



Personal branding [: hacia la excelencia y la empleabilidad por la marca personal.

Madrid Excelente. Fundación Madrid por la Excelencia.
Comunidad de Madrid,
D.L. 2011.

Recurso Electrónico

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzUzNjEzMjc>

Título: Personal branding [Recurso electrónico] : hacia la excelencia y la empleabilidad por la marca personal.

Editorial: Madrid Madrid Excelente. Fundación Madrid por la Excelencia. Comunidad de Madrid D.L. 2011.

Descripción física: 1 archivo (.pdf) 1119 kb.

Bibliografía: Índice: p. [6]-8.

Contenido: ¿Qué está ocurriendo?. Entender las razones por las que este concepto es necesario. Tendencias. Cambios en el entorno. Por qué ahora / José Manuel Casado. -- El plan. ¿Qué tengo que hacer?. Definición del concepto de marca personal. Ideas generales sobre una marca personal, su posicionamiento o reputación (personal branding). Cómo funciona un programa de posicionamiento / Andrés Pérez Ortega. -- El producto. ¿Qué puedo ofrecer? Utilizar la creatividad para crear un producto personal. Claves para la singularidad y diferenciación personal. Cómo utilizar lo que tienes para crear algo único y valioso / Óscar Bilbao. -- La marca. ¿Qué huella quiero dejar? Factores clave que generan confianza en la persona. Cómo evaluar y gestionar las percepciones que transmitimos. La importancia de la sintonía personal / Juan Ramón Plana. -- La responsabilidad y los valores. El papel de los medios de comunicación / Iñigo Millán-Astray. -- Personal y profesional. Herramientas de visibilidad Gestión de las percepciones. Investigación de mercados personal / Javier Curtich. -- La venta de los profesionales. De empleados a profesionales de servicios. Transformar la entrevista de trabajo en una reunión de ventas. Del currículum al portafolio. No me digas lo que has hecho, demuéstremelo / Krista Walochik. -- Marca personal o reputación para mujeres Aplicación específica de la marca personal para las mujeres profesionales / Lourdes Molinero. -- Aspecto e imagen personal Utilización correcta del envase personal. La importancia de la imagen física adecuada. Claves del aspecto para potenciar la marca personal / Mira y Cueto. -- La persona. ¿Quién soy?. Establecimiento de objetivos, misión y visión personal. Creencias limitantes a la hora de desarrollar una marca personal. La importancia de los valores para generar confianza y establecer criterios / Alicia Malumbres. -- Mercadología (marketing) estratégica digital. Cómo generar notoriedad global. Identidad conectada a la Red y gestión de reputación. Redes sociales / Pablo Melchor. -- Yo y mis circunstancias: mi experiencia / Ramón Pradera.

Programa de estudio: A0089. A0090. A0126. A0161. A0316. A0337. A0343. A0388. A0408. A0418. A0437. A0448. A0511. A0521. A0555. A0569. A0627. A0639. A0595. A0727.

Copyright/Depósito Legal: M 13559-2011

Materia: Imagen personal

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es