

Cas: l'empremta digital que va costar (o va salvar) l'entrevista

Estudi de cas en parelles sobre com la identitat i l'empremta digital influïxen en un procés de selecció real. L'alumnat analitza els perfils en línia de dos candidats al mateix lloc, decidix a qui contractaria com a reclutador i dissenya després un pla de sanejament i construcció de marca personal per al candidat descartat.

DURADA

55 min · 1 sessió

AGRUPAMENT

parelles

UNITAT 5

Aprenentatge autònom i identitat digital

MATERIALS

- Fitxes dels dos candidats amb el seu rastre digital (incloses davall, fotocopiables)
- Criteris d'avaluació del reclutador (inclosos davall)
- Plantilla de pla de sanejament i marca personal (inclosa davall)
- Resum d'identitat, empremta digital i marca personal projectat

ENCAIX CURRICULAR · Sabers RA5.a, RA5.b, RA5.c, RA5.d · Comp. específiques RA5 · Comp. clau CD, CPSAA, CCL

Plantejament

Quan envies un currículum, el reclutador no llig només eixe paper: et busca a internet. Ho fa quasi sempre, encara que no ho diga. El que trobe —o no trobe— pesa en la decisió tant com la teua formació. La Unitat 5 ha distingit identitat digital, empremta digital i marca personal, i ha explicat com construir un perfil professional coherent. En este cas et poses a l'altre costat de la taula: eres tu qui selecciona.

Trebal·leu en parelles com a reclutadors d'una empresa que busca cobrir un lloc. Teniu dos candidats amb la mateixa titulació i currículums semblants, però amb rastres digitals molt distints. Haureu de decidir a qui contracteu i justificar-ho, i després dissenyar un pla perquè el candidat descartat millore la seua presència en línia de cara a la pròxima oportunitat. Perquè demà eixe candidat podrieu ser vosaltres.

La teua empremta digital parla de tu fins i tot quan tu no estàs davant. La pregunta no és si et buscaran, sinó què trobaran quan ho facen.

Objectius didàctics

- Distingir identitat digital, empremta digital i marca personal aplicades a un cas real.
- Avaluar l'impacte de la presència en línia en un procés de selecció.
- Reconèixer quins elements d'un perfil digital sumen i quins resten ocupabilitat.
- Dissenyar un pla de sanejament de l'empremta digital i de construcció de marca personal.
- Aplicar criteris de netiqueta i coherència professional al perfil propi.

Passos

- 1. Enquadrament (5 min).** El professor recorda els conceptes clau i aclaria que la majoria de reclutadors consulten les xarxes dels candidats.

2. **Lectura dels candidats (10 min).** Cada parella llig les fitxes dels dos candidats: currículum equivalent, però distint rastre digital (LinkedIn, xarxes públiques, resultats de busca).
3. **Decisió de selecció (15 min).** Com a reclutadors, decidixen a qui contracten usant els criteris d'avaluació. Anoten tres raons digitals (no de formació) que inclinen la balança.
4. **Pla per al descartat (20 min).** Dissenyen un pla en dues parts per al candidat no triat: **sanejament** (què eliminar, ajustar la privacitat o corregir) i **construcció** (què crear o reforçar per a una marca personal professional: LinkedIn, portfoli, contingut del sector).
5. **Posada en comú (5 min).** Algunes parelles exposen la seua decisió i el seu pla. El professor tanca amb la idea que la marca personal no s'improvisa el dia abans de l'entrevista.

Els dos candidats (fotocopiables)

Candidat 1 — Àlex

- Titulació i pràctiques equivalents al lloc.
- LinkedIn buit, sense foto, només el nom.
- En una busca apareixen comentaris públics agressius a xarxes i fotos poc cuidades amb contingut sensible.
- Email de contacte: `elcrack_de_la_fiesta@correo.com`.
- Sense portfoli ni rastre professional del sector.

Candidat 2 — Berta

- Mateixa titulació i pràctiques que Àlex.
- LinkedIn complet: foto adequada, titular professional, pràctiques i competències descrites, recomanació del seu tutor de FCT.
- Compartix de tant en tant contingut del sector i participa en grups professionals.
- Email: `berta.lopez.profesional@correo.com`.
- Xarxes personals amb privacitat ben configurada; el públic és neutre o professional.

Criteris del reclutador

A qui contractem? Valora de cada candidat:

- Coherència professional del perfil
- Absència de contingut que danye l'empresa
- Marca personal i coneixement del sector
- Cura de la imatge i la netiqueta

Plantilla de pla per al candidat descartat

PLA DE MILLORA DIGITAL · Candidat: _____

1. SANEJAMENT (què llevar / ajustar)
 -
 -
2. CONSTRUCCIÓ (què crear / reforçar)
 - LinkedIn:
 - Portfoli / contingut del sector:
 - Email i dades de contacte:
3. NETIQUETA (3 normes de conducta en línia)
 -

Críteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Decisió justificada	Tria amb raons digitals, no de formació	25 %
Lectura de l'empremta	Distingix quins elements sumen i quins resten	25 %
Pla de sanejament	Proposa accions concretes i realistes	20 %
Pla de marca personal	Construïx una presència professional coherent	20 %
Netiqueta	Formula normes de conducta en línia aplicables	10 %

Variants i extensions

- **Variant autoauditoria.** Després del cas, cada alumne es busca a si mateix al cercador i aplica el mateix pla a la seua pròpia empremta digital (auditoria creuada amb la parella).
- **Variant perfil fals positiu.** Afegir un tercer candidat amb LinkedIn impecable però contingut inflat o fals; debatre el risc de la marca personal exagerada.
- **Connexió amb la Unitat 6.** El candidat seleccionat passa al procés de contractació, on es treballa el contracte i la nòmina.

Material obert de profedeeconomia.es · Llicència Creative Commons BY-NC-SA · Currículum LOMLOE