



GUÍA DOCENTE
**REPUTACIÓN ONLINE Y MARCA
PERSONAL EN ENTORNOS
DIGITALES**

Coordinación: ROCA TORRUELLA, XAVIER

Año académico 2017-18

Información general de la asignatura

Denominación	REPUTACIÓN ONLINE Y MARCA PERSONAL EN ENTORNOS DIGITALES			
Código	14285			
Semestre de impartición	1R Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Máster Universitario en Marketing de Medios Sociales	1	OBLIGATORIA	Semipresencial
Número de créditos ECTS	6			
Grupos	1GG			
Créditos teóricos	3			
Créditos prácticos	3			
Coordinación	ROCA TORRUELLA, XAVIER			
Departamento/s	ADMINISTRACIO D'EMPRESES			
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	(10%) 15h presencials (90%) 135h treball autònom			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	inglés			
Distribución de créditos	Xavier Roca Torruella 4,5 Eduard Cristóbal Fransi 1,5			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica profesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
CRISTÓBAL FRANSI, EDUARDO MARCOS	ecristobal@aegern.udl.cat	1,5	
ROCA TORRUELLA, XAVIER	xroca@aegern.udl.cat	4,5	

Información complementaria de la asignatura

La asignatura de Reputación online y marca personal en entornos digitales está enmarcada en el módulo de marketing de medios sociales, junto con las materias de Social Media Commerce, Redes Sociales, Recursos Web y Tecnologías Móviles y e-Marketing.

La materia de Reputación online y marca personal en entornos digitales estudia como la gestión de la marca personal puede sacar el máximo partido de los canales digitales. Estamos viviendo una auténtica revolución digital que está cambiando radicalmente las reglas de juego de la mayoría de sectores de actividad y de negocios. También está permitiendo que las personas y los profesionales tengan a nuestro alcance herramientas de comunicación que hace unos años estaban sólo en manos de grandes empresas e instituciones. Veremos cómo las personas y los profesionales podemos utilizar eficientemente estos canales digitales. Trabajaremos temas como las páginas web y los blogs. También aprenderemos a cómo mejorar el posicionamiento online de la marca personal con técnicas SEO/SEM. Conoceremos las principales redes sociales para potenciar la marca personal. Finalmente ayudaremos a gestionar toda la presencia de la marca personal en el mundo online, como evaluar periódicamente la influencia social, hacer un cuidadoso seguimiento de la reputación online y a la vez gestionarlo de forma eficiente utilizando herramientas que facilitan la presencia online de las marcas personales.

Objetivos académicos de la asignatura

Al finalizar esta asignatura el estudiante tiene que saber:

- Entender el concepto de reputación digital y sus elementos fundamentales.
- Diseñar la estrategia para construir una adecuada reputación digital.
- Conocer formas de auditoría y autoanálisis de la reputación digital.
- Entender el concepto de marca, sus pilares y los beneficios de tener una buena marca.
- Comprender el concepto y gestión de la marca personal
- Utilizar las herramientas de marketing 2.0 para comunicar la propuesta de valor de la marca personal.

Competencias

Competencias

Básicas

CB1 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de búsqueda.

CB2 Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o

poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB3 Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB4 Saber comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de una manera clara y sin ambigüedades.

CB5 Poseer las habilidades de aprendizaje que los permitan continuar estudiando de una manera que tendrá que ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Generales

CG1 Analizar y sintetizar ideas, datos y contenidos

CG2 Organizar y planificar recursos y personas

CG3 Trabajar en equipo y liderar

CG4 Razonar y evaluar de forma crítica

CG5 Asegurar la calidad

CG6 Trabajar y aprender de forma autónoma

CG7 Aplicar el conocimiento a la práctica

CG8 Tomar decisiones estratégicas que tengan en cuenta los condicionantes económicos, culturales, sociales y políticos específicos.

CG9 Expresarse correctamente de forma oral y escrita

CG10 Dominar una lengua extranjera

CG11 Dominar las TIC

CG12 Respetar los derechos fundamentales

Específicas

CE5 Emplear tácticas y técnicas para la participación y dinamización de comunidades virtuales.

CE7 Medir y mejorar la reputación online en entornos digitales, especialmente en medios sociales.

Contenidos fundamentales de la asignatura

1. El concepto de marca personal:

- a. Marca personal o personal *branding*
- b. Historia del *personal branding*
- c. Ventajas de tener una buena marca personal

2. La gestión de tu marca personal:

- a. Autoconocimiento
- b. Estrategia
- c. Comunicación

3. Elaboración del mensaje
4. Definición del público objetivo de la acción de comunicación
5. Herramientas de marketing digital (web/blog personal, redes sociales, SEO/SEM, email marketing...)
6. Medida y gestión de la reputación digital

Ejes metodológicos de la asignatura

- Clase magistral teórica
- Clase práctica
- Seminario/ taller/ conferencia
- Tutoría
- Trabajos individuales y en grupo
- Trabajo y estudio autónomo

Plan de desarrollo de la asignatura

Fechas (Semanas)	Descripción:	Actividad Presencial	HTP (2) (Horas)	Actividad trabajo autónomo	HTNP (Horas)
Primera Sesión	Presentación asignatura Temas 1 y 2.	Atención a la exposición	4	Captura del programa y bibliografía Estudio de los materiales	35
Segunda Sesión	Temas 3 y 4	Atención a la exposición	4	Caso práctico: creación del mensaje personal y definición del público objetivo.	35
Tercera Sesión	Temas 5 y 6	Atención a la exposición	4	Caso práctico: definición de la estrategia de marketing digital	35
Cuarta Sesión	Presentación y entrega de trabajos	Atención a las exposiciones y presentación de los trabajos	3	Estudio de los materiales Finalización del trabajo, y preparación de la exposición	30

(2)HTP = Horas de Trabajo Presencial

(3)HTNP = Horas de Trabajo No Presencial

Sistema de evaluación

La evaluación tiene en cuenta: Asistencia a las sesiones presenciales de clase (25%), entrega de las actividades encomendadas (25%), realización y presentación de un trabajo final (50%).

Bibliografía y recursos de información

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA y COMPLEMENTARIA

Libro de referència: Desmárcate – desarrolla cono éxito tú marca personal.

Libros en castellano:

30 minutos para venderse bien. Tony Atherton (Granica)
50 clavos para hacer de usted una marca. Tom Peters (Deusto)
Construya su Marca Personal. Eleri Sampson (Gedisa)
Construyendo la propia marca. Manuel Schneer (Granica)
Expertología. Andrés Pérez Ortega (Alienta)
Marca Personal. Andrés Pérez Ortega (ESIC)
Marca Personal para Dummies. Andrés Pérez Ortega (Para Dummies)
Sea su propia marca. David McNally / Karl D. Speak (Gestión 2000)
Te van a oír. Andrés Pérez Ortega (Alienta)
Tú Marca Personal. Hubert K. Rampersad (LID)
Tú Marca Personal. Roberto Álvarez de Blanco
Tú marca Profesional. Fabian Gonzalez H (Plataforma Editorial)
Usted S.A.. Inés Templo. (Norma)
USTED S.A.. William Bridges (Grijalbo)
Y tú, ¿qué marca eras?. Neus Arqués (Alienta)
Yo 2.0. Dan Schawbel (Conecta)

Libros en inglés:

5 Steps to a Powerful Personal Brand. Sherri Thomas
Be Your Own Brand. David McNally / Karl D. Speak
Become the brand of choice. Jason Hartman (HM)
Brain tattoos. Karen Puesto (AMACOM)
Brand Yourself. David Andrusia / Rick Haskins (BB)
Branding Yourself. Erik Deckers / Kyle Lacy (QUE)
Branding yourself. Mary Spillane (PAN)
Build your own life brand. Stedman Graham (FP)
Career Distinction. William Arruda / Kirsten Dixson (WILEY)
Creative Personal Branding. Jürgen Salenbacher
Crush It. Gary Vaynerchuk
Get what you deserve!. Jay Levinson / Seth Godin (Avon books)
How to sell yourself. Arch Lustberg (Career Press)

- How you are like shampoo for job seekers. Brenda Bence (Global Insight)
- How You are Like Shampoo. Brenda Bence (Global Insight)
- Make a Name for Yourself. Roben Fisher Roffer (Broadway)
- Managing brand me. Thomas Gad / Anette Rosencreutz (Pearson)
- Managing brand you. Jerry S. Wilson / Ira Blumenthal (Amacom)
- May Y have your attention. Chris Hilicki
- Me 2.0. Dan Schawbel (Kaplan)
- Personal Publicity Planner. Marion E. Gold (Brittany Publications)
- Personal Branding for Dummies. Susan Chritton
- Red Ferio Branding. Liz Goodgold
- Rockable Personal Branding. Skellie
- Stand Out!. Simon Vetter
- The 10Ks of Personal Branding. Kaplan Mobray (y Universe)
- The brand called you. Peter Montoya / Tim Vandehey (Personal Branding Press)
- The Brand YU Life. Hajj E. Flemings
- The Completo Idiot's Guide tono Branding Yourself. Sherry Beck Paprocki / Ray Paprocki (Alpha)
- The Female Brand. Catherine Kaputa
- The Leader's Edge. Susan Hodgkinson (y Universe)
- The Personal Branding Phenomenon. Peter Montoya (Personal Branding Press)
- The Power of Personal Branding. Tim O'Brien (MP)
- Uno R a Brand. Catherine Kaputa (DB PUBLISHING)
- You, Inc.. Harry Beckwith / Christine Clifford Beckwith (Warner Business Books)