

Construïx la teua marca personal: proposta de valor, titular i perfil de LinkedIn professional

En dos sessions cada alumne definix la seua proposta de valor professional en una frase, la convertix en un titular i un resum de LinkedIn, audita la seua empremta digital prèvia i publica un perfil real. Tancament amb auditoria creuada entre companys que actuen com a reclutadors.

DURADA

110 min · 2 sessions

AGRUPAMENT

individual + auditoria creuada per parelles

UNITAT 2

La teua marca personal: comunicació i presència digital professional

MATERIALS

- Ordinador amb accés a internet (un per alumne)
- Compte de LinkedIn (creat en classe qui no el tinga)
- Foto de fons neutre: paret llisa, llum natural lateral i un mòbil per a fer-la en classe
- Plantilla de proposta de valor (inclosa davall)
- Checklist d'auditoria d'empremta digital (busca del propi nom en Google en mode incògnit)
- Rúbrica de perfil de LinkedIn per a l'auditoria creuada, compartida en digital

ENCAIX CURRICULAR · Sabers RA1.e, RA1.f, RA1.g, RA1.h · Comp. específiques RA1 · Comp. clau CD, CCL, CPSAA

Plantejament

La teua marca personal existix la treballes o no: és el que un reclutador troba quan busca el teu nom. Esta activitat la posa a treballar a favor teu. En dos sessions passaràs d'una frase difusa («se'm dona bé el meu») a una **proposta de valor professional** clara, i d'ací a un **perfil de LinkedIn públic i real** alineat amb el teu objectiu. No és un exercici de classe: en acabar tindràs un perfil que pots ensenyar demà en una entrevista.

A diferència del kit d'ocupació d'IPE I, ací el focus no és només el CV en paper, sinó la **presència digital viva** i la **gestió conscient de la reputació**. La part que més sorprén a l'alumnat és l'auditoria de l'empremta prèvia: vore què ix d'un mateix en Google sol ser el millor argument per a començar a cuidar-la.

Objectius didàctics

- Formular una proposta de valor professional pròpia: què aportes, a qui i què et diferencia d'altres perfils amb la mateixa titulació.
- Traduir eixa proposta a un titular i un resum de LinkedIn coherents i sense adjectius buits.
- Auditar la pròpia empremta digital i aplicar mesures de protecció de la reputació (privacitat, tancament de comptes, dret a l'oblit si escau).
- Avaluar el perfil d'un company des de la mirada d'un reclutador, amb criteris objectius.

Plantilla de proposta de valor

Ajude a [a qui: tipus d'empresa o client]
a [quin problema resols o què aconseguixes]
gràcies a [el teu títol + el teu diferencial concret].

Exemple: “Ajude a tallers menuts a tindre la comptabilitat al dia i sense ensurts amb Hisenda, gràcies al meu cicle d'Administració i a la meua obsessió per l'ordre i els terminis.”

Passos

Sessió 1 — Proposta de valor i empremta digital (55 min)

- 1. De la frase difusa a la proposta (20 min).** Cada alumne completa la plantilla de proposta de valor en tres versions i tria la més honesta i concreta. El professor recorda: comunicar el que de veritat aportes, no inventar un personatge.
- 2. Auditoria d'empremta digital (20 min).** Busca del propi nom en Google en mode incògnit. Amb el checklist s'anota què apareix, què convé corregir (comptes abandonats, fotos antigues, ajustos de privacitat) i si escau sol·licitar el dret a l'oblit. Es redacta mitja pàgina de conclusions.
- 3. Foto professional en classe (15 min).** Fons neutre, llum lateral, pla cap i muscles. El company de taula fa la foto.

Sessió 2 — Perfil de LinkedIn i auditoria creuada (55 min)

- 1. Titular i resum (25 min).** Titular amb la fórmula estudis + què busques + diferencial (res de «Estudiant» a seques). Resum de 200-300 paraules en primera persona, derivat de la proposta de valor, sense frases buides.
- 2. Apartats restants (10 min).** Formació, experiència o pràctiques, aptituds (almenys cinc) i un projecte del títol que servisca de portafoli embrionari.
- 3. Auditoria creuada com a reclutadors (15 min).** Per parelles s'intercanvien els perfils i s'avaluen amb la rúbrica responnent: «en sis segons entenc què ofereix esta persona?», «el titular diu alguna cosa o està buit?», «el resum té una dada distintiva?».
- 4. Ajust final i connexió (5 min).** Cadascú aplica dos millores i sol·licita connexió al professor i a dos companys.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Claredat de la proposta de valor	Una frase concreta que diu què aporta, a qui i el seu diferencial	25 %
Qualitat del perfil de LinkedIn	Titular descriptiu, resum sense adjectius buits, apartats complets, foto adequada	30 %
Auditoria d'empremta digital	Conclusions reals i almenys una mesura de protecció aplicada	20 %
Rigor en l'auditoria creuada	Avalua el perfil del company amb la rúbrica i aporta millores útils	15 %
Coherència del conjunt	Proposta, titular, resum i aptituds apunten al mateix objectiu professional	10 %

Variants i extensions

- **Variant portafoli.** Qui tinga una família professional molt visual (imatge, informàtica, fusta, estètica) munta a més un portafoli senzill amb tres projectes i l'enllaça des de LinkedIn.

- **Variant enviament real de connexió.** Amb consentiment, connectar amb el compte del centre i amb una empresa del sector on l'alumne va fer o farà la FCT.
- **Connexió amb la Unitat 3.** Les aptituds que l'alumne declara en LinkedIn s'entrenen i es demostren en les dinàmiques de competències de la unitat següent.

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