

"MARCA PERSONAL EN TU PROFESIÓN, EL VALOR AGREGADO DE TU PERFIL DE EGRESO"

Es un taller diseñado para transformar tu presencia profesional. A lo largo de este espacio académico, descubrirás cómo construir una marca personal sólida que no solo te diferencie en el mercado laboral, sino que también resalte tus fortalezas y te alinee con tus objetivos profesionales. Aprende a proyectar una imagen auténtica y coherente, que potencie tu perfil de egreso y te abra puertas en el mundo laboral. ¡Es tu oportunidad para destacar y hacer que tu nombre sea sinónimo de éxito!

Índice

Fundamentación.....	2
Objetivos	4
Objetivo general.....	4
Objetivos particulares	4
Vinculación con la Agenda 2030.....	5
Producto Final / Evidencias	6
Dosificación	7
Recursos	13
Fuentes de Información.....	14
Imagen para la difusión	16

Fundamentación

El taller "Marca Personal en tu Profesión: el valor agregado de tu perfil de egreso" ofrece una oportunidad única para que los estudiantes desarrollen una identidad profesional que los diferencie en el mercado laboral, alineando su imagen personal con sus objetivos y valores profesionales. Este taller responde a la creciente necesidad de destacar en un entorno laboral altamente competitivo, donde una marca personal sólida puede ser la clave para acceder a mejores oportunidades laborales y un crecimiento profesional sostenido.

Beneficios del Proyecto

Los principales beneficios del taller incluyen:

Diferenciación en el mercado laboral: Los participantes aprenderán a construir una marca personal auténtica, lo que les permitirá destacarse frente a otros candidatos y aumentar su empleabilidad.

Clarificación de objetivos profesionales: A través del autoconocimiento, los estudiantes definirán metas claras y alinearán su marca personal con ellas, facilitando un desarrollo profesional coherente y exitoso.

Potenciación del perfil de egreso: Al final del taller, los estudiantes habrán fortalecido su perfil profesional, lo que será un valor agregado significativo en su transición al mercado laboral.

Relación con Licenciaturas

Este taller está estrechamente relacionado con licenciaturas como Administración de Empresas, Mercadotecnia, Comunicación, Contaduría, Comercio internacional, Derecho, Educación y cualquier programa de estudios donde la proyección profesional y la interacción con el público sean esenciales. Los conceptos de marca personal y gestión de la imagen son fundamentales para estos campos, ya que permiten a los egresados posicionarse estratégicamente en sus respectivas industrias.

Vinculación con el Plan de Estudios

El taller se vincula directamente con materias como Comunicación Organizacional, Ética Profesional, Estrategias de Mercadotecnia, Desarrollo del Talento Humano, y Emprendimiento. En estas asignaturas, los estudiantes adquieren conocimientos sobre la importancia de la imagen, la ética y las estrategias de comunicación en el ámbito profesional. "Marca Personal en tu Profesión" complementa estos aprendizajes al ofrecer herramientas prácticas para aplicar dichos conocimientos en la creación y gestión de una marca personal efectiva.

Aprendizajes y Competencias

Los estudiantes desarrollarán competencias clave como:

- **Autogestión:** Capacidad para identificar y potenciar sus fortalezas personales y profesionales.
- **Comunicación efectiva:** Habilidades para comunicar su marca personal de manera coherente y persuasiva.
- **Liderazgo:** Desarrollo de una presencia que inspire confianza y credibilidad en el entorno profesional.

Visión estratégica: Capacidad para proyectar a largo plazo su trayectoria profesional en base a una marca personal sólida.

"Marca personal en tu profesión, el valor agregado de tu perfil de egreso"

Objetivos

Objetivo general

Los estudiantes valorarán la importancia de construir y fortalecer su marca personal, como un valor agregado que complementa su perfil de egreso, permitiéndoles destacar en el mercado laboral y alcanzar sus objetivos profesionales.

Objetivos particulares

Identificar y Definir Elementos Clave de la Marca Personal:

Los estudiantes serán capaces de identificar y comprender los elementos fundamentales de una marca personal, como la identidad, los valores, la misión, y la propuesta de valor, y cómo estos se relacionan con su perfil de egreso.

Desarrollar una Estrategia de Marca Personal:

Los estudiantes podrán diseñar una estrategia de marca personal alineada con sus objetivos profesionales y el perfil de egreso de su carrera, considerando factores como la presencia online, networking, y la coherencia entre su identidad profesional y personal.

Aplicar Técnicas de Comunicación y Promoción de Marca Personal:

Los estudiantes aprenderán a utilizar herramientas y técnicas de comunicación efectivas para promover su marca personal, como la creación de un currículum diferenciado, la elaboración de un portafolio digital, y la gestión de sus redes sociales profesionales.

Vinculación con la Agenda 2030

La vinculación de la Agenda 2030 con el taller "Marca Personal en tu Profesión: El Valor Agregado de tu Perfil de Egreso" se centra en la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la construcción y gestión de la marca personal de los estudiantes. Aquí te presento cómo se pueden relacionar ambos conceptos:

1. ODS 4: Educación de Calidad

Vinculación: El taller fomenta una educación de calidad al capacitar a los estudiantes en la construcción de una marca personal que refleje su formación integral y sus competencias profesionales. Esto incluye el desarrollo de habilidades blandas como la comunicación, la ética profesional y el pensamiento crítico, que son esenciales para el mercado laboral actual.

Aplicación: Los estudiantes pueden reflejar en su marca personal su compromiso con la educación continua y el aprendizaje a lo largo de la vida, mostrando cómo su perfil de egreso les permite contribuir a la mejora de la calidad educativa en sus respectivos campos.

2. ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico

Vinculación: Una marca personal sólida puede posicionar a los estudiantes para acceder a trabajos decentes y oportunidades laborales que promuevan un crecimiento económico inclusivo y sostenible.

Aplicación: En el taller, los estudiantes aprenderán a destacar cómo su perfil de egreso los prepara para ser profesionales responsables, promoviendo prácticas laborales éticas y sostenibles. Esto se puede reflejar en su currículum, portafolio y presencia online.

3. ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura

Vinculación: Al construir su marca personal, los estudiantes pueden alinearse con la innovación y la infraestructura sostenible, destacando sus capacidades para contribuir al desarrollo de soluciones tecnológicas y prácticas innovadoras en su campo profesional.

Aplicación: Los estudiantes pueden desarrollar proyectos o iniciativas que muestren su compromiso con la innovación y la mejora de la infraestructura, utilizando estos ejemplos como parte de su marca personal para atraer a empleadores o socios que valoren la sostenibilidad.

4. ODS 10: Reducción de las Desigualdades

Vinculación: El taller puede integrar la equidad y la inclusión como pilares fundamentales en la construcción de la marca personal, lo que permitirá a los estudiantes mostrar cómo su perfil profesional está comprometido con la reducción de desigualdades en sus entornos de trabajo y comunidades.

Aplicación: Los estudiantes pueden resaltar su participación en iniciativas que promuevan la inclusión y la igualdad de oportunidades, reflejando esto en su marca personal para demostrar su compromiso con un entorno laboral más justo y equitativo.

5. ODS 12: Producción y Consumo Responsables

Vinculación: La marca personal puede ser una herramienta para promover prácticas de producción y consumo responsables, especialmente en carreras relacionadas con la ingeniería, la administración, y las ciencias sociales.

Aplicación: Los estudiantes pueden incluir en su marca personal cómo están contribuyendo a la implementación de prácticas sostenibles en su campo profesional, ya sea a través de proyectos, investigaciones o prácticas laborales.

6. ODS 13: Acción por el Clima

Vinculación: El compromiso con la sostenibilidad y la acción climática puede ser un aspecto central de la marca personal, especialmente para aquellos en campos relacionados con el medio ambiente, la ingeniería, y la planificación urbana.

Aplicación: Los estudiantes pueden mostrar en su marca personal su participación en iniciativas de acción climática, proyectos ecológicos, o esfuerzos para reducir la huella de carbono, lo cual puede ser un fuerte diferenciador en el mercado laboral.

7. ODS 17: Alianzas para Lograr los Objetivos

Vinculación: La construcción de una marca personal que esté alineada con los ODS también implica establecer alianzas estratégicas con otros profesionales, organizaciones y comunidades que compartan estos valores.

Aplicación: Los estudiantes pueden utilizar su marca personal para crear redes de colaboración que impulsen proyectos sostenibles y responsables, mostrando su capacidad para trabajar en equipo y liderar iniciativas alineadas con la Agenda 2030.

Producto Final / Evidencias

El producto final del taller consistirá en un portafolio digital personalizado que los estudiantes desarrollarán a lo largo de las sesiones. Este portafolio servirá como evidencia tangible para demostrar que se lograron los objetivos del taller y permitirá evaluar los logros alcanzados. A continuación, se describen los componentes específicos del portafolio y cómo cada uno responde a las preguntas clave:

1. Currículum Vitae Personalizado

Evidencia: Un CV diseñado que refleje los elementos clave de la marca personal del estudiante, incluyendo su propuesta de valor, objetivos profesionales, y competencias destacadas.

Evaluación: Se evaluará si el CV presenta una estructura coherente, con un enfoque claro en la diferenciación personal y cómo el estudiante ha integrado su perfil de egreso en el documento.

Responde a: ¿Cómo demuestro que se lograron los objetivos? Un CV bien estructurado y personalizado indica que el estudiante comprende y aplica los conceptos de marca personal.

2. Perfil en Redes Sociales Profesionales (LinkedIn, etc.)

Evidencia: Optimización de un perfil en una red social profesional que incluya una foto profesional, una biografía que refleje la marca personal, y contenido relevante que demuestre sus competencias y logros.

Evaluación: La evaluación se basará en la coherencia del perfil con la marca personal desarrollada, la calidad de la red de contactos, y la actividad en la plataforma (publicaciones, recomendaciones, etc.).

Responde a: ¿Cómo demuestro que se lograron los objetivos? Un perfil profesional bien gestionado indica que el estudiante sabe cómo presentarse y posicionarse en entornos digitales.

3. Portafolio Digital

Evidencia: Un portafolio digital que incluya ejemplos de trabajos, proyectos, y logros alineados con la marca personal y el perfil de egreso. Puede incluir videos, presentaciones, artículos, y otros recursos multimedia.

Evaluación: Se evaluará la calidad y relevancia del contenido presentado, la usabilidad del portafolio, y su coherencia con la estrategia de marca personal desarrollada.

4. Presentación Final del Portafolio

Evidencia: Una presentación oral o grabada en video en la que el estudiante exponga su marca personal, utilizando su portafolio digital como apoyo visual. Esta presentación debe incluir una reflexión sobre el proceso de desarrollo de su marca personal y cómo planea continuar su crecimiento profesional.

Evaluación: Se evaluará la claridad y efectividad de la presentación, la capacidad del estudiante para comunicar su marca personal, y la cohesión entre la marca personal y las evidencias presentadas en el portafolio.

Responde a: ¿Cómo demuestro que se lograron los objetivos? Una presentación bien ejecutada que muestra confianza y claridad en la marca personal es un indicador directo de que el estudiante ha internalizado y aplicado los conceptos aprendidos.

Evaluación de Logros Alcanzados

Para evaluar los logros alcanzados, se utilizarán los siguientes criterios:

1. Coherencia y Consistencia: Se verificará si todos los elementos del portafolio (CV, perfil en redes sociales, portafolio digital, y proyecto ODS) están alineados y reflejan una marca personal clara y diferenciada.

2. Presentación y Comunicación: Se evaluará la capacidad del estudiante para comunicar efectivamente su marca personal y los logros alcanzados a través de una presentación clara y persuasiva.

Este enfoque asegura que los estudiantes no solo comprendan los conceptos teóricos de la marca personal, sino que también los apliquen de manera práctica y tangible, demostrando así que se han alcanzado los objetivos del taller.

Dosificación

Sesión 1. Introducción a la marca personal

Septiembre 6

Objetivo particular: Comprender el concepto de marca personal y su relevancia en el entorno profesional actual.

Temas:

- Definición de marca personal.
- Diferencias entre marca personal y reputación.
- Ejemplos de marcas personales exitosas.
- Reflexión sobre la relevancia de la marca personal para los estudiantes.

Estrategias:

-Apertura: Presentación multimedia sobre la evolución del concepto de marca personal.

-Desarrollo: Debate grupal sobre casos de éxito de marca personal en el ámbito profesional.

-Cierre: Reflexión individual escrita sobre la importancia de desarrollar una marca personal.

Sesión 2. Autoconocimiento y análisis personal

Septiembre 13

Objetivo particular: Facilitar un proceso de autoconocimiento para identificar fortalezas, debilidades, valores y objetivos profesionales.

Temas:

- Análisis FODA personal.
- Actividades de autoconocimiento.
- Herramientas para identificar valores y pasiones.

Estrategias:

-Apertura: Dinámica de introspección utilizando la herramienta del DAFO personal.

-Desarrollo: Taller de autoevaluación y retroalimentación en parejas.

-Cierre: Creación de un perfil de autoconocimiento como base para la marca personal.

Sesión 3. Definición de objetivos profesionales Septiembre 20

Objetivo particular: Establecer objetivos profesionales claros y alineados con la visión personal y el perfil de egreso.

Temas:

- Concepto de objetivo.
- Relación entre objetivo y marca personal.
- Ejercicio para definir el objetivo personal y profesional.

Estrategias:

-Apertura: Ejercicio de visualización para identificar metas a corto, mediano y largo plazo.
-Desarrollo: Taller de planificación de objetivos SMART.
-Cierre: Presentación y retroalimentación de los objetivos definidos por los estudiantes.

Sesión 4. Construcción de la propuesta de valor Septiembre 27

Objetivo particular: Desarrollar una propuesta de valor única que resalte el perfil de egreso y aporte a la profesión.

Temas:

- Concepto de propuesta de valor.
- Ejemplos de diferenciación en el mercado laboral.
- Ejercicio para identificar el valor agregado personal.

Estrategias:

-Apertura: Análisis de ejemplos de propuestas de valor en diferentes sectores.
-Desarrollo: Taller práctico para la creación de una propuesta de valor.
-Cierre: Retroalimentación grupal y ajustes a las propuestas.

Sesión 5. Comunicación efectiva de la marca personal Octubre 4

Objetivo particular: Aprender a comunicar la marca personal de manera efectiva a través de diferentes canales.

Temas:

- Técnicas de storytelling para marca personal.
- Comunicación verbal y no verbal.
- Ejercicio de presentación personal.

Estrategias:

-Apertura: Introducción a la comunicación persuasiva y storytelling.
-Desarrollo: Ejercicios de simulación de entrevistas y presentaciones profesionales.
-Cierre: Reflexión grupal sobre la importancia de la coherencia en la comunicación de la marca.

Sesión 6. Identidad digital y presencia en redes sociales *Octubre 11*

Objetivo particular: Desarrollar una estrategia de identidad digital coherente y alineada con la marca personal.

Temas:

- Importancia de la identidad digital.
- Herramientas para gestionar la presencia online.
- Estrategias para construir una red profesional en redes sociales.

Estrategias:

-Apertura: Análisis de casos de éxito en la construcción de una identidad digital.
-Desarrollo: Taller de creación y optimización de perfiles en redes sociales profesionales.
-Cierre: Evaluación crítica de la presencia digital actual de los estudiantes.

Sesión 7. Networking y relaciones profesionales *Octubre 18*

Objetivo particular: Identificar estrategias efectivas de networking para fortalecer la marca personal.

Temas:

- Importancia del networking en la carrera profesional.
- Estrategias para expandir la red de contactos.
- Como mantener relaciones profesionales a largo plazo.

Estrategias:

-Apertura: Reflexión sobre la importancia del networking en la carrera profesional.
-Desarrollo: Simulación de eventos de networking y role-playing.
-Cierre: Plan de acción para el desarrollo de relaciones profesionales.

Sesión 8. Gestión de la reputación online *Octubre 25*

Objetivo particular: Aprender a gestionar y proteger la reputación online como parte de la marca personal.

Temas:

- Diferencias entre reputación online y offline.
- Herramientas para monitorear la reputación.
- Estrategias para gestionar crisis de reputación.

Estrategias:

-Apertura: Análisis de riesgos y oportunidades en la reputación online.
-Desarrollo: Taller de manejo de crisis y reputación online.
-Cierre: Reflexión sobre la importancia de una reputación sólida en la era digital.

Sesión 9. Marca personal y resiliencia.

Noviembre 1

Objetivo particular: Desarrollar habilidades de resiliencia que refuercen la marca personal.

Temas:

- Importancia de la adaptabilidad en la carrera profesional.
- Técnicas de resiliencia para afrontar desafíos.
- Casos de éxito de marcas personales resilientes.

Estrategias:

- Apertura: Discusión sobre el rol de la resiliencia en la marca personal.
- Desarrollo: Taller de habilidades de resiliencia y autogestión.
- Cierre: Actividad de autoevaluación de desarrollo y capacidad de resiliencia

Sesión 10. Diseño de la marca personal.

Noviembre 8

Objetivo particular: Integrar la innovación y creatividad como elementos diferenciadores en la marca personal.

Temas:

- Elementos visuales y verbales de la marca.
- Consistencia y coherencia en la comunicación.
- Creación de un eslogan o "pitch" personal.

Estrategias:

- Apertura: Presentación sobre tendencias de innovación en el desarrollo profesional.
- Desarrollo: Taller de brainstorming y design thinking aplicado a la marca personal.
- Cierre: Elaboración de un plan de innovación personal.

Sesión 11. Estrategias de crecimiento profesional

Noviembre 15

Objetivo particular: Planificar estrategias para el crecimiento y evolución continua de la marca personal.

Temas:

- Identificación de oportunidades de crecimiento.
- Planificación de metas a corto y largo plazo.
- Actualización y evolución de la marca personal.

Estrategias:

- Apertura: Debate sobre la globalización y su impacto en la marca personal.
- Desarrollo: Taller de habilidades interculturales y adaptación cultural.
- Cierre: Plan de acción para la internacionalización de la marca personal.

Sesión 12. Empleabilidad y marca personal

Noviembre 22

Objetivo particular: Desarrollar estrategias para mejorar la empleabilidad a través de la marca personal.

Temas:

- Habilidades blandas (comunicación, trabajo en equipo, liderazgo).
- Habilidades técnicas y su alineación con las demandas del mercado.
- Adaptabilidad y aprendizaje continuo en el entorno laboral.

Estrategias:

- Apertura: Presentación sobre la relación entre empleabilidad y marca personal.
- Desarrollo: Taller de preparación de CV, portafolios y cartas de presentación.
- Cierre: Simulación de entrevistas laborales.

Sesión 13. Marca personal y emprendimiento

Noviembre 29

Objetivo particular: Explorar el rol de la marca personal en el emprendimiento y la creación de negocios.

Temas:

- Definición y Comunicación de la Propuesta de Valor
- Construcción de una Identidad de Marca Coherente
- Estrategias de Marketing Personal para Emprendedores

Estrategias:

- Apertura: Discusión sobre casos de emprendedores exitosos y sus marcas personales.
- Desarrollo: Taller de desarrollo de ideas de negocio y pitch.
- Cierre: Presentación de ideas emprendedoras y retroalimentación.

Sesión 14. Marca personal y la agenda 2030

Diciembre 6

Objetivo particular: Integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la marca personal.

Temas:

- Cómo alinear tu marca personal con los ODS relevantes para tu profesión o sector.
- Ejemplos de profesionales que han incorporado los ODS en su marca personal.
- Beneficios de posicionar tu marca personal como promotora de la sostenibilidad.

Estrategias:

- Apertura: Introducción a la Agenda 2030 y su relevancia en el desarrollo profesional.
- Desarrollo: Taller de alineación de la marca personal con los ODS.
- Cierre: Elaboración de un plan de acción para contribuir a los ODS desde la marca personal.

Sesión 15. Presentación de Evidencias y Cierre

Diciembre 13

- Apertura: Preparación y organización de las presentaciones.
- Desarrollo: Presentación de proyectos finales (portafolios, perfiles en redes sociales, propuestas de valor).
- Cierre: Retroalimentación grupal y reflexión final sobre el aprendizaje del taller

Recursos

- 1- Invitados especiales, como profesionales exitosos en distintas áreas que hayan desarrollado una marca personal fuerte, pueden participar en algunas sesiones para compartir sus experiencias y consejos prácticos.
- 2- Un espacio de aprendizaje equipado con proyector, pantalla, altavoces, y acceso a internet. Esto es esencial para la presentación de contenidos multimedia y la realización de actividades interactivas.
- 3- Una colección de libros, artículos, videos, podcasts, y otros recursos que apoyen el contenido del taller. Estos recursos deben estar accesibles para los estudiantes durante y después del taller para reforzar su aprendizaje.
- 4- Áreas adecuadas para actividades grupales, como debates o simulaciones, que puedan realizarse tanto en interiores como exteriores, dependiendo de la dinámica.
- 5- Herramientas de evaluación como rúbricas, formularios de retroalimentación, y cuestionarios en línea para medir el progreso y el desarrollo de la marca personal de los estudiantes a lo largo del taller.

Contar con estos recursos garantizará que el taller se desarrolle de manera efectiva, brindando a los estudiantes las herramientas necesarias para construir y gestionar su marca personal, alineada con su perfil de egreso profesional.

Fuentes de Información

- Peters, T. (1997). The Brand You 50: Cincuenta maneras de transformarte de un "empleado" a una marca que grita distinción, compromiso y pasión! Knopf.*
- Montoya, P. (2009). La marca llamada Tú: Has que tu negocio se destaque en un mercado saturado. McGraw-Hill.*
- Schawbel, D. (2015). Promociona tu marca: Las nuevas reglas para el éxito profesional. St. Martin's Press.*
- Arruda, W., & Dixson, K. (2010). Distinción profesional: Destácate construyendo tu marca. John Wiley & Sons.*
- Kaputa, C. (2012). ¡Tú eres una marca! Cómo las personas inteligentes se marcan a sí mismas para el éxito en los negocios. Davies-Black Publishing.*
- Rampersad, H. K. (2009). Sé el CEO de tu vida: La guía definitiva para la marca personal. Information Age Publishing.*
- McNally, D., & Speak, K. (2011). Sé tu propia marca: Una fórmula revolucionaria para destacarte en la multitud. Berrett-Koehler Publishers.*
- Hogshead, S. (2016). Fascina: Cómo hacer que tu marca sea imposible de resistir. Harper Business.*
- Reiss, M. J. (2015). La serie de Career Artisan: Construye tu marca personal. Career Artisan.*
- Dorie, C. (2013). Reinvéntate: Define tu marca, imagina tu futuro. Harvard Business Review Press.*

