

INTELECTUAL OUTPUT I.O.3
DISEÑO DE ACTIVIDADES FORMATIVAS
EXPERIENCIALES
5.3. MARCA PERSONAL

ACTIVIDAD DE FORMACIÓN EXPERIENCIAL ÍNDICE	
PRESENTACIÓN.	p. 3
PLANIFICACIÓN CURSO DE FORMACIÓN	p. 6
ACTIVIDAD DE FORMACIÓN EXPERIENCIAL 5.1. MARCA PERSONAL. INTRODUCCIÓN.	p.7
SESIÓN PRESENCIAL. RECOMENDACIONES, DURACIÓN Y HERRAMIENTAS.	p.7
SESIONES ONLINE 1 Y 2. RECOMENDACIONES, DURACIÓN Y HERRAMIENTAS.	p.14
ENTRENAMIENTO TRANSVERSAL. ESPACIO DE CO-WORKING Y COACH/MENTOR	p.17

PRESENTACIÓN INTELLECTUAL OUTPUT

Este producto intelectual I.O.3, "Diseño de Actividades Formativas Experienciales", pertenece al proyecto ERASMUS + CO_LABOURative_LAB. Los contenidos que se muestran a continuación en las siguientes páginas son el resultado de la integración del I. O.1, "Metodología Co-Creada" y IO.2 "Materiales de Formación".

I.O.3 determina cómo se llevan a cabo las actividades de capacitación, y es el resultado final de las siguientes actividades:

- O3-A1. Diseño de actividades y materiales de formación experiencial
- O3-A2. Desarrollo de materiales para formadores
- O3-A3. Traducciones

Como se indica en el I.O.1, el Proyecto Co_LABOURative_LAB "*Enhancing Employability of Unemployed Persons through New Forms of Employment and Sharing Economy*" tiene como objetivo principal desarrollar e implementar un programa de capacitación para aumentar las competencias de los desempleados de larga duración, incluidos los jóvenes desempleados, y los Directores o Técnicos de Recursos Humanos (RRHH), sobre cómo explotar la Economía Colaborativa y las Nuevas Formas de Empleo para aumentar sus oportunidades de emprendimiento y empleo por cuenta propia. Co_LABOURative_LAB tiene como objetivo transferir a los grupos objetivo conocimientos innovadores, herramientas y prácticas basadas en una metodología de aprendizaje práctico, promoviendo la colaboración entre alumnos y la explotación de las herramientas de TIC correspondientes, a través de la cual los futuros alumnos puedan mejorar su capacitación, generando impacto en su futura vida laboral.

El curso ha sido diseñado con las siguientes características:

1. La duración del curso es de 62 horas, de las cuales:

- a) Sesiones presenciales: 26 horas
- b) Sesiones online: 28 horas.
- c) Seminarios de expertos: 8 horas (6 seminarios)

2. Habrá talleres finales para todos los aprendices dedicados a la presentación de sus proyectos.

3. La metodología será activa y participativa, se llevará a cabo en diferentes talleres e incluirá las siguientes herramientas y materiales de capacitación:

- a) Sesiones presenciales.
- b) Sesiones online.
- c) Seminarios web
- d) Co-trabajo virtual.
- e) Espacio físico para aprendices durante el curso (co-working).
- f) Los mentores o entrenadores apoyarán a los alumnos durante el curso.
- g) Enfoque práctico con casos de estudio, videos, seminarios de expertos, lecturas complementarias.

4. Se desarrollará una plataforma de formación online con los siguientes propósitos:

- h) Asignación de los diferentes materiales y recursos formativos con acceso a aprendices.
- i) Colaboración virtual.

Los alumnos tendrán los siguientes perfiles,

- Personas desempleadas (principalmente aquellas que han estado desempleadas por más de 1 año, y que son mayores de 45 años y menores de 30 años)
- Profesionales de RRHH

Se recomienda que los cursos de capacitación no tengan más de 12 a 15 alumnos por grupo de capacitación para que los recursos puedan asignarse y organizarse de manera eficiente y, por lo tanto, la capacitación puede alcanzar los objetivos.

El objetivo general del proyecto co-LABOURative LAB será aumentar las competencias de los Desempleados de Larga Duración, incluidos los Jóvenes Desempleados y los Directores o Técnicos de Recursos Humanos (HR), sobre cómo explotar la Economía Colaborativa (SHE) y las Nuevas Formas de Empleo (NFE) para aumentar las oportunidades de Emprendimiento y Autoempleo, a través de la transferencia de conocimientos innovadores, herramientas y prácticas basadas en el conocimiento del aprendizaje basado en el trabajo, aprender haciendo, colaboración entre alumnos y explotación de las herramientas de TIC correspondientes.

Los objetivos específicos son:

- Proporcionar a los participantes la conciencia y el conocimiento necesarios sobre las dinámicas de SHE y NFE, incluido el funcionamiento de las herramientas y plataformas TIC relacionadas.
- Facilitar a los participantes el desarrollo de sus propios planes de emprendimiento y autoempleo utilizando los conceptos de SHE y NFE y las plataformas TIC.
- Facilitar a los participantes la adquisición y mejora de competencias para impulsar sus planes de emprendimiento y autoempleo (creatividad e innovación, habilidades digitales, gestión de redes sociales y personal branding).
- Facilitar a los participantes la adquisición y mejora de conocimientos para tratar temas específicos como: financiación, entornos regulatorios y acceso a mercados.
- Conecta ambos lados del mercado laboral, empleadores y solicitantes de trabajo en el mismo entorno de capacitación.
- Proporcionar a los alumnos enfoques de trabajo reales y colaborativos en los que puedan aplicar las habilidades desarrolladas y aumentar su empleabilidad durante el propio curso de capacitación.

Para lograr los objetivos antes mencionados, se ha desarrollado una metodología de formación basada en las siguientes premisas:

- Adaptada y modulada a las capacidades de aprendizaje de las personas que pertenecen a los grupos objetivo (desempleados y profesionales de recursos humanos).
- La formación se basará en los conceptos de capacitación experiencial y aprendizaje mediante la práctica, por lo que la metodología de la formación será principalmente activa y práctica.
- Las sesiones de capacitación se llevarán a cabo en el aula y online, por lo que se desarrollarán materiales y herramientas que se utilizarán en ambos entornos de capacitación.
- La participación de los alumnos será una necesidad durante los cursos de formación, por lo tanto, los formadores fomentarán las actividades donde los participantes puedan interactuar e intercambiar experiencias y conocimientos entre ellos y con diferentes actores.
- El curso de capacitación tendrá un enfoque de mentoring / coaching. Los técnicos de las Cámaras de Comercio apoyarán a los alumnos a lo largo del curso de capacitación.

- Las Cámaras de Comercio proporcionarán un espacio de trabajo conjunto a lo largo del proyecto para los participantes, para que puedan desarrollar sus proyectos o planes en un entorno de apoyo.
- Se desarrollará una plataforma de formación online para facilitar las sesiones de formación online, compartir conocimientos y experiencias de los participantes y apoyar los cursos de formación a través de diferentes herramientas de formación online

En las siguientes páginas, se muestran recomendaciones para cada una de las Actividades de Formación, que incluyen:

- Estructura y contenidos en cada taller.
- Timing de cada taller con un desglose de las principales actividades a realizar.
- Algunos consejos y sugerencias y cosas que no debemos olvidar.

Estas pautas son solo una recomendación que se recomiendan para el formador, pero también se debe ser flexible, por lo que al final los formadores deben preparar cada uno de los talleres como quieran y piensen que son mejores, siempre pensando en lograr los objetivos del programa de capacitación, pero teniendo en cuenta el contexto y los participantes.

PLANIFICACIÓN CURSO DE FORMACIÓN

	F2F / ONLINE	PARTICIPANTS	DURATION	WEEK 1	WEEK 2	WEEK 3	WEEK 4	WEEK 5	WEEK 6	WEEK 7	WEEK 8
DETA 1. Introduction to sharing economy and new forms of employment.	F2F	ALL	4H.	1F2F SESSION							
	ONLINE	ALL	4H.	ONLINE							
DETA 2. SHE & NFE digital platforms: how to use and what to know.	F2F	ALL	8H.		1F2F SESSIONS	1F2F SESSION					
	ONLINE	ALL	8H.		ONLINE	ONLINE					
DETA 3. Self-assessment & development of an entrepreneurship / self-employment plan.	F2F	UNEMPLOYED	4H.			1F2F SESSION					
	ONLINE	UNEMPLOYED	4H.				ONLINE				
DETA 4. Legal and financing issues regarding SHE and NFE.	ONLINE	ALL	4H.				ONLINE				
		ALL					ONLINE				
DETA 5. Training in transversal skills for entrepreneurship and self-employment	F2F	UNEMPLOYED	12H.				1F2F SESSIONS	1F2F SESSIONS	1F2F SESSION		
	ONLINE	UNEMPLOYED	8H.						ONLINE	ONLINE	
DETA 6. Sharing experiences and best practices.	F2F	ALL	8H.								1F2F SESSION
WORKING ON SELF-EMPLOYMENT AND ENTREPRENEURSHIP PLANS	ALL	UNEMPLOYED	–	CONTINUOUS TASK							
WEBINARS	ONLINE	ALL	–	WB1	WB2	WB3	WB4	WB5	WB6	WB7	
EXPERTS' SEMINARS	F2F or VIDEO or STREAMING	ALL	2H.		DETA 1-ES1 & ES2 2 HOURS EACH			DETA 4-ES3 & ES4 1 HOUR EACH			DETA 5-ES5 & ES6 1 HOUR EACH
CO-WORKING SPACE	F2F	UNEMPLOYED	–	CONTINUOUS TASK							
MENTORS / COACHES	F2F & ONLINE	UNEMPLOYED	–	CONTINUOUS TASK							

Paso	<p>ACTIVIDAD DE FORMACIÓN EXPERIENCIAL 5.3 . INTRODUCCIÓN. FORMACIÓN EN HABILIDADES TRANSVERSALES PARA EL EMPRENDIMIENTO Y EL AUTOEMPLEO. MARCA PERSONAL</p>
0	<p>- La duración de este DETA se estima en 8 horas distribuidas en 2 sesiones de capacitación,</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 horas cara a cara (F2F) • 4 horas en línea <p>- No olvides tener lista la asistencia.</p> <p>- No olvides tomar fotos y, si es posible, grabar un video de las actividades.</p> <p>- Los descansos en las sesiones F2F no se incluyen en la duración, siendo de aproximadamente 30 minutos, por lo que las sesiones F2F durarán 3 horas y 30 minutos de trabajo efectivo</p>
0.1	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el conocimiento y las habilidades de los alumnos sobre estas habilidades transversales. • Facilitar que los alumnos puedan aplicar estas habilidades a entornos reales. <p>Participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas desempleadas. <p>Contenidos formativos: TEMA 4. Emprendimiento y autoempleo. Formación en habilidades transversales para el emprendimiento y el autoempleo. Marca personal</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo construir una sólida imagen y reputación en el contexto de SHEy NFE. • Marca Personal; descripción general • ¿Cómo construir una marca personal? • ¿Qué son las redes sociales? • Clasificación de las redes sociales. • Redes sociales, ¿qué me ofrecen a nivel personal? • Redes sociales, ¿qué me ofrecen a nivel laboral? • Selección y gestión de redes sociales • Gestión de la reputación on línea
1	<p>SESIÓN PRESENCIAL 1 - RECOMENDACIONES, DURACIÓN Y HERRAMIENTAS</p>
1.1	<p>Apertura.</p> <p>- Una vez que los asistentes llegan al aula, el profesor les da la bienvenida</p> <p>- El profesor introduce los objetivos, contenidos y planificación de DETA 5.3.</p> <p>- El capacitador hace un breve recordatorio de los conceptos y actividades realizados en la DETA anterior, y deja un poco de tiempo para dudas y preguntas que puedan haber surgido en esa DETA y que no están resueltas.</p> <p>- El objetivo de esta parte de la apertura es también conectar los contenidos y actividades vistos en la DETA anterior con los contenidos y actividades en DETA 5.3, para que los alumnos puedan ver la coherencia y la continuidad del curso.</p> <p>- Tiempo: 10 minutos.</p> <p>- Herramienta: PPT.</p>

	<p>Contenidos formativos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Marca Persona; descripción general 2. ¿Para qué se necesita una marca personal? <p>El capacitador presentará a los asistentes los conceptos “Qué es la marca personal; ¿Quién la necesita y por qué?”</p> <p>El capacitador presentará a los asistentes el concepto de marca personal al pedirles a los participantes que compartan de qué creen que se trata este tema para ver cada uno de los alumnos. Para que el profesor estructure el contenido con el fin de ayudarles en su desarrollo ulterior de la marca personal.</p> <p>Dado que la marca personal necesita un tiempo dedicado a la reflexión, la autoevaluación de las cualidades personales, las habilidades y el establecimiento de objetivos de desarrollo personal, todas las actividades que se sugieren a continuación son adecuadas para las sesiones presenciales y online. La mejor manera de realizarlas es comenzar la actividad en la sesión presencial y luego dejarla como una tarea que deben completar los propios participantes. Se pueden dar resultados/recomendaciones/consejos a los participantes en el foro.</p> <p>Para hacerlo, el capacitador comenzará con una discusión de grupo, ACTIVIDAD 1.</p> <p>Metodología:</p> <p>El profesor abre la sesión con un tema de discusión en grupo, “¿Qué es la Marca Personal?” Y lleva las respuestas de los asistentes a post-it y las coloca en una pizarra.</p> <p>El objetivo de esta discusión grupal es hacer un prelude más fácil y suave para el próximo ejercicio. La discusión es para poner la mente de los alumnos en la dirección en que los valores y creencias personales se expresan exteriormente en su comportamiento profesional y, por lo tanto, su marca personal se basa en ellos. No hay necesidad de crear una imagen falsa de uno mismo para seguir progresando, ya que la verdadera identidad se revelará tarde o temprano. La marca personal es mucho más acerca de los valores fundamentales, creencias y comportamiento profesional. Por lo tanto, el punto de partida para construir una marca personal es hacer un análisis de quién es usted y qué es lo que mejor lo describe.</p> <p>Tiempo: 15 minutos; 10 minutos de discusión grupal y 5 minutos para que el capacitador haga un resumen.</p> <p>Herramienta: PPT</p>
1.2	<p>Después de esta actividad, el profesor introduce el concepto detrás de la marca personal: lo que incluye; Para qué sirve; Para quién; cuándo empezar a desarrollar una marca personal; Cómo empezar a desarrollar una marca personal.</p> <p>La introducción se puede hacer con la ayuda de un video previamente seleccionado (ver ejemplo).</p>



<p>Para ello, el profesor presenta ACTIVIDAD 2(EJEMPLO): El capacitador puede agrupar a los participantes en función de su número (ej: 5 participantes por grupo) y asignar a cada grupo una parte o subtema diferente del video sobre Marca Personal Metodología alternativa: Otro video en el idioma nacional respectivo puede utilizarse para la descripción general y la introducción del concepto de marca personal en general durante la capacitación presencial.El video se puede elegir para que sea similar al que se muestra como ejemplo a continuación. Consejos para elegir el video: encuentre uno donde se explique la marca personal más como una lección teórica: para qué sirve, para quiénes, cómo hacerlo. El nuevo video se puede utilizar con el mismo enfoque descrito anteriormente. Se puede invitar a un empresario/persona que trabaja por cuenta propia/persona que trabaja en la economía colaborativa conocida por sus logros en la marca personal (o simplemente porque ya ha explorado el camino del desarrollo personal) para contar su testimonio sobre cómo la marca personal los ayudó a avanzar en su trayectoria profesional y de emprendimiento. VIDEOS EJEMPLO https://www.youtube.com/watch?v=JR3k7Ef9kJI Este video está muy bien estructurado, ya que describe el "qué" y el "cómo" de la marca personal para 3 grupos diferentes de personas, dos de los cuales son exactamente el público objetivo del Proyecto CO-LAB (buscadores de empleo, empresarios). Conclusiones. Una vez que se han completado los pasos anteriores, el capacitador propone a los participantes que regresen a las notas post-it (Actividad 1) y discutan con ellos si sus sugerencias han sido correctas, sus expectativas, cumplidas y todas las preguntas / dudas han sido respondidas. Incluir tiempo para preguntas e interacción. -Tiempo: 1 hora y 15 min. - Herramienta: video</p>

1.3.	<p>Contenidos formativos:</p> <p>1. Construyendo tu marca personal; punto de partida y destino</p> <p>El formador presentará a los asistentes los conceptos de marca persona, basada en los principios rectores y la declaración personal</p> <p>Parahacerlo, el capacitador comenzará con la ACTIVIDAD 3: Identificar los principios rectores (3 palabras)</p> <p>Metodología.</p> <p>Después de explicar la teoría y la descripción general de la marca personal, el capacitador le pide a cada uno de los participantes que piensen en 3 palabras que mejor describan su personalidad con la pregunta "Cuando piense en sí mismo y en lo que tiene que ofrecer al mundo, cuáles son las Tres palabras que vienen a tu mente? Tómese su tiempo para reflexionar pero, al mismo tiempo, intente ser espontáneo (no piense demasiado). Estas 3 palabras no necesariamente tienen que ser declaradas oficialmente o publicadas en algún lugar, son necesarias para que cada uno de los participantes aclare lo que los hace Único y lo que los guía como personas, que luego se refleja en su vida profesional/carrera. Esos principios rectores deben reflejar las propias creencias y valores de los alumnos. Estas palabras también forman la base de la declaración personal (consulte la siguiente actividad). Sabiendo qué lo guía, a través de la vida y cuál es su propósito, es muy fácil hacer un análisis más profundo de las cualidades de la personalidad y el conjunto de habilidades.</p> <p>El capacitador podría querer mostrar sus propios 3 principios rectores para mostrar a los alumnos la dirección del pensamiento y para aclarar el propósito de esta tarea. Luego, el/ella da las siguientes instrucciones a los participantes: "escriba todas las palabras que le vinieron a la mente cuando escuchó ese ejercicio, luego piense varios minutos y reduzca la lista".</p> <p>Después de esta actividad, el capacitador puede hacer una discusión grupal de acuerdo con la disposición y disposición de los participantes para compartir sus principios rectores con el resto del grupo.</p> <p>Metodología alternativa:</p> <p>Si algunos de los participantes dentro del grupo ya se conocen entre sí, el capacitador podría sugerirles que trabajen en parejas (u otros formatos de grupo) y se pregunten entre sí "¿Por qué soy conocido?". Luego se pueden enumerar las palabras y cada uno de los participantes puede trabajar para reducir la lista.</p> <p>Conclusiones.</p> <p>Después de que se hayan realizado las actividades descritas anteriormente, el capacitador hace un resumen de este subtema, reafirma el objetivo de esta actividad y da instrucciones a los participantes sobre cómo continuar el ejercicio para continuar durante las sesiones online. Este ejercicio se describe en detalle a continuación, en la sección de sesiones online.</p> <p>Tiempo: 30min</p> <p>20min. Trabajo individual + 10min. Discusión en grupo (la ACTIVIDAD 3 está prevista como tarea individual y los resultados podrían discutirse en el grupo)</p> <p>Herramienta: PPT</p> <p>Incluya tiempo para preguntas y discusión.</p>
------	---

1.4.	<p>Contenidos formativos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué son las redes sociales? 2. Clasificación de las redes sociales. 3. Funcionalidad de los medios sociales <p>El formador les presentará a los asistentes los conceptos de qué es una red social y cómo funciona; cuáles son los sitios de redes sociales más difundidos y para qué usarlos (en términos de marca personal)</p> <p>Para ello, el capacitador comenzará con una explicación de qué son las redes sociales y presentará los principales tipos de sitios de redes sociales y explicará sus funcionalidades. Después de eso, el profesor explicará la clasificación de los sitios de redes sociales.</p> <p>La exposición del capacitador puede mejorarse con la ayuda de un video seleccionado previamente (ver video sugerido), especialmente en la parte de las funcionalidades de los sitios de medios sociales.</p> <p>VIDEO SUGERIDO: https://www.youtube.com/watch?v=BCjCbqYs_j0</p> <p>Conclusiones. Después de haber hablado sobre diferentes sitios de redes sociales y de ver el video, es importante verificar que los participantes comprendan que la presencia en los sitios de redes sociales debe ser una elección deliberada en lugar de seguir una tendencia entre amigos y el círculo más cercano, y es una actividad que debería ser administrada.</p> <p>Para hacerlo y para asegurar un buen prelude a la siguiente parte de la sesión, la que tiene una orientación más práctica, el capacitador puede iniciar una discusión con los participantes con la pregunta “¿En qué sitios de redes sociales ya está presente y cómo lo hizo? ¿Haces tu elección?”. Incluya tiempo para preguntas y discusión.</p> <p>Tiempo: Total: 45 minutos 40 minutos-exposición; Discusión grupal de 5 minutos.</p> <p>Herramienta: PPT, video</p> <p>* ALTERNATIVA</p> <p>Podría resultar que con la ejecución de las etapas 1.1, 1.2 y 1.3 se complete todo el tiempo dedicado para la sesión presencial. Se recomienda al capacitador que revise lo que se incluye aquí, en esta sección, y que piense en redireccionar algunos ejercicios como actividades adicionales accesibles a través de la plataforma. Por ejemplo, el capacitador podría comenzar directamente con el video que explica las funcionalidades de las redes sociales y, al mismo tiempo, dar ejemplos de funcionalidades con sitios concretos de las redes sociales para discutir con los alumnos qué redes sociales son buenas y para qué. Esto les permitirá combinar ambas partes de 1.4 (explicación de las funcionalidades de las redes sociales con video y discusión de la presencia en sitios de redes sociales). Por lo tanto, el tiempo se puede acortar a 20 minutos.</p> <p>Tiempo alternativo: 20 minutos.</p>
------	---

1.5	<p>Contenidos formativos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales: qué pueden aportar a nivel personal 2. Redes sociales: qué pueden aportar a nivel laboral 3. Seleccionando redes sociales <p>El capacitador comenzará con la ACTIVIDAD 5 con una discusión grupal sobre un video previamente seleccionado (ver ejemplo). El video cuenta la historia de un diseñador gráfico.</p> <p>Después de ver el video, el capacitador agrupa a los participantes y cada grupo recibe una pregunta por separado para responder de acuerdo con la información proporcionada en el video: ¿Dónde encontró su primer trabajo? ¿Dónde buscó otras oportunidades (blog, perfiles de redes sociales); ¿Qué redes sociales ha utilizado, etc?</p> <p>Después de esta actividad, el capacitador presenta a los alumnos los conceptos principales de las redes sociales: ¿qué hay para mí en función de mi perfil y luego presentará los diferentes tipos de redes sociales (las más difundidas)? Esta sesión termina mostrando a los participantes una infografía con los sitios de redes sociales más difundidos y explicando a los participantes cuál sería su tarea de sesión online (ver más abajo).</p> <p>Metodología alternativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se puede invitar a una persona (en el mejor de los casos a una persona que trabaja en las plataformas SHE/NFE) para que cuenten su propia historia de cómo estar presente en redes sociales y como les ha ayudado a encontrar/crecer en su carrera/negocio/trabajo por cuenta propia. • Otro video en el idioma nacional respectivo que cuenta una historia personal/real de alguien cuya carrera/trabajo por cuenta propia/negocio se benefició de la presencia en las redes sociales. <p>EJEMPLOS PARA VIDEOS: https://www.youtube.com/watch?v=qeHtvuTcy70</p> <p>Conclusiones:</p> <p>El capacitador finaliza este subtema con una discusión grupal sobre si los participantes tienen una visión y comprensión más claras de para qué sirven las redes sociales. Este es también el momento para la sesión de preguntas y respuestas y para la interacción grupal.</p>
-----	---

Contenido formativo

1. Gestionando Redes Sociales

El capacitador introduce el concepto de gestión de redes sociales: en qué sitios, con qué frecuencia y cuándo se debe actualizar el contenido. Para hacerlo, el capacitador podría nuevamente agrupar a los participantes en grupos más pequeños según su perfil: personas que buscan empleo (un grupo) y empresarios/trabajadores por cuenta propia (segundo grupo). Cada grupo tiene un artículo diferente para leer (ver ejemplos) ya que hay un enfoque diferente para el comportamiento y la gestión de las redes sociales. Esto ofrecerá a los alumnos un contenido más orientado a la práctica y hecho a la medida de acuerdo con su perfil y según su objetivo (ya sea para encontrar un trabajo o iniciar su propio esfuerzo).

Ejemplos para artículos de prensa:

Emprendedores:

<https://www.shopify.com/blog/5130392-top-5-social-media-mistakes-entrepreneurs-make>

Buscadores de empleo:

<https://theundercoverrecruiter.com/social-media-jobseekers-tips-career-savvy/> / OR

<http://abranchoholly.com/blog/2015/11/20/how-to-brand-yourself-using-social-media>

Después de terminar esta actividad, cada uno de los grupos recibe una lista con preguntas para responder. Al final, ambos grupos tienen la oportunidad de presentarse frente al otro grupo. Al final, el capacitador junto con los alumnos perfilan y enumeran las similitudes entre los dos grupos.

Tiempo: 60 minutos.

Herramienta: PDF;

* ALTERNATIVA

Dado que esta Actividad 5 está programada para durar 1 hora e incluye tanto la observación de video, la discusión grupal, luego la lectura de artículos y luego la discusión grupal, puede ser demasiado agotador para los participantes, especialmente cuando ya han realizado las actividades anteriores. Dicho esto, se recomienda al profesor que piense en los siguientes pasos alternativos:

- Antes del inicio de la capacitación, decida si una persona puede ser invitada como ejemplo de la vida real para presentar cómo las redes sociales les han ayudado a comenzar/crecer su carrera/experiencia empresarial. Esto podría acortar el tiempo de 1.5, ya que ambos ejercicios (la visualización del video y la lectura del artículo) se pueden hacer con la persona invitada;

Si habrá una persona con un testimonio sobre cómo las redes sociales los ayudaron a crecer en su carrera/negocio, pero no puede estar presente en las sesiones presenciales, el capacitador puede programar un seminario web con los participantes. En este caso, el capacitador debe organizar la fecha y la hora durante la sesión presencial y dar instrucciones a los participantes sobre cómo participar en el seminario web (los requisitos técnicos más la regla para participar en una sesión online).

- Si no hay opción para invitar a una persona a las sesiones, se recomienda al capacitador que revise el video y elija solo algunas secciones. El video dura 16 minutos, se puede acortar a 7-8 minutos, ponerlo en pausa y la discusión se puede hacer simultáneamente mientras se mira, en total puede tomar 20 minutos en lugar de 60 minutos.

1.6	<p>Cierre.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El formador trata de resolver todas las dudas y preguntas posibles. • El formador explica a los alumnos cómo será la próxima sesión de formación online y qué se espera de ellos, y explica de manera específica las actividades que se realizarán en ella. • El formador les pide a los alumnos retroalimentación, • El entrenador convoca a los estudiantes para la próxima sesión de formación F2F. <p>- Duración: 30 minutos. - Herramienta: PPT, plataforma de formación electrónica, espacio de trabajo conjunto y formador/mentor. - Incluir tiempo para preguntas e interacción.</p>
2	<p>SESIÓN ONLINE 1 – RECOMENDACIONES, DURACIÓN Y HERRAMIENTAS</p>
2.0	<p>El formador ya ha diseñado la sesión en línea y la ha subido a la plataforma de e-Training. Los participantes deben leer (y descargar, si lo desean), los materiales de capacitación (PPT, documento de Word, lecturas complementarias, etc.) para el Tema 2.</p>
2.1	<p>Actividad 1 Esta actividad online está relacionada con la sesión presencial en "Visión general de marca personal". ¿Para qué necesitas una marca personal? Los participantes descargan el libro electrónico de Colin Wright "Personal branding" y leen las secciones proporcionadas por el capacitador. Después de eso, deben enumerar algunas áreas en las que no esperaban encontrar aplicaciones de la marca personal. El objetivo de esta actividad es activar a los participantes para investigar el tema y darles una comprensión profunda y exhaustiva de la marca personal y lo que incluye a su propio ritmo. Tiempo: 1 hora Herramienta: libro electrónico PDF Lectura complementaria sobre la descripción de marca personal https://en.wikipedia.org/wiki/Personal_branding</p>



2.2	<p>Actividad 2</p> <p>Desarrollando una declaración personal</p> <p>Esta actividad se basa en el ejercicio dado en la sesión presencial "ACTIVIDAD 3 Identificación de principios rectores (3palabras)". Los alumnos ya deberían haber comenzado durante su actividad de clase con 3 palabras de identificación como principios rectores para su personalidad. Ahora deberían desarrollar más esos principios rectores en su declaración de misión. Cada uno de los participantes tienen que escribir sus declaraciones de misión y compartirlas, ya sea en el foro online o en persona con el profesor.</p> <p>La declaración de la misión no debe tener más de 5 oraciones.</p> <p>Tiempo: 1 hora</p> <p>Herramienta: Formato Word</p> <p>Lecturas complementarias sobre desarrollo de marca personal:</p> <p>https://sproutsocial.com/insights/personal-branding/</p> <p>https://www.levo.com/posts/3-steps-to-defining-your-personal-brand</p> <p>https://www.betterbrandingcourse.com/article/cohesive-branding-as-a-multi-passionate-creative</p> <p>http://www.creativeandcoffee.com/what-is-branding-why-is-it-so-important/http://freedomjunkies.com/how-do-i-put-myself-out-there-and-grow-my-brand-when-i-en-am-very-shy/</p> <p>Lectura complementaria en declaraciones de misión: https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/drewhendricks/2014/11/10/personal-mission-statement-of-14-ceos-and A menos que necesite aprender / & refURL = & referrer =</p> <p>https://well.blogs.nytimes.com/2015/01/05/personal-coaches-and-mission-statements/?_r=0</p>
-----	--

3	SESIÓN ONLINE 2 - DIRECTRICES, TIEMPOS Y HERRAMIENTAS
3.0	El formador ya ha diseñado la sesión en línea y la ha subido a la plataforma de e-Training. Los participantes deben leer (y descargar, si lo desean), los materiales de capacitación (PPT, documento de Word, lecturas complementarias, etc.) para el Tema 2.
3.1	<p>Actividad 3</p> <p>Elija en qué sitios de redes sociales desea estar presente y abra/registre su perfil allí. Se aconseja a los participantes que abran perfiles basados en sus declaraciones de misión, cuáles su propósito (encontrar un trabajo o comenzar su propio negocio). Para tomar la decisión correcta, las siguientes lecturas complementarias están a su disposición (consulte a continuación los enlaces). Pueden referirse a las infografías que se les muestran durante la sesión presencial en cualquier momento para respaldar su elección. Si algunos de los participantes afirman que ya están presentes en algunos de los sitios de redes sociales, se les recomienda que examinen cuidadosamente esos perfiles y si se usan más para la vida personal, o si son más para divertirse, se les invita a considerar la posibilidad de abrir otra cuenta en el mismo sitio de redes sociales pero para ser utilizada con fines profesionales.</p> <p>La elección de la presencia en las redes sociales también se puede hacer teniendo en cuenta la sesión presencial con respecto a la gestión de la presencia en las redes sociales. Por ejemplo, si una persona desea abrir su tienda online y es el único empleado, se les recomienda que estén presentes, no más de 2 sitios de redes sociales, ya que esto les permitirá mantener esos perfiles actualizados regularmente.</p> <p>Al finalizar esta actividad online, se invita a los participantes a compartir con el capacitador qué sitios de medios sociales han elegido. Luego, el capacitador les proporciona infografías sobre cómo mejorar aún más esos perfiles (seleccione la infografía respectiva sobre cómo mejorar superfil en... EX: LinkedIn, Facebook, etc.)</p> <p>Tiempo: 1 hora Herramienta: documento de Word</p> <p>Lectura complementaria sobre la elección de los sitios de redes sociales correctos: descripción general https://www.statista.com/statistics/260808/social-network-penetration-in-western-europe/ https://blog.pepper.com/these-are-europes-biggest-social-networks/</p> <p>Lectura gratuita sobre cómo seleccionar las redes sociales adecuadas para mí https://blog.wishpond.com/post/72672192941/social-media-marketing-which-platform-is-right-for https://www.searchenginepeople.com/blog/925-social-media-platforms-around-the-world.html</p> <p>ALTERNATIVA</p> <p>Tenga en cuenta que esta sesión online puede incluir ejercicios adicionales para los participantes en función de las decisiones que hayan tomado los capacitadores en la Actividad 1.5, es decir, si hay artículos para leer en la Actividad 1.5. Se incluyen aquí. En este caso, los participantes recibirán 0,5 horas adicionales para completar ambas tareas, incluida la que ya se describió anteriormente en esta sección.</p> <p>Si el capacitador toma la decisión de invitar a una persona a interactuar con los alumnos, pero durante la sesión online como un seminario web, podrían dar los ejercicios anteriores como actividades adicionales accesibles para los alumnos y utilizarla 1 hora para tener una discusión online entre el invitado y los alumnos. Si se elige esta opción, los participantes recibirán instrucciones antes del seminario web sobre la fecha y la hora de la reunión online, los requisitos técnicos y algunas reglas básicas para participar en una sesión online, según la herramienta elegida para el seminario web</p>

	<p>Ejemplo de las reglas :</p> <p>Todos los participantes pueden iniciar sesión/unirse al seminario web a la hora acordada</p> <p>Si alguien llega tarde, inicie sesión/únase en silencio e intente comprender y sumergirse en la discusión, no interrumpa la conversación para disculparse por llegar tarde;</p> <p>Siempre ponga su micrófono en silencio para evitar el ruido lateral;</p> <p>Si no puede conectarse, póngase en contacto con el profesor y espere pacientemente hasta que se resuelva el problema. No escriba a los participantes en la discusión ya que esto los distraerá.</p>
<p>3.2</p>	<p>Actividad 4</p> <p>Haz una estrategia para actualizar tu perfil de redes sociales.</p> <p>De la infografía cargada en la carpeta para esta sesión online, elija la infografía que sea para sus redes sociales preferidas y haga una estrategia de acuerdo con las instrucciones que se dan allí. (Por ejemplo, si ha seleccionado Facebook, elija la infografía que es para Facebook e intente hacer un plan de 1 mes sobre qué publicar en ese perfil)</p> <p>Lecturas complementarias sobre por qué administrar la marca personal: https://theundercoverrecruiter.com/things-damage-brand/</p> <p>Tiempo: 1 hora</p> <p>Herramienta: Infografía, documento Word.</p>
<p>3</p>	<p>FORMACIÓN TRANSVERSAL - ESPACIOS DE TRABAJO EN CO WORKING Y COACH/ MENTOR</p>
<p>3.1</p>	<p>Los alumnos tendrán acceso a un espacio de trabajo conjunto durante el curso en las instalaciones de la entidad organizadora de la formación. En estos espacios de trabajo conjunto, trabajarán en las actividades del curso de capacitación y también impulsarán sus planes y actividades de emprendimiento y trabajo por cuenta propia. Las instalaciones tendrán conexión a internet y los participantes del curso de capacitación podrán decidir asistir a las sesiones en línea en estos espacios.</p> <p>En relación con DETA 2, los alumnos trabajarán en:</p> <p>Actualización de autodiagnóstico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los participantes probarán y utilizarán varias herramientas de autodiagnóstico de marca personal disponibles, proporcionadas por los capacitadores. • Los participantes actualizarán su autodiagnóstico y los presentarán como "cosas para mejorar" en el plan de autoempleo. • Actualización del Plan de Autoempleo • Los participantes se profundizarán y evaluarán qué tipo de marca personal necesitan para participar en entornos y plataformas de SHE y cómo podrían ajustarse mejor a su propio plan de autoempleo.



<p>3.2</p>	<p>Los alumnos recibirán apoyo a lo largo del curso durante el curso (en línea y/o F2F) de un formador/mentor, quien los ayudará a desarrollar las actividades y tratará de responder las dudas que puedan surgir. El soporte puede ser en línea y/o F2F.</p> <p>El objetivo principal de este formador/mentor es facilitar a los aprendices, no solo lograr los objetivos de la capacitación, sino que también deben apoyar sus planes de emprendedores o de autoempleo.</p> <p>El formador/mentor, proporciona, facilitará una agenda alternativa con eventos de SHE y NFE, foros, programas de televisión, artículos de prensa, etc., para mantener a los alumnos actualizados con todo lo que sucede en torno a los conceptos de SHE y NFE en sus ciudades y en el mundo.</p> <p>El formador/mentor también impulsará el intercambio de conocimientos entre los participantes.</p> <p>Respecto a DETA 5.2, el formador/mentor, hará un seguimiento de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sesión online 1, actividad 1 y 2. • Sesión online 2, actividad 3 y 4. • Conocimientos compartidos en el espacio co-virtual, respondiendo las preguntas enviadas por los alumnos, reflexiones, noticias que él o ella ha encontrado, etc. • Profesor/Maestro tendrá que estar disponible en el horario de control para el apoyo a los alumnos.
------------	---