



## **SYLLABUS DE LA ASIGNATURA**

### **“PERSONAL BRANDING: UNA MARCA PERSONAL RESPONSABLE”**

**Profesor: María Pilar Mir Jouannet**

**Periodo Académico: Primer semestre 2014**

#### **1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA**

Este curso de educación general, busca ser un aporte para los estudiantes que cursan diferentes carreras. El alumno a través de la metodología Personal Branding adquirirá y manejará herramientas que le permitirán posicionarse en el imaginario social, como un individuo de Marca Personal Responsable.

Los blogs y las redes sociales son plataformas en las que se tejen conversaciones y se construyen realidades que llevan a la acción, por ello, es necesario generar la toma de consciencia en los jóvenes sobre el impacto que sus palabras pueden llegar a provocar e invitarlos a que usen las plataformas con fines profesionales y filantrópicos.

El curso taller entregará una breve reseña de lo que es el Personal Branding, Marca Personal y la Responsabilidad Social y quienes son los principales exponentes, como también, se realizarán trabajos prácticos individuales y grupales para estimular en los alumnos valores, actitudes y conductas socialmente responsables.

#### **2. PRERREQUISITOS, CO-REQUISITOS Y HORAS PEDAGÓGICAS**

- Prerrequisito: El Curso no posee Prerrequisitos
- Co-requisito : El Curso no posee Co-requisitos
- Horas Pedagógicas: 2 horas teóricas/prácticas a la semana

### **3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

#### **Contenidos mínimos:**

- a) Aproximación conceptual de la Responsabilidad Social.
- b) Valores, actitudes y conductas responsables.
- c) Diseño de proyectos individuales y grupales, actividades de servicio a la comunidad y difusión por medio de las redes sociales.
- d) Conceptos básicos y reseña histórica de la Marca Personal y Personal Branding.

#### **Aprendizajes Esperados**

Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de:

- a) Conocer y comprender el trabajo desarrollado por los diferentes autores y exponentes de Responsabilidad Social y Marca Personal.
- b) Integrar la metodología Personal Branding en el desarrollo de la Marca Personal.
- c) Identificar habilidades que le permitan potenciar aspectos personales y sociales por medio del autoconocimiento, planificación y posicionamiento de su propia Marca Personal.
- d) Aplicar las herramientas adquiridas sobre redes sociales, para dar a conocer su perfil personal y social a través de la estrategia de Personal Branding.
- e) Distinguir el valor de la Responsabilidad Social, con el fin de generar competencias y sustento teórico suficiente para el diseño e implementación de proyectos de servicio y marketing social. Incluye sensibilización al aprendizajes de más alto nivel.
- f) Identificar problemáticas de carácter social en un entorno cercano, para ser trabajadas por medio del Personal Branding y las estrategias de Responsabilidad Social.
- g) Diseñar proyectos o acciones tendientes a la promoción social de su entorno y transferir positivamente a través de las redes sociales. Demostrar predisposición favorable hacia el hacer y hacia la incorporación de Responsabilidad Social en su vida y en su condición de estudiante universitario

#### 4. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Nº	Unidad	Tipo de evaluación	Ponderación		Fecha
1	I	Prueba de desarrollo (primera solemne)	25%	70%	Semana Nº 5
2	I-II-III	Exposición + informe escrito+ controles de lecturas	20 %		Clase a clase (acumulativos)
3	II	Proyecto individual	25%		Semana Nº 9
4	III	Proyecto grupal (segunda solemne)	30%		Semana Nº 14
5	Examen	Ensayo	100%	30%	Semana Nº 16

#### 5. CALENDARIO DE CONTENIDOS Y ACTIVIDADES

Tipo de Actividad	Actividad de aprendizaje	Formato y medio de entrega de tareas	Política de evaluación y entregas atrasadas
<b>UNIDAD I</b> <b>Aproximación a la, Marca Personal y Personal Branding y Responsabilidad Social</b> ”	<p>- Los estudiantes conocerán los principales conceptos, teorías y exponentes del PB, Marca Personal y Responsabilidad Social.</p> <p>-Deberán identificar conceptos asociados a la personalidad y a conceptos corporativos, tales como, identidad personal, imagen personal y pública, públicos objetivos, ciclo de vida profesional, posicionamiento personal, MKT social, etc.</p> <p>-Aproximación a los conceptos de Responsabilidad:</p>	<p>Se les entregará vía intranet o en clases lecturas de contenido y en base a cada una de ellas, se trabajará por medio de distintas actividades grupales.</p> <p>Clase a clase se entregarán actividades que serán evaluadas.</p>	<p>-Se realizarán controles de lectura, análisis de casos, foros de discusión.</p> <p>-Trabajos en equipo.</p> <p>-Exposición de contenidos, y avances de los proyectos.</p> <p>-Evaluación de la primera solemne. (prueba escrita)</p> <p>-Además se retroalimentarán los contenidos con PPT o Blog del curso, preparados por la Profesora.</p> <p>-No se aceptarán entregas atrasadas de los alumnos que no hayan justificado si inasistencia a clases.</p>

	Responsabilidad individual, social, empresarial, ,universitaria.		
<b>UNIDAD II Personal Branding y Marca Personal</b>	<p>-Desarrollo de la Marca Personal. El alumno debe elaborar una estrategia propia en las redes sociales, aplicando metodología del Personal Branding: autoconocimiento, estrategia y visibilidad.</p> <p>-Desarrollo de perfiles personales en las redes sociales más populares: Facebook, twitter, instagram, about.me y blog personal.</p> <p>-Elaboración de un perfil profesional en LinkedIn.</p> <p>- Entrega de herramientas para la visibilidad en redes sociales (marketing digital).</p> <p>-Los 7 Hábitos de las Personas Altamente Efectivas del Dr. Stephen Covey.</p> <p>- Reflexión sobre la Ontología del lenguaje. Rafael Echeverría(descarga online)</p> <p>-Convergencia de redes sociales y su</p>	<p>- Análisis DAFO personal</p> <p>- Análisis de roles, valores, actitudes.</p> <p>-Entorno relacional</p> <p>-Visión, Misión, Objetivos personales</p> <p>-Creación de un blog, redes sociales y tarjeta virtual, CV virtual y de papel.</p> <p>-Segunda Solemne, escrita y blog personal.</p>	<p>-Se realizarán controles de lectura, análisis de casos, foros de discusión.</p> <p>-Trabajos en equipo.</p> <p>-Exposición de contenidos, y avances de los proyectos.</p> <p>-Evaluación del Perfil individual de Marca Personal.</p> <p>-Se retroalimentarán los contenidos, preparados por la Profesora(PPT)</p> <p>-No se aceptarán entregas atrasadas de los alumnos que no hayan justificado si inasistencia a clases.</p>

	importancia en la proyección social		
<b>UNIDAD III Personal Branding y Responsabilidad Social</b>	<p>-Profundización de los principales conceptos, teorías y exponentes del Responsabilidad individual, social, empresarial, universitaria.</p> <p>-La importancia de la Responsabilidad Social en las estrategias sociales.</p> <p>-Rol de las campañas sociales en el cambio de la conducta pública.</p> <p>-Comportamiento de los destinatarios de las campañas sociales.</p>	<p>-Confección de un proyecto de servicio</p> <p>-Campaña de visibilidad en las redes sociales que será evaluado con una exposición frente al curso.</p>	<p>-Se realizarán controles de lectura, análisis de casos, foros de discusión.</p> <p>-Trabajos en equipo.</p> <p>-Exposición de contenidos, y avances de los proyectos.</p> <p>-Evaluación del trabajo grupal de corte social.</p> <p>-Además se retroalimentarán los contenidos con PPT preparado por la Profesora.</p> <p>-No se aceptarán entregas atrasadas de los alumnos que no hayan justificado su inasistencia a clases.</p>

## 6. BIBLIOGRAFÍA

UNIDAD	OBLIGATORIO	COMPLEMENTARIO
<p>Marca Personal y Personal Branding</p>	<p>-“Marca Personal” Andrés Pérez Ortega, ESIC editorial (2008).</p> <p>-“Expertología “ Andrés Pérez Ortega Alienta editorial (2009).</p> <p>-“Ontología del Lenguaje” Rafael Echeverría -J.C. SAEZ Editorial (2002)</p>	<p><a href="http://www.marcapropia.com">www.marcapropia.com</a> <a href="http://www.erestumarca.cl">www.erestumarca.cl</a> Los 7 Hábitos de las Personas Altamente Efectivas del Dr. Stephen Covey <a href="http://www.territoriochile.cl/modulo/web/competencias_emocionales/covey-stephen-r-los-7-habitos-completo.pdf">http://www.territoriochile.cl/modulo/web/competencias_emocionales/covey-stephen-r-los-7-habitos-completo.pdf</a></p>
<p>Responsabilidad Social</p>	<p>Lectura: Responsabilidad Social Universitaria, Una Manera de ser Universidad. Teoría y práctica en la experiencia chilena, Universidad Construye País y Corporación PARTICIPA, Santiago de Chile, 2006.  <a href="http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/memoria/UCP%202006.pdf">http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/memoria/UCP%202006.pdf</a></p> <p>-Responsabilidad Social Corporativa.  <a href="http://www.accionrse.cl/">http://www.accionrse.cl/</a></p> <p>La responsabilidad social social: construyendo sentidos éticos para el desarrollo. Fundación Prohumana. <a href="http://www.bibliotecavirtual.info/2011/04/la-responsabilidad-social-construyendo-sentidos-eticos-para-el-desarrollo/">http://www.bibliotecavirtual.info/2011/04/la-responsabilidad-social-construyendo-sentidos-eticos-para-el-desarrollo/</a></p> <p>Responsabilidad Social. María Noel López. <a href="http://www.ccee.edu.uy/investigacion/lineas/etica/ATT00322.PDF">http://www.ccee.edu.uy/investigacion/lineas/etica/ATT00322.PDF</a></p> <p>¿Qué es la responsabilidad social universitaria? Francois Vallaeys.</p>	<p>La Solidaridad como Pedagogía. Tapia, M. Buenos Aires, Editorial Ciudad Nueva, 2001.</p> <p><a href="http://www.terras.edu.ar/jornadas/115/biblio/75Que-es-el-aprendizaje-servicio.pdf">http://www.terras.edu.ar/jornadas/115/biblio/75Que-es-el-aprendizaje-servicio.pdf</a></p>

	<a href="http://creasfile.uahurtado.cl/RSU.pdf">http://creasfile.uahurtado.cl/RSU.pdf</a> Marketing Social, Aplicación Práctica. María Jesús Zambrana  <a href="http://www.iepala.es/IMG/pdf/ADJ_UNTO_Tesina_Marketing_Social_Libreria_Tercer_Mundo.pdf">http://www.iepala.es/IMG/pdf/ADJ_UNTO_Tesina_Marketing_Social_Libreria_Tercer_Mundo.pdf</a>	
--	--	--

## **7.POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LOS CURSOS DE EDUCACIÓN GENERAL (CEG)**

Todos los estudiantes deben cumplir con un 75% de asistencia a clases para rendir las siguientes actividades calificadas (nota). Esto aplicable en cualquier momento del semestre. De no contar con este requisito mínimo:

- No tiene derecho a continuar rindiendo las actividades evaluativas, incluyendo el examen, y
- El profesor debe calificar estas actividades con la nota mínima (1,0)

Sobre el Examen:

- Este tiene una ponderación del 30% de la nota final del estudiante (las notas parciales o solemnes un 70%)
- Deben rendir examen: aquellos que tengan un promedio final inferior a 5,5
- No rinden examen (eximidos): aquellos que se presenten con un promedio igual o superior a 5,5

Para todos los CEG, no es aplicable el artículo 35 del reglamento de pregrado:

- No se eliminan notas de solemnes realizadas durante el semestre, y
- La nota de examen no reemplaza la menor nota del semestre

En caso de ausencia a clases, el estudiante<sup>1</sup> debe:

---

<sup>1</sup> El alumno o alguien que este decida puede presentar el justificativo.

- Presentar al Coordinador CEG respectivo en cada campus una justificación mediante un documento válido (certificado médico, laboral, etc.) timbrado por la institución que lo emite.
- Este certificado debe ser presentado en un plazo no mayor a tres días (72 horas) ocurrida la inasistencia; de lo contrario no es válido.
- El Coordinador CEG es la persona facultada para “aprobar” o “rechazar” justificativos. El profesor no recibe estos documentos, tampoco las escuelas, solamente la Coordinación CEG.

En el caso de ausencias programadas<sup>2</sup>:

- El estudiante debe presentar los antecedentes con anticipación en la oficina de Coordinación CEG, no posteriormente.

Cualquier estudiante inscrito fuera de los pazos estipulados en el calendario académico no tiene derecho a rendir las actividades evaluativas (con nota). En el mismo sentido, los profesores CEG no guardarán notas ni trabajos de estudiantes no inscritos en las listas de curso oficiales (presenciales, elearning o blearning).

Todos los casos especiales serán revisados por la Coordinación CEG, quien reunirá los antecedentes necesarios para dar respuesta oportuna frente a cualquier eventualidad.

---

<sup>2</sup> Estos casos comprenden situaciones donde el estudiante conoce con anticipación a la clase que debe ausentarse. En el caso de que una justificación cubra más de tres sesiones el Coordinador CEG no podrá autorizar el justificativo.