

Construye tu marca personal: propuesta de valor, titular y perfil de LinkedIn profesional

En dos sesiones cada alumno define su propuesta de valor profesional en una frase, la convierte en un titular y un resumen de LinkedIn, audita su huella digital previa y publica un perfil real. Cierre con auditoría cruzada entre compañeros que actúan como reclutadores.

DURACIÓN

110 min · 2 sesiones

AGRUPACIÓN

individual + auditoría cruzada por parejas

UNIDAD 2

Tu marca personal: comunicación y presencia digital profesional

MATERIALES

- Ordenador con acceso a internet (uno por alumno)
- Cuenta de LinkedIn (creada en clase quien no la tenga)
- Foto de fondo neutro: pared lisa, luz natural lateral y un móvil para hacerla en clase
- Plantilla de propuesta de valor (incluida abajo)
- Checklist de auditoría de huella digital (búsqueda del propio nombre en Google en modo incógnito)
- Rúbrica de perfil de LinkedIn para la auditoría cruzada, compartida en digital

ENCAJE CURRICULAR · Saberes RA1.e, RA1.f, RA1.g, RA1.h · Comp. específicas RA1 · Comp. clave CD, CCL, CPSAA

Planteamiento

Tu marca personal existe la trabajes o no: es lo que un reclutador encuentra cuando busca tu nombre. Esta actividad la pone a trabajar a tu favor. En dos sesiones pasarás de una frase difusa (“se me da bien lo mío”) a una **propuesta de valor profesional** clara, y de ahí a un **perfil de LinkedIn público y real** alineado con tu objetivo. No es un ejercicio de clase: al terminar tendrás un perfil que puedes enseñar mañana en una entrevista.

A diferencia del kit de empleo de IPE I, aquí el foco no es solo el CV en papel, sino la **presencia digital viva** y la **gestión consciente de la reputación**. La parte que más sorprende al alumnado es la auditoría de la huella previa: ver qué sale de uno mismo en Google suele ser el mejor argumento para empezar a cuidarla.

Objetivos didácticos

- Formular una propuesta de valor profesional propia: qué aportas, a quién y qué te diferencia de otros perfiles con la misma titulación.
- Traducir esa propuesta a un titular y un resumen de LinkedIn coherentes y sin adjetivos vacíos.
- Auditar la propia huella digital y aplicar medidas de protección de la reputación (privacidad, cierre de cuentas, derecho al olvido si procede).
- Evaluar el perfil de un compañero desde la mirada de un reclutador, con criterios objetivos.

Plantilla de propuesta de valor

Ayudo a [a quién: tipo de empresa o cliente]
a [qué problema resuelves o qué consigues]
gracias a [tu título + tu diferencial concreto].

Ejemplo: “Ayudo a talleres pequeños a tener la contabilidad al día y sin sustos con Hacienda, gracias a mi ciclo de Administración y a mi obsesión por el orden y los plazos.”

Pasos

Sesión 1 — Propuesta de valor y huella digital (55 min)

- 1. De la frase difusa a la propuesta (20 min).** Cada alumno completa la plantilla de propuesta de valor en tres versiones y elige la más honesta y concreta. El profesor recuerda: comunicar lo que de verdad aportas, no inventar un personaje.
- 2. Auditoría de huella digital (20 min).** Búsqueda del propio nombre en Google en modo incógnito. Con el checklist se anota qué aparece, qué conviene corregir (cuentas abandonadas, fotos antiguas, ajustes de privacidad) y si procede solicitar el derecho al olvido. Se redacta media página de conclusiones.
- 3. Foto profesional en clase (15 min).** Fondo neutro, luz lateral, plano cabeza y hombros. El compañero de mesa hace la foto.

Sesión 2 — Perfil de LinkedIn y auditoría cruzada (55 min)

- 1. Titular y resumen (25 min).** Titular con la fórmula estudios + qué buscas + diferencial (nada de “Estudiante” a secas). Resumen de 200-300 palabras en primera persona, derivado de la propuesta de valor, sin frases huecas.
- 2. Apartados restantes (10 min).** Formación, experiencia o prácticas, aptitudes (al menos cinco) y un proyecto del título que sirva de portfolio embrionario.
- 3. Auditoría cruzada como reclutadores (15 min).** Por parejas se intercambian los perfiles y se evalúan con la rúbrica respondiendo: “¿en seis segundos entiendo qué ofrece esta persona?”, “¿el titular dice algo o está vacío?”, “¿el resumen tiene un dato distintivo?”.
- 4. Ajuste final y conexión (5 min).** Cada uno aplica dos mejoras y solicita conexión al profesor y a dos compañeros.

Criterios de evaluación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Claridad de la propuesta de valor	Una frase concreta que dice qué aporta, a quién y su diferencial	25 %
Calidad del perfil de LinkedIn	Titular descriptivo, resumen sin adjetivos vacíos, apartados completos, foto adecuada	30 %
Auditoría de huella digital	Conclusiones reales y al menos una medida de protección aplicada	20 %
Rigor en la auditoría cruzada	Evalúa el perfil del compañero con la rúbrica y aporta mejoras útiles	15 %
Coherencia del conjunto	Propuesta, titular, resumen y aptitudes apuntan al mismo objetivo profesional	10 %

Variantes y extensiones

- **Variante portfolio.** Quien tenga una familia profesional muy visual (imagen, informática, madera, estética) monta además un portfolio sencillo con tres proyectos y lo enlaza desde LinkedIn.
- **Variante envío real de conexión.** Con consentimiento, conectar con la cuenta del centro y con una empresa del sector donde el alumno hizo o hará la FCT.
- **Conexión con la Unidad 3.** Las aptitudes que el alumno declara en LinkedIn se entrenan y se demuestran en las dinámicas de competencias de la unidad siguiente.

Material abierto de profedeeconomia.es · Licencia Creative Commons BY-NC-SA · Currículo LOMLOE