

Nombre de la acción formativa	Marca Personal para lograr objetivos
Descripción de la actividad:	La Marca Personal es el sello que todo profesional y líder debe gestionar para lograr sus objetivos profesionales. En este curso, el participante abordará todos los elementos necesarios para reconocer su marca personal, gestionarla y generar mayor impacto en su área profesional y personal.
Objetivo general:	Aplicar las herramientas de marca personal para una adecuada gestión de imagen profesional.
Objetivos específicos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer los valores de marca, percepción de la audiencia y propósito personal. 2. Descubrir a través de ejercicios prácticos, la especialidad y el diferenciador de marca para impactar desde la singularidad. 3. Crear una estrategia de comunicación personal para la ejecución de los objetivos en el espacio público.
Dirigido a:	Colegiados del Colegio de Ciencias Económicas y funcionarios del Régimen de Servicio Civil en puestos directivos.
Metodología de capacitación:	Curso
Tipo de actividad de capacitación:	Virtual, e-learning
Modalidad:	Aprovechamiento
Duración en horas	40 horas
Recursos y materiales	Equipo conectado a internet, puede ser: celular, tableta, Laptop o computadora de escritorio

Diseño curricular de la acción formativa:

Objetivos específicos	Contenido temático	Actividades por realizar	Tiempo
Semana 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Para qué, cómo, quién y qué de tu marca personal. 2. Auto percepción y percepción de marca. 3. Descubrimiento de Valores 4. Propósito de Marca Personal 	<ol style="list-style-type: none"> a. Fichas de trabajo b. Preguntas de Auto Análisis c. Lectura de Marca Personal. d. Ejercicios comparativos de marcas y su percepción 	10 horas de estudio
Semana 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Especialidad: Inventario de Valor 2. Diferenciador de Marca 3. Singularidad: ¿cuál es tu estandarte? 4. ADN de Marca 5. Segmentación de la marca personal 	<ol style="list-style-type: none"> a. Ejercicio Inventario de Valor: conocimiento, habilidades, logros. b. Búsqueda de referentes en medios de comunicación c. Estandarte de Marca, trabajo visual y creativo. d. Ejercicio de ADN a través de ficha de trabajo. e. Metáforas de marca, trabajo creativo. 	10 horas de estudio

Objetivos específicos	Contenido temático	Actividades por realizar	Tiempo
Semana 3	1. Comunicación y Marca Personal: ¿qué comunica mi marca? 2. Elementos tangibles e intangibles. 3. Comunicación de la Marca Personal: <ul style="list-style-type: none"> – canales – redes sociales – estilo – elementos. 	a. Ejercicios auto analíticos de tangibilización. b. Ficha de estilo de comunicación y redes sociales	10 horas de estudio
Semana 4	1. Creación de estrategia comunicacional para una marca personal sólida en el mercado: marketing de contenido, propuestas temáticas 2. Posicionamiento: proyección de marca.	a. Estrategia de Comunicación a través de fichas de trabajo. b. Enunciado de posicionamiento de marca personal	10 horas de estudio

***MODALIDAD DE APROVECHAMIENTO:** Los cursos virtuales cuya modalidad sea de aprovechamiento, podrán optar por el certificado cumpliendo con un requisito un mínimo de participación del 90% del tiempo efectivo y presentar la evaluación al finalizar la capacitación, cuya nota mínima de aprobación de la prueba será de 80 puntos.

****ACTIVIDADES A REALIZAR:** Aquí se detallan los diversos medios didácticos a utilizar, por ejemplo, videos introductorios, descripción, matriz de contenidos, esquemas conceptuales, foros, wikis, lecturas, imágenes, teleclases, autoevaluaciones, pruebas, entre otros.