



La teua marca personal: comunicació i presència digital professional

La teua marca personal és el que diuen de tu quan ixes de la sala. En un mercat on competixes amb milers de titulacions idèntiques a la teua, no guanya qui més val en abstracte, sinó qui millor comunica el que val. Esta unitat convertix el teu perfil en un missatge clar: CV, portafolis i presència digital alineats cap al mateix objectiu professional.



Temps estimat de lectura: ~22 min · Resultat d'aprenentatge: RA1 (selecciona oportunitats d'ocupació identificant les diferents possibilitats d'inserció), en la seua vessant de comunicació professional. · Prerequisits: Unitat 1 (mercat laboral i processos de selecció) i identitat digital d'IPE I.

“

La marca personal és la impressió que deixes en el món professional: el que pensen de tu quan ixes de la sala. En esta unitat aprendràs a construir-la sense convertir-te en un anunci continu: definir una proposta de valor en una frase, alinear CV, portafolis i LinkedIn amb el mateix missatge i gestionar la teua empremta digital abans que...



EL CAS

Sergio Beguería va començar amb un compte de Twitter durant la pandèmia; hui...

En la Unitat 1 vam veure que ixes al mercat competint amb milers de persones que tenen la teua mateixa titulació. Si el títol no et diferencia, què ho fa? La resposta és la teua marca personal: l'empremta que deixes, la percepció que els altres tenen de tu com a professional.

Es pot construir una carrera professional des de zero usant només una xarxa social, sense estructura prèvia ni contactes?



§ 1

Què és (i què no és) la marca personal



La regla d'or de la marca personal: un sol missatge en tots els canals

El personal branding o marca personal és la gestió conscient de la percepció que els altres tenen de tu com a professional. El concepte el va popularitzar el consultor Tom Peters en 1997 amb un article titulat, sense mitges tintes, "The Brand Called You": defensava que cada professional havia de pensar-se a si mateix com una...



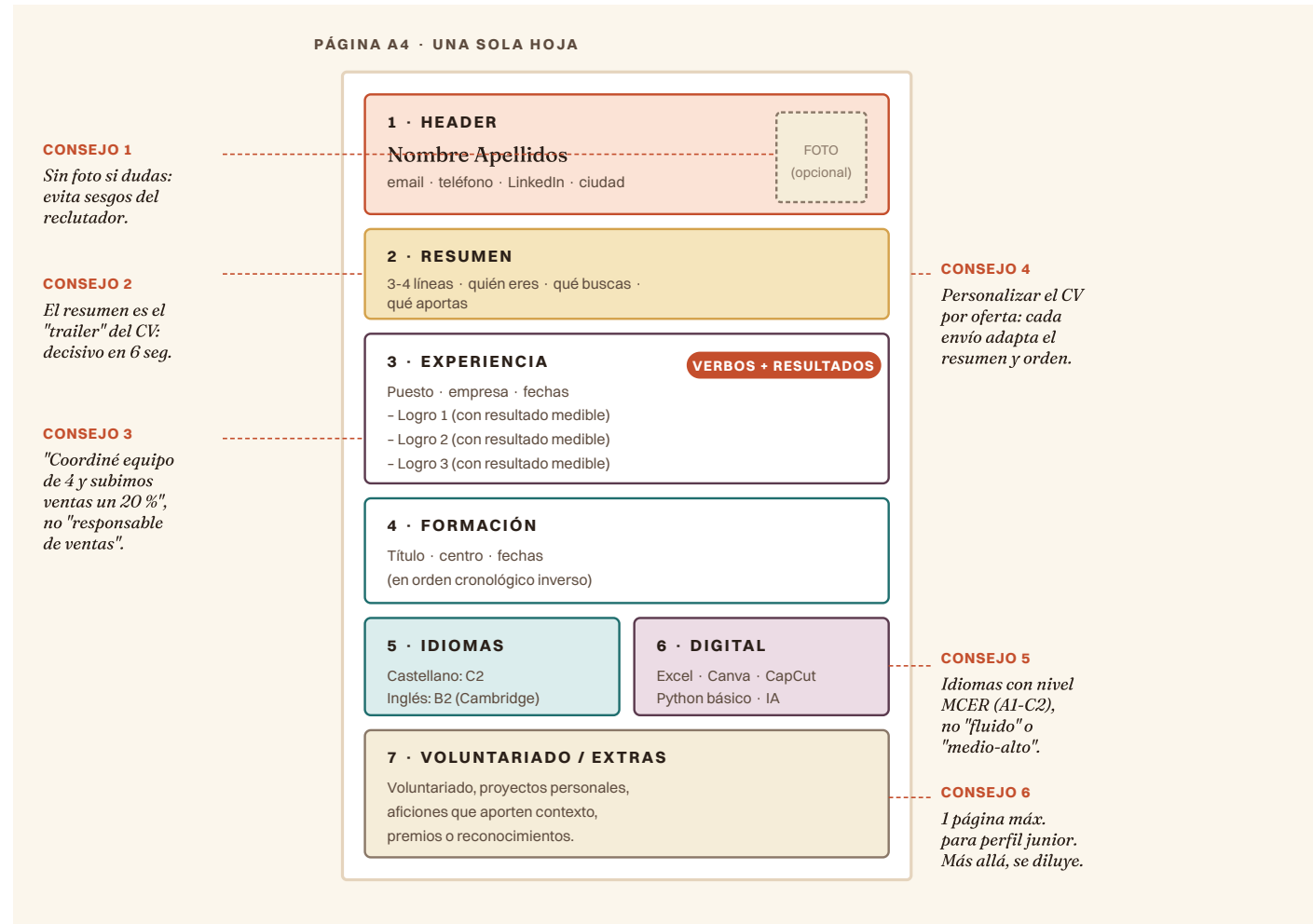
§ 2

El CV: la teua carta de presentació optimitzada



El currículum continua sent la peça central, però en IPE II l'abordem amb un gir respecte a etapes anteriors: hui el teu CV té dos lectors —un programari (l'ATS) i una persona— i ha de convèncer els dos. Pensar el CV per a l'ATS i per a l'humà.

Anatomía d'un CV optimitzat: estructura per blocs i consells perquè passe el filtre ATS i convença el reclutador.





El que descarta un CV de FP a la primera

Dades de contacte: nom, ciutat, email professional, telèfon, URL de LinkedIn i del portafolis. No incloure DNI complet, adreça exacta, estat civil ni edat si no és rellevant. Resum / proposta de valor: tres o quatre línies amb la teua proposta de valor professional. És el primer que es llig.



§ 3

El portafolis: demostra el que saps fer



En moltes famílies professionals de FP, dir que saps fer alguna cosa val menys que mostrar-ho. El portafolis és la col·lecció organitzada dels teus treballs i projectes que evidencia les teues competències amb proves, no amb paraules.



§ 4

LinkedIn: el teu CV viu i la teua xarxa professional



LinkedIn és la xarxa professional dominant a Espanya i Europa, amb més de mil milions de perfils al món (dada oficial LinkedIn, 2023). Per a un titulat de FP funciona com un CV viu, públic i sempre actualitzat, i com la principal ferramenta de networking digital per a accedir al mercat ocult que vam veure en la Unitat 1.



§ 5

Identitat i reputació digital



Quasi tots els reclutadors et buscaran a internet

La identitat digital és el conjunt de dades i informació que et representa a internet. La reputació digital és la valoració —positiva o negativa— que els altres fan d'eixa identitat. I l'empremta digital és el rastre acumulat que deixes: publicacions, fotos, comentaris, "m'agrada", comptes actius i abandonats.



§ 6

Glossari



Marca personal (personal branding): gestió conscient de la percepció que els altres tenen de tu com a professional.

Proposta de valor professional: resposta breu a què aportes, a qui i què et diferencia; fonament de la marca personal. Identitat digital: conjunt de dades i informació que et representa a internet.



§ 7

Per a aprofundir



Si vols construir la teua marca personal amb ferramentes reals, estos recursos oficials i de referència són un bon punt de partida: Plataforma Europass — Comissió Europea (europass.europa.eu). Per què encaixa: genera gratis el teu CV i carta en format europeu llegible, el tradueix a qualsevol llengua de la UE i exporta a PDF.



§ 8

Preguntas per a reflexionar



Servixen per a discutir a classe o per a pensar individualment en tancar la unitat: On està la línia entre "comunicar bé el teu valor" i "vendre't de més"? És marca personal honesta destacar els teus èxits, o comença a ser engany en algun punt? La teua empremta digital de fa anys pot condicionar la teua candidatura hui.



§ 9

Cap a la Unitat 3



Ja saps presentar-te: tens proposta de valor, CV, portafolis i presència digital coherents. Però una marca personal només se sosté si darrere hi ha substància real. En la Unitat 3 entrem en eixa substància: les competències per a l'ocupació —personals, socials i emocionals— que les empreses valoren tant o més que el títol.

Fins aquí la teoria

Continua al llibre de la unitat.