



Guía Docente

Workshop *Corporate Personal Branding en LinkedIn*

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2024-25

Los *workshops* son actividades formativas que el estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor	<p>LinkedIn es en la actualidad la red social profesional por excelencia, con más de 800 millones de perfiles en más de 200 países y territorios. Acapara el 50% del tráfico de redes sociales a webs B2B y es la fuente de contenido más fiable en el entorno social media además del mayor escaparate digital para el <i>networking</i>, la comunicación corporativa y la marca profesional. ¡Y la más potente plataforma de captación y visibilización de talento!</p> <p>¿Cómo puedes trabajar tu presencia en la red social para convertirte en un perfil relevante y atractivo para el algoritmo de la red social? ¿Cómo trabajar tu red de contactos y círculos de influencia? ¿Cómo redactar contenidos adecuados para el canal? ¿Cómo trabajar el SEO y posicionamiento en LinkedIn de tu marca personal? ¿Cómo gestionar una página de empresa en la red social e involucrar a los empleados de la organización? ¡Prepárate para ser visible para el mercado laboral una vez termines la universidad!</p>
Contenido	<p>Tema 1: perfil profesional y marca personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Funcionamiento del algoritmo. ✓ Optimización del perfil personal. ✓ Networking y redes de contacto. ✓ SEO para LinkedIn. ✓ Copywriting para LinkedIn. ✓ Analítica. <p>Tema 2: Funcionamiento del algoritmo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La empresa en LinkedIn: página y funcionalidades. ✓ Las actualizaciones de página y los tipos de contenido. ✓ Los empleados en LinkedIn. ✓ <i>LinkedIn Business Solutions</i>.
Sistema de Evaluación	<p style="text-align: center;">EVALUACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante. • La puntuación mínima para superar cualquier <i>workshop</i> es un 5,00. Solamente los <i>workshops</i> superados son susceptibles de reconocimiento. • Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.



Para el adecuado desarrollo de la evaluación, **el/la estudiante**

SE COMPROMETE:

- **A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.**
- **A la autoría de sus trabajos y ejercicios.**
*Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.*
- **A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
 - **Vía Moodle.**
 - **Personalmente en el aula.**

EVALUACIÓN CONTINUADA

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no se contemplan ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Asistencia con participación pertinente y significativa como mínimo en el 80% de las sesiones. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos EXCLUSIVAMENTE si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual (obligatoria)	Conceptualización, definición estratégica y desarrollo real de su propio plan de marca personal en LinkedIn. Elaboración de memoria de proyecto con resultados, conclusiones, aprendizajes y líneas de desarrollo. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. (obligatoria)	Participación constructiva en varios debates en <i>Moodle</i> y análisis en grupos de posicionamiento en LinkedIn de varios perfiles en la red social, desde CEOS, mandos intermedios de organizaciones a responsables de marketing y comunicación. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%



Bibliografia

ACED, C. Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Barcelona: UOC, 2013.

CELAYA, J. La empresa en la web 2.0. Barcelona: Planeta, 2000.

MARTÍNEZ CALDUCH. Crea un perfil eficaz en LinkedIn para conseguir tus objetivos: las claves para destacar y ser visible. Codice Ediciones, 2014.

LINKEDIN. Contact LinkedIn Customer Service. Disponible en:
<https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a518597/contactlinkedin-customer-service?lang=en> LinkedIn. Centro de recursos para empresas. Disponible en:
<https://business.linkedin.com/es-es/marketingsolutions/success/ebooks-and-guides#all/topics>