acciones que podemos poner en marcha:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



La importancia de inspirar y motivar a otros

- **Busca tu nombre y apellido:** usa diferentes navegadores y comprueba las dos primeras páginas de resultados. ¿Hay algo que no te convenza? Si está en tu mano cambiarlo, hazlo inmediatamente, como cambiar un perfil público a privado. Si está en un sitio de terceros, ponte en contacto con los administradores del sitio para pedirles que editen o eliminen esa información.
- **Limita dónde compartes información:** sé siempre consciente de lo que compartes y con quién lo haces. Revisa periódicamente tus publicaciones antiguas en redes sociales. Si crees que no encajan con lo que quieres proyectar de ti mismo hoy, puedes ocultarlas, limitar quién puede verlas o eliminarlas por completo.
- **Hazte visible como quieres que te vean:** piensa en tu objetivo profesional o en cualquier otro objetivo. A continuación, hazte visible para acercarte lo más posible a ese objetivo. Por ejemplo: publica o comparte contenido relevante o actual en Facebook; comenta publicaciones de LinkedIn para demostrar que te interesa el tema y que lo dominas; sigue a personas influyentes del mismo ámbito laboral en Twitter o Instagram.
- **También es una buena práctica revisar periódicamente tus mensajes antiguos.** Si ves que no encajan con lo que quieres transmitir actualmente, puedes editarlos, limitar el número de personas que pueden verlos o eliminarlos por completo.

La importancia de inspirar y motivar a otros



- **Comprueba la configuración de privacidad:** La configuración de privacidad en las redes sociales te permite controlar quién puede ver el contenido que publicas. Muchos de estos ajustes no están predeterminados en "modo privado", por lo que es una buena idea dedicar algo de tiempo a entender estos ajustes de privacidad y todas sus posibilidades.
- **Elimina las cuentas y apps antiguas que ya no utilices:** Tenemos cuentas online y apps para todo, pero hay algunas que, por un motivo u otro, dejamos de utilizar. Aunque no las uses, la información que has compartido sigue ahí y, si nunca configuraste tus opciones de privacidad, la información podría encontrarse online.
- **Antes de eliminar una aplicación, cierra o desactiva tu cuenta para eliminar la información de tu perfil.** Al mismo tiempo, minimizas tu huella digital y te proteges de posibles filtraciones de datos.

iPlataformas de redes sociales y herramientas para la creatividad!

PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES

Instagram: Instagram tiene 1.4 billones de usuarios al mes, convirtiéndose en la cuarta red social más popular. Puedes entrar durante unos segundos a las historias de Instagram y pronunciar un discurso motivado. No tiene que ser nada grandioso, solo tiene que ser algo que motive a tus seguidores a realizar la acción que te gustaría que hicieran. Al compartir citas inspiradoras, no sólo te motivaran a ti sino también a los demás (Edgy Universe, 2020)



TikTok: La app de TikTok ha sido descargada más de 3 billones de veces, convirtiéndose en la 5ª app en conseguirlo y la primera que no es propiedad de Meta. TikTok es la aplicación más descargada de 2021. Un usuario promedio abre TikTok 19 veces al día. TikTok es una gran plataforma para anunciar y promocionar tu negocio o marca personal. TikTok introdujo en 2019 una plataforma de publicidad de autoservicio, similar en estilo a la oferta de Facebook, por lo que es más fácil crear anuncios de TikTok de lo que había sido anteriormente.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

iPlataformas de redes sociales y herramientas para la creatividad!



LinkedIn: Puedes conectar con empresas y particulares en todas las redes que utilices actualmente. También puedes etiquetar a las personas y empresas adecuadas en tus publicaciones. Esto permite que tu red también tenga acceso a ellos. Esto funciona muy bien con los próximos eventos y promociones (Courtney Nestler, s.f.). De vez en cuando verás una publicación viral en LinkedIn sobre la historia de un empleado, un empleador o una realización que cambia la vida y que resuena en todos los miembros de la comunidad. Estas historias tienden a ganar un enorme interés debido a cómo pueden impactar o influir en alguien, de una manera u otra.

La verdad es que, si eso es lo que estás pensando, tu publicación inspiradora no tiene por qué ser una historia del tipo "de la pobreza a la riqueza". Ya puedes inspirar a otros simplemente compartiendo los fundamentos de una decisión o acto y mostrando qué lo hace tan crucial y eficaz en comparación con cómo lo harían otras personas (Verz Design, n.d.).

iPlataformas de redes sociales y herramientas para la creatividad!

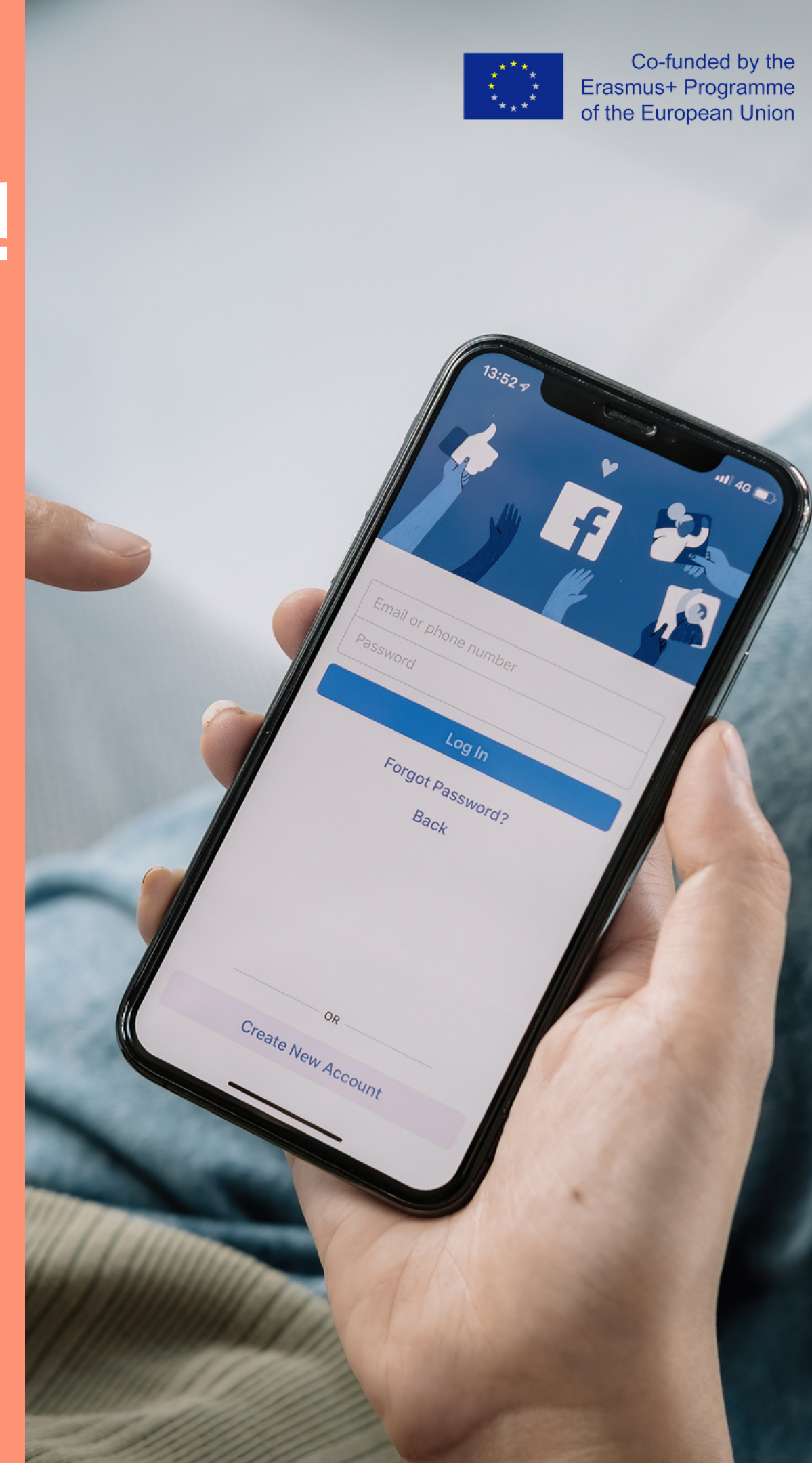


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Facebook: se ha convertido en la mayor red social del mundo. El 22% de la población mundial tiene Facebook. De ellos, 1,85 billones son usuarios activos diarios y 2,8 billones son usuarios activos mensuales. Opera en más de 190 países y en 111 idiomas diferentes. Es una fuente excelente de inspiración. En Facebook, el contenido viral es más probable que provoque sentimientos positivos: felicidad, interés, anticipación, confianza, etc. Los artículos más compartidos provocan los sentimientos de:

- *Asombro (25%)*
- *Risa (17%)*
- *Diversión (15%)*
- *Alegría (14%)*

Por lo tanto, crear tus propios mensajes positivos para ayudar a otros a compartir sentimientos positivos es altamente efectivo (Peg Fitzpatrick, 2016)



¡Plataformas de redes sociales y herramientas para la creatividad!



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

HERRAMIENTAS PARA LA CREATIVIDAD

Canva: Canva es una muy buena herramienta para crear un logo o publicaciones en Facebook e Instagram entre muchas otras cosas. No es necesario ser un diseñador experto para empezar ni saber nada de diseño, es simple y fácil de usar para el usuario. Puedes elegir entre diferentes plantillas incluyendo, entre otros, rótulos para Facebook o LinkedIn, miniaturas de YouTube, historias de Instagram, presentaciones de diapositiva, y mucho más. Hay una versión gratuita, aunque limitada (Liz Pienaar, 2020). Puedes encontrarla aquí: <https://www.canva.com/>

Genially: Genially tiene 1100+ plantillas en 12 categorías diferentes para creaciones rápidas y también te permite empezar de cero, personalizando tus creaciones a tu gusto. Funciona perfectamente con prácticamente todas las plataformas o herramientas externas, haciendo que sea muy fácil adjuntar videos de YouTube, imágenes, audios, animaciones, actividades educativas, mapas de Google, y más en tus creaciones en Genially. Puedes aprender más aquí: <https://genial.ly/>

iPlataformas de redes sociales y herramientas para la creatividad!



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

HERRAMIENTAS PARA LA CREATIVIDAD

Crello: Crello es un software de diseño gráfico ubicado en la nube y fácil de usar. Es ideal para creadores de contenido, empresas, plataformas de comercio electrónico, e instituciones, viene con más de 45.000 plantillas incluidas para crear rápidamente contenido fotográfico y de video. Los usuarios que no posean conocimiento o experiencia técnica de diseño gráfico pueden usar Crello fácilmente ya que los comandos y ordenes son simples y directos. Todos los usuarios tienen acceso gratis a más de 180 millones de fotos y más de 30.000 videos en HD. (Compare Camp, n.d). Puedes aprender más aquí: <https://create.vista.com/>

Adobe Spark: Adobe Spark es una aplicación de diseño gráfico gratuita online y para móviles. Es gratuita pero los proyectos mantienen una marca de agua de “Adobe Spark”. Se puede conseguir en iOS, Android, y online. Puedes crear imágenes, videos y páginas web. Puedes aprender más aquí: <https://sites.google.com/view/adobesparkmc/home?authuser=0>



AUTOEVALUACIÓN

1. La huella digital se refiere a la información y datos que la gente acepta compartir online.

VERDADERO

FALSO

Comentario: La huella digital se refiere a la información y datos que genera la gente, a través de acciones intencionales o registro pasivo, cuando están online. (Thatcher, 2014)

2. Los empleadores no pueden comprobar la huella digital de los candidatos.

VERDADERO

FALSO

Comentario: los empleadores pueden comprobar la huella digital de los potenciales empleados, especialmente sus redes sociales, antes de tomar la decisión de contratarles.

3. Ser capaz de inspirar a otros es un rasgo importante de la personalidad de cualquier líder.

VERDADERO

FALSO

4. Los empleadores no deberían dar a los empleados la oportunidad de dar su opinión sobre las decisiones estratégicas que les afectan porque puede arruinar su relación.

VERDADERO

FALSO

5. La huella digital puede tener efectos positivos.

VERDADERO

FALSO



AUTOEVALUACIÓN

6. En Facebook, los artículos más compartidos suelen provocar sentimiento de curiosidad.

VERDADERO

FALSO

Comentario: Los artículos más compartidos suelen provocar sentimiento de asombro (25%).

7. Hay apps que puedes usar gratuitamente para crear publicaciones motivacionales e inspiradoras.

VERDADERO

FALSO

8. LinkedIn ayuda con los próximos eventos y la promoción.

VERDADERO

FALSO

Comentario: también puedes etiquetar en tus publicaciones a las personas y empresas adecuadas y eso ayuda significativamente los eventos que quieras promocionar.

9. TikTok es una plataforma para jóvenes y, por tanto, no hay necesidad de publicidad en ella.

VERDADERO

FALSO

Comentario: El usuario promedio abre TikTok 19 veces al día y ha sido descargada 3 billones de veces.

10. Podemos eliminar fácilmente nuestra huella digital.

VERDADERO

FALSO

Comentario: Es importante saber que nuestra huella digital es muy difícil y a veces hasta imposible de eliminar una vez que los datos son públicos o semipúblicos como en el caso de Facebook.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ADAPTABILIDAD DIGITAL





¿qué es la adaptabilidad digital?



En los últimos años, el impacto de la tecnología en el campo de los servicios profesionales y la gestión de recursos humanos ha cambiado radicalmente la manera de trabajar de los profesionales. Las habilidades digitales para el trabajo y para la vida están en lo alto de la Agenda Política Europea.

El proceso de digitalización ha afectado a distintas áreas del negocio: desde cómo encontrar y gestionar nuevos clientes hasta como construir una reputación en internet para ti y tus clientes. En este contexto, el proceso de gestión de los empleados y clientes se está moviendo a sistemas en la nube, lo que aporta una mayor eficiencia. La tecnología puede usarse para motivar la flexibilidad laboral, facilitar la comunicación y colaboración entre equipos y los clientes incluso a distancia o para reducir las actividades repetitivas del personal automatizándolas. Procesos como las entrevistas, la recopilación de información profesional y la personalización de los cursos de formación en función de las características personales de cada empleado o cliente se trasladan cada vez más a la realidad virtual.

¿qué es la adaptabilidad digital?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Además, las nuevas herramientas tecnológicas permiten a los orientadores laborales incrementar el número de personas con el que trabajan, haciendo que sea más rápido y sencillo alcanzar a los clientes potenciales y compartir comentarios usando herramientas TIC. Los estudiantes y las personas en busca de un nuevo empleo o desarrollo profesional ahora se pueden beneficiar de orientación y formación en línea cuando a ellos les convenga. El uso de herramientas de evaluación online permite a los orientadores laborales elegir el camino profesional adecuado gracias a un enfoque más individualizado y detallado.

Las nuevas tecnologías y la reciente situación de emergencia han cambiado radicalmente el mundo del trabajo y los profesionales de Recursos Humanos y servicios laborales tienen la tarea de gestionar estas transformaciones, evitando que afecten a los procesos organizativos de las empresas y satisfaciendo las nuevas necesidades y expectativas de los clientes conectadas con una realidad que cambia rápidamente.



¿qué es la adaptabilidad digital?

La Comisión Europea, en su definición de competencia digital enfatiza la importancia del uso correcto y responsable de las tecnologías digitales en la educación, el trabajo y la vida pública.

La competencia digital debería incluir la habilidad de cooperación digital, seguridad y resolución de problemas. La alfabetización digital incluye habilidades personales, técnicas y digitales que son necesarias para poder navegar el mundo digital moderno.

adaptability

¿qué es la adaptabilidad digital?

DigComp

El marco DigComp identifica los componentes clave de la competencia digital en 5 áreas (Dimensión 1). Las áreas se resumen a continuación:

Conocimientos básicos de información y datos: articular las necesidades de información, localizar y recuperar datos, información y contenidos digitales. Juzgar la pertinencia de la fuente y su contenido. Almacenar, gestionar y organizar datos, información y contenidos digitales.

Comunicación y colaboración: interactuar, comunicar y colaborar a través de tecnologías digitales siendo conscientes de la diversidad cultural y generacional. Participar en la sociedad a través de servicios digitales públicos y privados y la ciudadanía participativa. Gestionar la propia presencia, identidad y reputación digitales.



¿qué es la adaptabilidad digital?



Creación de contenido digital: crear y editar contenido digital para mejorar e integrar información dentro de un corpus de conocimiento ya existente, entendiendo como aplicar los derechos de autor y las licencias. Saber cómo dar instrucciones comprensibles para un sistema informático.

Seguridad: proteger dispositivos, contenido, información personal y privacidad en los entornos digitales. Proteger la salud física y psicológica, y ser conscientes de las tecnologías digitales para el bienestar y la inclusión social. Ser conscientes del impacto medioambiental de las tecnologías digitales y su uso.

Resolución de problemas: identificar las necesidades y los problemas, y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas en entornos digitales. Usar herramientas digitales para innovar procesos y productos. Mantenerse al día de la evolución digital.



¿qué es la adaptabilidad digital?



Los niveles de competencia digital se pueden dividir en:

1. En el nivel básico, el empleado conoce el conjunto de herramientas y tecnologías adoptadas por la empresa, es consciente de la importancia de su uso, y es capaz de realizar tareas típicas en el marco de sus funciones laborales.
2. En el nivel intermedio, el empleado confía en las herramientas digitales y tecnologías, es capaz de resolver problemas complejos dentro del marco de sus funciones laborales.
3. En el nivel avanzado, una persona formula tareas para el desarrollo de las herramientas y ejecuta la programación básica.
4. En el nivel experto la persona implementa la parte técnica del proceso digital, determina la estrategia y gestiona el desarrollo de la base tecnológica, y desarrolla los estándares para el uso de la tecnología en la empresa.

¿qué es la adaptabilidad digital?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



La alfabetización digital también significa inclusión, nuevas posibilidades para la vida social, oportunidades laborales. Superar el analfabetismo informático y salvar la brecha digital es útil para todas las edades: para que la juventud estudie mejor, utilizando plataformas informáticas y herramientas multimedia que hagan más ameno y fructífero el aprendizaje, hasta para que los adultos en edad laboral se pongan al día y superen la brecha digital que les hace estar en desventaja frente a sus colegas nativos digitales.



¿POR QUÉ adaptabilidad digital?



Los avances en las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han transformado significativamente la manera en la que las organizaciones e individuos interaccionen entre ellos. Los servicios profesionales y su relación con los clientes son cada vez más dinámicos y complejos, con una gran demanda de productos y servicios personalizados en línea.

La situación en el mercado laboral está cambiando rápidamente junto con las condiciones con las que operan las empresas. Si antes una empresa tenía al menos varios meses para reestructurarse y adaptarse a las nuevas normas del juego, ahora, debido a la rapidez con que cambian las circunstancias externas e internas, deben adaptarse rápidamente.

Junto con la digitalización, las nuevas expectativas de las generaciones jóvenes están cambiando el trabajo de los directores de RH y orientadores laborales. Se enfrentan cada vez más a problemas socioeconómicos, baja motivación, alto nivel de estrés, peticiones como un mejor equilibrio entre vida personal y laboral, mayor atención a la diversidad, necesidad de herramientas de trabajo y colaboración en la web y en la nube y mejores formas de evaluar, reconocer y valorar las competencias. Además, se han notado que las redes sociales ayudan indudablemente a promocionarse y comunicarse como marca: aumentan la visibilidad, hacen más reconocible el trabajo propio, ayudan a ser más competitivo en los negocios y atraen nuevas y mejores oportunidades profesionales.

¿POR QUÉ adaptabilidad digital?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



En los últimos años han surgido diversos sistemas digitales de información profesional, algunos de los cuales son: sistemas de información del mercado laboral, sistemas web interactivos para la orientación profesional, uso de macro datos, aplicaciones y simuladores profesionales. Ofrecer orientación laboral e intervenciones de empleo a los clientes a distancia y/o apoyar a los clientes en su búsqueda de información sobre el mercado laboral requiere una transformación de las prácticas y una nueva forma de pensar y trabajar. Para adaptarse a estos cambios, la identidad profesional de los profesionales de la orientación profesional debe transformarse.

En la nueva realidad, los profesionales de la orientación profesional no sólo necesitan utilizar soluciones digitales prácticas: varios sitios educativos, creación y almacenamiento de CV Europass, portales de anuncios, sino también participar en la transferencia de todas las actividades de orientación profesional dentro de un entorno virtual: clases educativas, conferencias, seminarios, consultas, pruebas, excursiones, etc. Es importante señalar que durante este período, no sólo las diversas soluciones tecnológicas para el trabajo a distancia se convirtieron en el centro de atención, sino que también las competencias y habilidades digitales de los orientadores se convirtieron rápidamente en componentes relevantes e importantes.

Las habilidades digitales se convirtieron en un requerimiento esencial para cualquier función organizativa. Es un amplio marco de habilidades tecnológicas, que permiten la identificación, evaluación, uso, compartir y crear contenido usando tecnologías de la información y el internet, útil para llevar a cabo el trabajo propio. La evolución de la tecnología adopta todas las áreas de la vida. Esto implica cambios de comportamiento para adaptarse y mantener la competitividad.



¿POR QUÉ adaptabilidad digital?



La combinación de competencias personales, profesionales y digitales son un requisito fundamental en todos los niveles de la vida laboral, una prioridad que no debe ser subestimada.

Desafortunadamente, muchos profesionales reaccionan a los cambios tecnológicos pasivamente y sin involucrarse, y es precisamente esta falta de compromiso la causa del fracaso de muchas iniciativas de cambio de gestión dentro de las empresas. Pero cuando los profesionales no tienen las competencias necesarias, entonces su motivación y productividad bajan.

Además, hoy en día es imposible imaginar nuestro día a día sin la presencia de las tecnologías digitales modernas. Cada año, los recursos existentes mejoran, y se crean nuevos productos “inteligentes”. Las casas de las personas están equipadas con diversos aparatos, prácticamente todos los individuos utilizan dispositivos, las tecnologías de Internet evolucionan a pasos agigantados.

La mayoría de la población entre 15 y 72 años utiliza un ordenador e Internet. El concepto de “alfabetización digital” incluye la posesión de habilidades en el uso de tecnologías digitales, la búsqueda y creación de contenido, el intercambio de información con otros, programación informática, etc.

¿POR QUÉ adaptabilidad digital?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Para no perderse en el flujo de las últimas tecnologías y seguir el ritmo de los tiempos, es necesario comprender los principios de funcionamiento de los dispositivos, saber dónde buscar la información y cómo aplicarla en tu vida. Incluso el simple mantenimiento de una cuenta en una red social puede conllevar tristes consecuencias si una persona no sabe cómo mantener su información personal segura, qué información puede compartir en internet, y qué información es mejor mantener privada.

Una de las principales razones por la cual las compañías encuentran difícil innovar es la falta de competencias digitales entre los empleados. Como consecuencia, el desempeño de la compañía empeora, pierde clientes leales y no se desarrolla.

Por esta razón, los requisitos de competencias para los empleados están cambiando rápidamente. El desarrollo de competencias digitales ayuda a subir la escalera laboral, y a mantener la demanda como especialistas en una economía digitalizada.



¿cómo podemos adaptarnos?

Una integración satisfactoria de la tecnología, herramientas digitales, y redes sociales en los servicios laborales y RH depende no solo de las habilidades del usuario sino que también en su capacidad para aceptar los cambios que puedan acarrear las nuevas tecnologías. Aunque los profesionales suelen valorar bien sus competencias, siguen tendiendo a utilizar algunos de los recursos y herramientas más comunes. Como consecuencia de ello, tienden a desaprovechar muchas oportunidades de orientación profesional. Por lo tanto, se sugiere que los profesionales se dediquen a explorar otras herramientas digitales pertinentes que puedan utilizar para mejorar la capacidad de prestar sus servicios a distancia.

Las competencias digitales personales, como la habilidad para comunicarse eficientemente a través de diferentes herramientas digitales, la habilidad para usar herramientas digitales para crear contenido innovador, la habilidad para analizar datos son esenciales para hacer frente a la continua evolución digital. No están directamente vinculados a las tecnologías y permiten a las personas utilizar eficazmente las nuevas herramientas digitales, mejorando la productividad y la calidad de las actividades laborales realizadas.

La información sobre el desarrollo tecnológico por sí sola no basta. Es importante desarrollar estrategias de afrontamiento. Una de las estrategias más eficaces es la formación continua. Puesto que la evolución es continua, también debe serlo la adaptación. Todo usuario de tecnología moderna no debe resistirse al cambio.



¿cómo podemos adaptarnos?

En esa circunstancia la flexibilidad se convierte en una de las competencias personales más importantes, que debe ser entrenada. Es la habilidad para adaptarse a situaciones de cambio o superar obstáculos. Ser flexible es una de las competencias personales que pueden ayudarte en la vida laboral, porque la habilidad para adaptarse a situaciones, colaborar con diferentes grupos de gente y aprender nuevas actividades permite a un profesional ser elegido para actividades de mayor responsabilidad.

Para poder entrenar la flexibilidad es importante no sucumbir al estrés cuando nos encontremos frente a situaciones inesperadas, pero al mismo tiempo es importante mantener una actitud proactiva en el trabajo.

Construir nuevos hábitos en los procesos de trabajo, implementar nuevas pequeñas tareas poco a poco de manera continua. Todo el mundo tiene hábitos relacionados con el trabajo, que normalmente nos previenen de aceptar completamente los cambios tecnológicos.

¿Cuánta gente continúa intercambiando archivos con sus compañeros a través del correo electrónico, ignorando herramientas de trabajo como Microsoft Teams, que permite trabajar en un documento al mismo tiempo?



¿cómo podemos adaptarnos?



Para evaluar tu alfabetización digital, hazte una serie de preguntas:

- ¿Sabes cómo trabajar con productos digitales, por ejemplo, con un sistema operativo o un editor de texto?**
- ¿Te resulta sencillo trabajar con dispositivos digitales: teléfono móvil, impresora o tableta?**
- ¿Te resulta difícil mandar una foto o un video, editar una foto o crear un video?**
- ¿Eres capaz de utilizar el pensamiento crítico y analizar la información procedente de las redes sociales y el alojamiento de vídeos?**
- ¿Puedes proteger tus datos personales, los datos de acceso guardados y las contraseñas contra la piratería, el robo y el phishing?**

¿cómo podemos adaptarnos?

Decide que competencias necesitas. ¿Encuentras difícil el uso de la tecnología en el día a día? ¿Quieres usar programas de ordenador de una manera más eficiente? ¿Necesitas competencias digitales para el trabajo? Las respuestas a estas preguntas definirán tu propósito y te orientarán.

Hay diferentes maneras para evaluar la alfabetización digital profesionales de la orientación laboral. Una de ellas es Northstar Digital Literacy Assessment que puede ayudarte a aprender competencias de alfabetización digital online.

La herramienta ayuda a los profesionales a recopilar datos sobre cómo utilizan la tecnología, cómo acceden a sus instalaciones con infraestructura y conocimientos básicos de hardware, así como a evaluar su acceso al desarrollo tecnológico profesional.

Encuentra tu punto de inicio. Incluso si es tu primera vez encontrando el concepto de alfabetización digital, es muy poco probable que tu nivel de habilidades sea cero. Como poco, seguramente seas capaz de descargarte una aplicación o encender un ordenador. Por eso, es impórtate descubrir que hacer después y que estudiar exactamente.



¿cómo podemos adaptarnos?

Decide como estudiarás. Hay varias maneras de estar actualizado con las últimas innovaciones de tu campo profesional, desde leer sitios web, revistas y manuales relacionados con el sujeto de tu interés hasta formación continua, participando en cursos de actualización y seminarios en línea, o incluso compartir la información con tus compañeros o webs y foros especializados.

Las competencias digitales no son un concepto estático. Se vuelven obsoletas al mismo ritmo al que la tecnología cambia. Por eso, tienen que actualizarse muy regularmente. Esto requiere otro grupo importante de competencias, la búsqueda independiente de información, su asimilación y adaptación rápida a nuevas condiciones, creatividad para afrontar nuevos problemas. La formación continua debe convertirse en un estilo de vida para cualquiera que desee estar al día con los cambios digitales. Esto te permitirá no perderte oportunidades laborales y sentirte más seguro en un mundo que no deja de cambiar.



AUTOEVALUACIÓN

Preguntas	Respuestas
¿Sabe cómo ha afectado el proceso de digitalización a todos los ámbitos de la empresa?	<Si> <No>
¿Sabe cómo ayudan las nuevas herramientas tecnológicas a los orientadores profesionales en su trabajo?	< Si > <No>
¿Sabe los componentes clave de la competencia digital?	< Si > <No>
¿Sabes cuál es el papel de las redes sociales en el desarrollo profesional?	< Si > <No>
¿Conoce algunos de los nuevos sistemas digitales de información profesional?	< Si > <No>
¿Sabes cuáles son algunas actividades de orientación profesional en un entorno virtual?	< Si > <No>
¿Sabe cómo no perderse en el flujo de las últimas tecnologías?	< Si > <No>
¿Sabes cuáles son las competencias digitales personales?	< Si > <No>
¿Sabe cómo evaluar su nivel de alfabetización digital?	< Si > <No>
¿Sabes cuál es una de las competencias interpersonales más valiosas relacionadas con la alfabetización digital?	< Si > <No>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Diseñar y organizar seminarios profesionales en línea

2020-1-UK01-KA226-HE-094634



Situación actual de los seminarios en línea



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

En los últimos años, especialmente tras la pandemia de COVID-19, se ha recurrido cada vez más a la comunicación a distancia. Para facilitar todos estos intercambios, se han creado numerosas plataformas virtuales en las que pueden celebrarse reuniones de negocios y seminarios.

Desde el punto de vista del aprendizaje, el aprendizaje en línea está alcanzando nuevas cotas, ya que resulta más cómodo aprender en cualquier momento y desde cualquier lugar. Los estudiantes, por tanto, tienen menos limitaciones, sobre todo porque son cursos más cortos. Es lo que se conoce como microlearning, "un tipo de formación que se refiere a unidades de aprendizaje relativamente pequeñas. Implica estrategias centradas en el corto plazo, diseñadas específicamente para la comprensión/aprendizaje/educación basada en competencias".

Diseñar y organizar un seminario profesional en línea es, por tanto, una forma más cómoda y útil para todos. Lo importante es seguir las mejores prácticas para que el seminario sea eficaz.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ventajas de organizar un seminario profesional en línea





Ventajas de organizar un seminario profesional en línea

¿Por qué puede ser conveniente organizar seminarios profesionales en línea en lugar de en persona?

Este tipo de seminario puede generar beneficios tanto para los participantes como para los organizadores.

Los participantes tienen la oportunidad de participar a distancia sin necesidad de desplazarse a un lugar físico con todas las dificultades que ello conlleva. La comodidad de los seminarios virtuales, sobre todo si se celebran en pocas horas, facilita la participación de los demandantes de empleo. También tienen la oportunidad de chatear en privado con otros participantes y establecer conexiones con personas que trabajan en el mismo sector o que también buscan empleo. A través de los tableros virtuales también es posible intercambiar opiniones, eliminando muchos de los factores de estrés que suelen provocar los eventos tradicionales. Un espacio virtual también reduce las barreras al permitir que todos intervengan sin vacilar, lo que alivia la ansiedad social.



Ventajas de organizar un seminario profesional en línea

Pueden conocer, cuando estén presentes, a expertos en la materia y mantener intercambios directamente con ellos para profundizar en los temas tratados. Los participantes también pueden acceder a los contenidos presentados, revisarlos y volver a estudiarlos.

Mediante un seminario profesional en línea, los organizadores pueden reclutar participantes de todo el mundo en una sola sesión.

De este modo, es posible reducir los esfuerzos de preparación, el personal de organización y, desde luego, los costes. De hecho, los seminarios virtuales no implican gastos de local ni de viaje y requieren mucho menos personal para su realización. La organización de un seminario tradicional, a diferencia de un seminario virtual, puede llevar semanas o meses, desde la búsqueda del lugar hasta la comercialización.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Consejos y trucos para diseñar y organizar un seminario profesional en línea





A la hora de planificar y organizar un seminario profesional en línea, como en cualquier otro evento, es importante definir una buena logística.

En primer lugar, debe plantearse algunas preguntas fundamentales para que el seminario tenga éxito.

Debe definir su público objetivo, decidiendo así a qué público quiere dirigir su seminario. En este punto es importante comprender qué contenidos y valores quiere transmitir y compartir con los participantes.

¿Cuáles son los mensajes clave que quiere que aprendan los participantes?

Una vez definidos estos primeros pasos, tendrá que decidir cuándo y cómo organizar el seminario, también en función de las necesidades de los participantes.



Ejemplo 1: en el caso de los estudiantes universitarios, puede ser útil organizar el curso en periodos en los que no tengan exámenes ni clases.

Ejemplo 2: en el caso de los estudiantes adultos, es posible que prefieran cursos en horarios que se adapten a sus apretadas agendas (a última hora de la tarde) y que prefieran que el seminario se divida en varias partes.

Para ello, y también para conocer mejor a los participantes, puede ser útil enviarles un cuestionario de encuesta.

Para este tipo de encuestas, hay varias herramientas que pueden ser útiles, por ejemplo, Google Forms, Typeform, SurveyMonkey.

Gracias a estas encuestas, también es posible conocer el número de participantes potencialmente interesados en asistir al curso (lo cual es importante para gestionar mejor el seminario).



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Para comprender mejor cómo proceder con la planificación, podemos dividir la organización del seminario en tres fases principales:

- fase inicial del seminario
- actas del seminario
- fase posterior al seminario

Fase inicial

Tras una introducción del seminario, sus objetivos y contenido, los participantes pueden necesitar una actividad para romper el hielo. Este tipo de actividad es perfecta para que todos se expresen, conozcan a los demás participantes y puedan trabajar en equipo.

Actas del seminario

En esta fase, es importante ser capaz de transmitir eficazmente los contenidos centrales del seminario teniendo siempre en cuenta el público al que va dirigido. La mejor manera de hacerlo es haciendo que los participantes interactúen y organizando el contenido de forma interactiva.

De nuevo, hay muchas herramientas en línea disponibles en función de las actividades que se vayan a realizar. En general, se pueden utilizar power points y documentos. Sin duda, las fotos, los vídeos y el audio son mejores para captar la atención de los participantes, ya que representan un elemento más dinámico y ayudan a retener mejor la información. Lo importante es que en el diseño del contenido la maquetación sea clara y concisa, tratando de evitar el desorden.



Una de las actividades que mantiene la atención de los participantes son los cuestionarios. Existen herramientas con las que es posible sondear rápidamente las opiniones de los participantes en un tema concreto o profundizar en un aspecto del contenido del seminario. Algunas soluciones son: Stormz, Axis, Mentimeter, Slido. Durante el curso, puede resultar útil, tras una fase de formación, realizar una lluvia de ideas o generar ideas. Los participantes podrían analizar y abordar juntos una situación, un contexto o un problema. Para ello, existen pizarras en línea en las que los participantes pueden trabajar simultáneamente y reproducir la sensación de trabajar juntos en persona en una pizarra. Las herramientas más utilizadas son: Miro, Stormboard, Google Jamboard.

Invitar a expertos es otra forma de atraer la atención. Los participantes pueden estar interesados en escuchar las opiniones de los ponentes expertos para conocer mejor los temas del seminario y adquirir conocimientos más específicos.

Se puede aconsejar a los participantes que utilicen aplicaciones para tomar notas, anotar información y guardar enlaces útiles durante el seminario. Con estas aplicaciones, es posible registrar la información necesaria en un solo lugar, de modo que las notas puedan organizarse, encontrarse y compartirse de forma más fácil e inmediata. Algunas de las apps disponibles son: Evernote, OneNote, Google Drive & Docs, Notion.

Mediante estas actividades, el seminario puede resultar menos molesto y más atractivo para que los participantes aprendan de una manera diferente.



Fase posterior al seminario

Al final del seminario, es importante asegurarse de que todos los participantes recuerden los puntos clave que se debatieron. Si no se ha hecho durante el seminario, se puede utilizar una pizarra en línea en la que se publiquen todos los intercambios y contenidos compartidos.

Por último, sería bueno poner el contenido a disposición de todo el mundo, quizá utilizando programas especiales para compartir datos, como Google Drive, Dropbox o One Drive. de este modo, los participantes también podrían compartir otras contribuciones y materiales útiles para todos.

Unos días después del seminario, puede ser útil enviar un correo electrónico a los participantes para agradecerles su asistencia e invitarles al próximo seminario.

AUTOEVALUACIÓN

Preguntas	Respuestas
¿Es cierto que organizar un seminario profesional en línea puede generar beneficios tanto para los participantes como para los organizadores?	SÍ NO
¿Es más fácil asistir a un seminario profesional en línea que a uno organizado en persona?	SÍ NO
¿Es más estresante para los participantes asistir a un seminario profesional en línea que a uno presencial?	SÍ NO
¿Es cierto que así no es posible conocer <u>a</u> expertos en la materia?	SÍ NO
¿Es posible reducir los esfuerzos de preparación y los costes de organización?	SÍ NO
Lo primero que hay que hacer para organizar con éxito un seminario profesional en línea es fijar la fecha...	SÍ NO
¿Es importante adaptar el contenido del seminario al público destinatario?	SÍ NO
¿Puede el uso de programas informáticos para actividades en línea causar confusión durante el seminario?	SÍ NO
¿Pueden las pizarras interactivas ayudar a los participantes a compartir ideas y resolver problemas?	SÍ NO
¿Es importante compartir los contenidos del seminario con los participantes?	SÍ NO

CV Generator

El Generador de CV ayuda a los jóvenes a crear un CV que presente sus aptitudes más destacadas.

El Generador consta de dos pasos principales.

En el primer paso hay una parte de personalización de marca que guía a los alumnos en la identificación de sus pasiones, habilidades, valores y conocimientos para concluir en una dirección de marca personalizada. Más concretamente, la herramienta "perfila" al alumno identificando sus elementos de personalidad. Este paso es necesario para la segunda etapa.

En el segundo paso, pueden crear su CV, guardarlo y editarlo en cualquier momento. Hay tres tipos diferentes de CV: Académico, Empresarial y Creativo

El Generador de CV es gratuito para todos y pueden acceder a su estrategia personalizada y a sus CV en cualquier momento que lo deseen. Existen las tres plantillas-ejemplo para que tengan una imagen completa del CV.

Puede visitar la página web del Generador de CV aquí: <https://brand4careers-cvgenerator.eu/pre-assessment>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Con Personal Branding Guidelines
deberías poder encontrar los
recursos que necesitas para dar un
paso más en la creación de una
Marca Personal con éxito para tu
carrera.

Te deseamos mucha suerte!



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

BRAND4CAREERS
2020-1-UK01-KA226-HE-094634

SIGUENOS

-  **PÁGINA WEB**
<https://www.brand4careers.eu/>
-  **PÁGINA DE FACEBOOK**
<https://www.facebook.com/brand4careers>
-  **CORREO ELECTRÓNICO**
eleni@civicuk.com



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA
l'umanesimo che innova



Universidad de Valladolid



Coaching  4EU
HeartHands
SOLUTIONS
HANDS ON KNOWLEDGE



ARISTOTLE
UNIVERSITY
OF THESSALONIKI



Università degli Studi
Guglielmo Marconi