

**LINKEDIN PARA DESARROLLAR TU MARCA PERSONAL COMO DOCENTE E INVESTIGADOR**

<b>Objetivos</b>			
Capacitar al alumno para:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar y comprender de una forma sencilla e intuitiva los aspectos positivos que LinkedIn les puede ofrecer como para desarrollar su marca personal orientándola hacia la docencia y a la investigación.</li> <li>• Aprender a realizar un perfil en LinkedIn que sea atractivo y en armonía con la marca personal que se quiera desarrollar.</li> <li>• Compartir casos de éxito de docentes e investigadores de universidad que utilizan LinkedIn como herramienta digital vinculada a su actividad profesional.</li> <li>• Generar contenido de valor para la comunidad de LinkedIn utilizando distintos tipos de publicaciones.</li> <li>• Diseñar una estrategia de contenidos en LinkedIn que responda a sus intereses profesionales.</li> <li>• Identificar aquellos perfiles de personas o entidades (p.ej. empresas, instituciones), con las que sea interesante conectar para generar una red de contactos que les ayude a crecer profesionalmente.</li> <li>• Aprender a localizar grupos privados de LinkedIn afines a los intereses profesionales de los participantes.</li> <li>• Adquirir de forma transversal competencias digitales.</li> </ul>			
<b>Duración</b>		<b>Modalidad</b>	
25 hora/s lectiva/s		On-line	
<b>Destinatarios</b>		<b>Requisitos</b>	
PDI de la UCLM		No existe ningún requisito previo para la realización de este curso.	
<b>Competencia</b>			
Competencia digital 2: Comunicación			
<b>Campus</b>	<b>Sala</b>	<b>Convocatoria</b>	<b>Fechas y horario</b>
Internet	Internet	internet 1C	Del 4 de noviembre de 2024 al 19 de diciembre de 2024 (De 00:00 a 00:00)
Internet	Internet	internet 2C	Del 23 de abril de 2025 al 8 de junio de 2025 (De 00:00 a 00:00)
<b>Programa</b>			
<p><b>Tema 1: Introducción al curso. ¿Por qué debemos utilizar LinkedIn si somos docentes e investigadores? ¿Cómo nos puede ayudar LinkedIn a desarrollar nuestra marca personal?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción a los medios sociales.</li> <li>• Introducción a LinkedIn. Estructura y principales funcionalidades.</li> <li>• LinkedIn para docentes e investigadores</li> <li>• La marca personal en un mundo digitalizado.</li> <li>• LinkedIn y marca personal.</li> </ul> <p><b>Tema 2: Construyendo una casa atractiva para nuestros invitados: el perfil de LinkedIn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de los principales apartados del perfil de LinkedIn (p.ej., foto de portada y de perfil, titular, “acerca de”, educación, experiencia, etc.).</li> </ul> <p><b>Tema 3: ¿A quién invitamos a la fiesta? Creación de una red de contactos acorde a los intereses profesionales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de contactos de LinkedIn.</li> <li>• Identificación de tipo de perfiles en LinkedIn.</li> <li>• Cómo conectar con perfiles en LinkedIn.</li> <li>• Los grupos en LinkedIn.</li> </ul> <p><b>Tema 4: ¿De qué hablamos y qué compartimos? Cómo generar contenido de valor en LinkedIn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de formato y de contenido en LinkedIn.</li> </ul> <p><b>Tema 5: Ahora que ya estoy preparado, bases para generar estrategia de acción en LinkedIn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia en LinkedIn alineada con la marca personal.</li> </ul> <p><b>Tema 6: Cierre del curso. Seguimos conectados en LinkedIn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de trabajo más allá del curso.</li> </ul>			
<b>Diploma</b>			<b>Evaluación</b>

<p>Aptitud</p>	<p>El curso es de carácter práctico, donde el alumnado irá desarrollando las distintas partes de su perfil de LinkedIn según lo enseñado a través de los vídeos creados por el equipo docente. Al finalizar cada bloque temático, el alumnado subirá al campus virtual un documento en PDF donde quede recogido todo el trabajo realizado en cada tarea. <b>El conjunto de estas tareas supondrá el 55%</b> del peso total de la evaluación del curso, siendo heteroevaluadas por el equipo docente. Por otra parte, se contempla una <b>prueba final de evaluación</b>, con una ponderación del <b>45%</b> sobre la nota final del curso. A continuación, se desglosan todas las tareas a realizar y su peso en la evaluación final:</p> <p><b>Heteroevaluación por parte del equipo docente de las siguientes actividades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Actividad tema 1: marca personal y objetivos profesionales (5%).</li> <li>•Actividad tema 2: desarrollo del perfil de LinkedIn (25%).</li> <li>•Actividad tema 3: contactos y grupos en LinkedIn (10%).</li> <li>•Actividad tema 4: generación de contenido en LinkedIn (10%).</li> <li>•Actividad tema 5: bases de una estrategia para LinkedIn (5%).</li> </ul> <p><b>Prueba final de evaluación (45%):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Cuestionario con 30 preguntas tipo test, de cuatro alternativas y una única respuesta correcta, para evaluar el aprendizaje del alumnado a lo largo del curso</li> </ul> <p>El curso considerará como “apto” cuando el alumnado entregue todas las actividades solicitadas, obteniendo una puntuación media igual o superior al 5. Además, también deberá obtener al menos una calificación igual o superior al 5 en la prueba final de evaluación.</p>
<p><b>Profesorado</b></p>	
<p>LEONOR GALLARDO GUERRERO SAMUEL LÓPEZ CARRIL</p>	