



HOTR0006 Creación y gestión de la marca personal en hostelería

Sku: PH_HOTR0006

Horas: 75

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Conocer las herramientas necesarias para trabajar y potenciar la marca personal.
- Reconocer las distintas redes sociales profesionales y sus distintas posibilidades según el perfil. Aplicar los conocimientos y ejercicios en las distintas redes y sus características de gestión.
- Explorar las herramientas de análisis de la reputación online y su importancia en las estrategias.
- Aprender a medir el valor y competitividad de la actividad en redes sociales.
- Comprender el valor de la gestión y conservación de la marca personal en entornos digitales.
- Conocer los riesgos y amenazas, prácticas efectivas y cómo gestionar la privacidad de forma efectiva.

CONTENIDOS

Bloque 1. Uso de las nuevas tecnologías y la marca personal en el sector de hostelería

Unidad 1. Desarrollo de la identidad profesional y marca personal

1. Introducción
2. Construcción de la identidad profesional (CIP)
3. Potencial de una marca personal bien gestionada
4. Qué debe incorporar (img. formación, experiencia, competencias)
5. Herramientas para la autopercepción y análisis crítico (DAFO, CAME)
6. Planificación del CIP para su proyección (lanzamiento) objetivos SMART

Unidad 2. Conocimiento de las redes sociales profesionales

1. Redes sociales: contexto y tipos

2. Netiqueta
3. Diferenciación de uso profesional y red profesional
4. Preparación de una red profesional para PPD (proyección profesional digital)
5. La generación de contenidos para redes sociales profesionales

Unidad 3. Aplicación de las redes sociales en el sector de hostelería

1. Redes sociales para la hostelería
2. Red social para negocio vs. red social para un profesional
3. La red social como herramienta integrada de trabajo
4. Gestión de contactos, reseñas y opiniones

Bloque 2. Toma de conciencia sobre la huella digital

Unidad 4. Análisis de la reputación online

1. Introducción al análisis de la reputación online: definición y conceptos clave
2. Las herramientas y métricas de análisis que debes conocer
3. Cómo gestionar y mejorar la reputación online a través de estrategias (recomendaciones prácticas)
4. El impacto de tu reputación online y cómo influye en las decisiones del consumidor
5. Tendencias y futuros desarrollos de la gestión reputación online

Unidad 5. Análisis competitivo de los perfiles en redes sociales

1. Importancia del análisis de perfiles en redes sociales para la hostelería para tomar decisiones
2. Métricas y KPIs específicos para el análisis de tu evolución en redes
3. Benchmarking: qué hace tu competencia
4. Estrategias avanzadas e influencer marketing en hostelería
5. Análisis predictivo y adaptación a tendencias futuras redes para la hostelería

Unidad 6. La marca personal: gestión y conservación de la reputación y buenas prácticas

1. Introducción a la importancia de la marca personal en la hostelería
2. Errores comunes que pueden dañar la marca personal en la hostelería
3. Uso responsable de las redes sociales y gestión de la reputación online
4. Plantilla de análisis propio de marca personal y ejercicios de reflexión

Unidad 7. Gestión de privacidad y seguridad de la imagen profesional

1. Riesgos y amenazas a la privacidad en la hostelería y su impacto en la marca personal
2. Prácticas efectivas para la protección de la privacidad y seguridad en la hostelería
3. Gestión proactiva de la privacidad y seguridad en el ámbito profesional
4. Cuestionario autoevaluador de la gestión de la seguridad e imagen personal