

Construyendo tu Marca Personal: Descubre y Potencia tu Futuro Profesional

Persona y sociedad | Emprendimiento e Innovación | para estudiantes de media (15-17 años) | 8 semanas

Descripción del Curso

Este curso está diseñado para estudiantes de media (15-17 años) interesados en explorar y fortalecer su marca personal como herramienta clave para su desarrollo académico y profesional. A lo largo de ocho semanas, los alumnos identificarán sus fortalezas, intereses y valores, vinculándolos con posibles licenciaturas y campos laborales. Se enfocará en el conocimiento profundo de las áreas de estudio, materias que cursarán, personajes de referencia en distintas profesiones y las oportunidades laborales existentes.

Dirigido a jóvenes que están en un momento decisivo para orientar su futuro educativo y profesional, el curso combina actividades reflexivas, análisis de casos reales y proyectos colaborativos que facilitan la aplicación práctica del personal branding. El enfoque metodológico es participativo, con énfasis en el autoconocimiento, la investigación y la comunicación efectiva.

Al finalizar, los estudiantes serán capaces de construir una propuesta clara y auténtica de su marca personal, fundamentada en su perfil académico y profesional ideal, lo que les permitirá tomar decisiones informadas sobre su licenciatura y proyectar su inserción en el mundo laboral con confianza y estrategia.

Objetivos Generales

- Identificar y analizar las características personales que conforman una marca personal sólida y auténtica.
- Investigar y describir las características de diferentes licenciaturas, materias y campos de trabajo relacionados con sus intereses.
- Reconocer y valorar la trayectoria de personajes de referencia como modelos a seguir en diversas profesiones.
- Elaborar y presentar una propuesta de marca personal que integre sus habilidades, intereses y metas académicas y profesionales.
- Planificar acciones concretas para fortalecer su perfil académico y profesional de acuerdo con su marca personal.

Competencias

- Analizar y describir sus intereses y habilidades personales para definir una marca personal coherente.
- Investigar y relacionar información sobre licenciaturas, materias y campos laborales específicos.
- Identificar y valorar personajes de referencia y ejemplos de éxito en distintas áreas profesionales.
- Comunicar efectivamente su propuesta de marca personal en formatos escritos y orales.
- Planificar estrategias para el desarrollo académico y profesional basadas en su marca personal.

Requerimientos

- Conocimientos básicos sobre orientación vocacional y profesional.
- Acceso a internet para investigación y recursos digitales.
- Material para toma de notas (cuaderno, bolígrafo o dispositivo digital).
- Disposición para la reflexión personal y el trabajo colaborativo.

Unidades del Curso

Unidad 1: Introducción al Personal Branding

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de definir los conceptos básicos de personal branding utilizando ejemplos relevantes en contextos académicos y profesionales.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar la importancia del personal branding en el desarrollo académico y profesional mediante la elaboración de un resumen escrito.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar características personales que contribuyen a una marca personal sólida a través de actividades de autoevaluación y reflexión guiada.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de comparar diferentes casos de personal branding de personajes reconocidos para valorar su impacto como modelos a seguir en diversas profesiones.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un esquema inicial de su propia marca personal integrando sus habilidades e intereses, presentándolo ante sus compañeros para recibir retroalimentación.

Contenidos Temáticos

1. Conceptos Básicos de Personal Branding

- **Definición de Personal Branding:** Explicación clara y sencilla del concepto de marca personal, enfocada en la construcción de una imagen auténtica y diferenciada.
- **Elementos que conforman la marca personal:** Identidad, valores, habilidades, intereses y reputación.
- **Ejemplos prácticos en contextos académicos y profesionales:** Cómo estudiantes y profesionales pueden aplicar el personal branding en su vida diaria.

2. Importancia del Personal Branding en el Desarrollo Académico y Profesional

- **Ventajas de tener una marca personal sólida:** Mejora de oportunidades académicas, profesionales y personales.
- **Relación entre la marca personal y la construcción de una carrera exitosa:** Cómo influye la percepción que otros tienen en el crecimiento profesional.

- **Ejemplos de impacto positivo de la marca personal:** Casos breves y actuales de estudiantes o profesionales que han potenciado su desarrollo a través de su marca.

3. Características Personales que Contribuyen a una Marca Personal Sólida

- **Autoconocimiento:** Identificación de fortalezas, debilidades, valores y pasiones personales.
- **Consistencia y coherencia:** La importancia de mantener una imagen y comportamiento alineados con la marca personal.
- **Comunicación efectiva:** Cómo expresar claramente quién eres y qué ofreces.
- **Adaptabilidad y autenticidad:** La relevancia de ser genuino y flexible ante diferentes contextos.

4. Análisis y Comparación de Casos de Personal Branding de Personajes Reconocidos

- **Selección de personajes reconocidos en diferentes profesiones:** Artistas, deportistas, científicos, emprendedores, entre otros.
- **Elementos clave de su marca personal:** Identidad, valores, estrategias utilizadas.
- **Impacto y relevancia de su marca personal:** Cómo influyen en su público y en su ámbito profesional.
- **Lecciones aprendidas y aplicación a la propia marca personal:** Reflexión sobre qué aspectos pueden ser modelo a seguir.

5. Elaboración del Esquema Inicial de la Propia Marca Personal

- **Identificación de habilidades e intereses personales:** Actividades para descubrir fortalezas y pasiones.
- **Definición de valores y objetivos personales y profesionales:** Qué se quiere proyectar y lograr.
- **Construcción de un esquema estructurado de marca personal:** Integración de los elementos anteriores en un formato visual o escrito.
- **Presentación y retroalimentación en grupo:** Compartir el esquema con compañeros y recibir comentarios constructivos.

Actividades

Actividad 1: “Descubriendo el Personal Branding”

Objetivo: Definir los conceptos básicos de personal branding utilizando ejemplos relevantes.

Descripción paso a paso:

- El docente presenta el concepto de personal branding con ejemplos simples y cotidianos.
- Los estudiantes, en parejas, discuten y escriben una definición propia de personal branding.
- Cada pareja comparte una situación académica o profesional donde aplicarían la marca personal.

Organización: Parejas

Producto esperado: Definición personalizada del concepto y ejemplos escritos.

Duración estimada: 45 minutos

Actividad 2: “Resumen reflexivo sobre la importancia del Personal Branding”

Objetivo: Explicar la importancia del personal branding en el desarrollo académico y profesional mediante un resumen escrito.

Descripción paso a paso:

- Se entrega a los estudiantes un texto corto que explica la importancia del personal branding.
- Individualmente, los estudiantes elaboran un resumen resaltando las ideas principales y cómo les afecta personalmente.
- Se realiza una puesta en común para compartir reflexiones.

Organización: Individual

Producto esperado: Resumen escrito y reflexión personal.

Duración estimada: 50 minutos

Actividad 3: “Autoconocimiento para Fortalecer mi Marca”

Objetivo: Identificar características personales que contribuyen a una marca personal sólida.

Descripción paso a paso:

- El docente guía una dinámica de autoevaluación con preguntas sobre fortalezas, valores y pasiones.
- Los estudiantes completan una ficha personal con sus respuestas.
- Se realiza una reflexión guiada en grupo para compartir aprendizajes y descubrir puntos comunes y diferencias.

Organización: Individual y grupo

Producto esperado: Ficha de autoevaluación y conclusiones grupales.

Duración estimada: 60 minutos

Actividad 4: “Análisis Comparativo de Marcas Personales Reconocidas”

Objetivo: Comparar diferentes casos de personal branding para valorar su impacto como modelos a seguir.

Descripción paso a paso:

- Se forman grupos pequeños y a cada grupo se le asigna un personaje reconocido con información sobre su marca personal.
- Cada grupo analiza los elementos clave y el impacto de la marca del personaje.
- Los grupos presentan sus conclusiones al resto de la clase, destacando lecciones aplicables.

Organización: Grupos pequeños

Producto esperado: Presentación oral con análisis comparativo.

Duración estimada: 70 minutos

Actividad 5: “Creando mi Esquema de Marca Personal”

Objetivo: Elaborar un esquema inicial de la propia marca personal integrando habilidades e intereses.

Descripción paso a paso:

- Los estudiantes utilizan la información de actividades previas para identificar sus habilidades, valores e intereses.
- Con apoyo del docente, diseñan un esquema (puede ser un mapa mental, tabla o infografía) que muestre su marca personal.
- Presentan su esquema en parejas o pequeños grupos para recibir retroalimentación.
- Realizan ajustes finales con base en los comentarios recibidos.

Organización: Individual y parejas/grupos pequeños

Producto esperado: Esquema visual o escrito de la marca personal y plan de mejora.

Duración estimada: 90 minutos

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre personal branding y percepción inicial del concepto.

Cómo se evalúa: Mediante una lluvia de ideas guiada y una breve encuesta escrita donde los estudiantes expresan lo que saben y esperan aprender.

Instrumento sugerido: Cuestionario breve y registro de respuestas en pizarrón o digital.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en la comprensión de conceptos, capacidad de reflexión y aplicación práctica.

Cómo se evalúa: Observación durante actividades, revisión de resúmenes escritos, fichas de autoevaluación y participación en discusiones y presentaciones.

Instrumento sugerido: Rúbricas para resúmenes y presentaciones, listas de cotejo para participación y tareas escritas.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para definir personal branding, explicar su importancia, identificar características personales, analizar casos y elaborar un esquema de marca personal.

Cómo se evalúa: A través de un portafolio que incluya la definición personal, resumen reflexivo, ficha de autoevaluación, análisis comparativo y el esquema final de marca personal presentado ante el grupo.

Instrumento sugerido: Rúbrica integral que considere claridad, profundidad, creatividad, coherencia y presentación oral.

Unidad 2: Autoconocimiento: Identificando mis fortalezas y valores

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar y describir sus fortalezas personales, intereses y valores mediante actividades de reflexión guiada.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar cómo sus habilidades y características personales pueden influir en la construcción de una marca personal auténtica.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de comparar y contrastar diferentes aspectos de su personalidad con ejemplos de marcas personales exitosas para establecer conexiones relevantes.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un mapa personal que integre sus fortalezas, valores y preferencias académicas como base para su propuesta de marca personal.

Contenidos Temáticos

1. Introducción al Autoconocimiento

- Definición de autoconocimiento: comprender quién soy y qué me define.
- Importancia del autoconocimiento para la construcción de la marca personal.
- Relación entre fortalezas, intereses, valores y personalidad.

2. Identificación de Fortalezas Personales

- Qué son las fortalezas personales y cómo reconocerlas.
- Herramientas para identificar fortalezas: autoevaluación, feedback de terceros.
- Ejemplos prácticos de fortalezas comunes en jóvenes.

3. Descubriendo Mis Intereses y Valores

- Diferencia entre intereses y valores.
- Actividades para identificar intereses personales y académicos.
- Exploración de valores personales y su impacto en decisiones y comportamientos.

4. Análisis de la Influencia de Habilidades y Características Personales en la Marca Personal

- Qué es una marca personal auténtica.
- Cómo las habilidades y características personales moldean la imagen y reputación.
- Ejemplos de marcas personales exitosas basadas en autenticidad.

5. Comparación y Contraste de Aspectos de Personalidad con Marcas Personales Exitosas

- Identificación de rasgos de personalidad clave en líderes y referentes.
- Estudio de casos de marcas personales exitosas y sus características.
- Reflexión sobre similitudes y diferencias con el perfil personal del estudiante.

6. Elaboración del Mapa Personal

- Definición y propósito del mapa personal.

- Integración de fortalezas, valores e intereses en un formato visual.
- Uso del mapa personal como base para la propuesta de marca personal.

Actividades

Actividad 1: “Mi Inventario de Fortalezas”

Objetivo: Identificar y describir las fortalezas personales, intereses y valores mediante reflexión guiada.

Descripción:

- El docente presenta una lista de fortalezas comunes y pide a los estudiantes que seleccionen las que consideren propias.
- Los estudiantes reflexionan y escriben ejemplos concretos de situaciones en las que han demostrado esas fortalezas.
- Se complementa con una breve autoevaluación de intereses y valores a través de preguntas guiadas.
- Compartir en parejas algunas fortalezas e intereses para recibir retroalimentación.

Organización: Individual y parejas

Producto esperado: Lista personal de fortalezas, intereses y valores con ejemplos.

Duración estimada: 50 minutos

Actividad 2: “Mapeo de Mis Habilidades y su Impacto en mi Marca”

Objetivo: Analizar cómo las habilidades y características personales influyen en la construcción de una marca personal auténtica.

Descripción:

- Se presenta a los estudiantes la definición y ejemplos de marca personal auténtica.
- En grupos pequeños, discuten cómo ciertas habilidades y características pueden fortalecer o debilitar una marca personal.
- Cada estudiante realiza un listado de sus habilidades y evalúa cómo estas pueden ser un aporte para su marca personal.
- Se comparte con el grupo para enriquecer la reflexión y recibir retroalimentación.

Organización: Individual y grupos pequeños

Producto esperado: Listado personal de habilidades con análisis de impacto en marca personal.

Duración estimada: 60 minutos

Actividad 3: “Comparando Mi Personalidad con Marcas Exitosas”

Objetivo: Comparar y contrastar aspectos de la personalidad con ejemplos de marcas personales exitosas para establecer conexiones relevantes.

Descripción:

- El docente presenta breves casos de marcas personales exitosas (figuras públicas, emprendedores jóvenes, influencers, etc.) destacando sus rasgos de personalidad.
- Los estudiantes completan una tabla comparativa entre sus características personales y las de los ejemplos presentados.
- Discusión grupal sobre qué aprendizajes pueden aplicar para potenciar su propia marca personal.

Organización: Individual y grupal

Producto esperado: Tabla comparativa y reflexión escrita.

Duración estimada: 50 minutos

Actividad 4: “Diseñando Mi Mapa Personal”

Objetivo: Elaborar un mapa personal que integre fortalezas, valores y preferencias académicas como base para la propuesta de marca personal.

Descripción:

- Se explica qué es un mapa personal y su importancia.
- Los estudiantes reciben una plantilla para organizar visualmente sus fortalezas, valores e intereses.
- Con base en la plantilla, crean su mapa personal utilizando dibujos, palabras clave o símbolos que representen cada aspecto.
- Presentan su mapa a un compañero para recibir comentarios y sugerencias.

Organización: Individual y parejas

Producto esperado: Mapa personal completo y reflexivo.

Duración estimada: 70 minutos

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos y percepción inicial sobre fortalezas, intereses y valores personales.

Cómo se evalúa: A través de un cuestionario breve con preguntas abiertas y cerradas sobre autoconocimiento y marca personal.

Instrumento sugerido: Cuestionario impreso o digital al inicio de la unidad.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en la identificación y análisis de fortalezas, intereses, valores y habilidades; participación en actividades y aportes en discusiones.

Cómo se evalúa: Observación directa, revisión de productos parciales (listados, tablas comparativas, reflexiones) y retroalimentación continua.

Instrumento sugerido: Rúbrica de participación y calidad de productos intermedios; listas de cotejo para actividades.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para integrar fortalezas, valores y preferencias en un mapa personal coherente y reflexivo que sirva como base para la marca personal.

Cómo se evalúa: Evaluación del mapa personal final y una presentación breve donde el estudiante explique su propuesta de marca personal basada en el mapa.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación del mapa personal y presentación oral, considerando claridad, coherencia, creatividad y nivel de reflexión.

Unidad 3: Explorando licenciaturas y campos laborales

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar las características principales de al menos cinco licenciaturas, describiendo sus materias fundamentales y áreas de aplicación profesional.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de comparar y contrastar diferentes campos laborales asociados a las licenciaturas investigadas, evaluando su relación con sus propios intereses y habilidades.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de investigar y presentar un resumen sobre la trayectoria profesional de un personaje destacado en una licenciatura de su interés, reconociendo su impacto en el campo laboral.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la congruencia entre sus fortalezas personales y las áreas de aplicación profesional de las licenciaturas exploradas, fundamentando sus preferencias académicas futuras.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a las licenciaturas y su importancia

- Definición de licenciatura: qué es y qué implica estudiar una licenciatura.
- Relevancia de elegir una licenciatura adecuada para el desarrollo profesional y personal.
- Relación entre licenciatura, campo laboral y marca personal.

2. Exploración de cinco licenciaturas representativas

- Licenciatura en Psicología
 - Materias fundamentales: introducción a la psicología, desarrollo humano, psicología clínica, psicología social.
 - Áreas de aplicación profesional: psicología clínica, educativa, organizacional, social.
- Licenciatura en Administración de Empresas
 - Materias fundamentales: contabilidad, finanzas, mercadotecnia, recursos humanos, economía.
 - Áreas de aplicación profesional: gestión de empresas, emprendimiento, consultoría, finanzas.
- Licenciatura en Ingeniería en Sistemas Computacionales
 - Materias fundamentales: programación, bases de datos, redes, desarrollo de software, matemáticas aplicadas.

- Áreas de aplicación profesional: desarrollo de software, administración de sistemas, seguridad informática.
- Licenciatura en Derecho
 - Materias fundamentales: derecho civil, constitucional, penal, laboral, derecho internacional.
 - Áreas de aplicación profesional: litigio, asesoría legal, derechos humanos, derecho corporativo.
- Licenciatura en Comunicación
 - Materias fundamentales: teoría de la comunicación, redacción, medios digitales, relaciones públicas, producción audiovisual.
 - Áreas de aplicación profesional: periodismo, publicidad, comunicación organizacional, medios digitales.

3. Comparación y contraste de campos laborales asociados a las licenciaturas

- Características de los campos laborales: tipo de trabajo, entorno, retos, oportunidades de crecimiento.
- Relación de los campos laborales con intereses y habilidades personales.
- Elementos para evaluar la congruencia entre perfil personal y elección profesional.

4. Investigación y presentación de trayectoria profesional de personajes destacados

- Selección de un personaje destacado en una licenciatura de interés personal.
- Recopilación de información sobre su formación, logros y contribuciones al campo laboral.
- Elaboración de un resumen escrito o presentación audiovisual sobre su trayectoria e impacto.

5. Análisis de fortalezas personales y congruencia con áreas profesionales

- Identificación de fortalezas, habilidades e intereses personales.
- Reflexión sobre cómo se alinean estas fortalezas con las áreas profesionales exploradas.
- Fundamentación de preferencias académicas futuras basadas en este análisis.

Actividades

Actividad 1: Mapa mental de licenciaturas y sus características

Objetivo: Identificar características principales de al menos cinco licenciaturas, describiendo sus materias fundamentales y áreas de aplicación profesional.

Descripción:

- El docente presenta brevemente las cinco licenciaturas seleccionadas.
- Los estudiantes, en equipos de 3-4, crean un mapa mental que incluya el nombre de cada licenciatura, materias clave y áreas de aplicación.
- Cada equipo expone su mapa mental al grupo, explicando las relaciones encontradas.

Organización: Grupos pequeños

Producto esperado: Mapa mental físico o digital con la información solicitada.

Duración estimada: 1 hora

Actividad 2: Análisis comparativo de campos laborales

Objetivo: Comparar y contrastar diferentes campos laborales asociados a las licenciaturas investigadas, evaluando su relación con intereses y habilidades personales.

Descripción:

- Cada estudiante selecciona dos de las licenciaturas exploradas.
- Realiza una tabla comparativa donde identifique características del campo laboral, tipo de actividades, ambiente de trabajo y retos.
- Escribe un breve análisis personal sobre cuál de los dos campos se adapta mejor a sus intereses y habilidades y por qué.
- Se comparte en parejas para discutir conclusiones y recibir retroalimentación.

Organización: Individual y en parejas

Producto esperado: Tabla comparativa y análisis escrito.

Duración estimada: 1.5 horas

Actividad 3: Investigación y presentación de un personaje destacado

Objetivo: Investigar y presentar un resumen sobre la trayectoria profesional de un personaje destacado en una licenciatura de interés, reconociendo su impacto en el campo laboral.

Descripción:

- Los estudiantes eligen un personaje relacionado con una licenciatura de su interés.
- Investigan su trayectoria profesional, formación académica, logros y contribuciones.
- Preparan una presentación breve (oral o en video) o un resumen escrito para compartir con la clase.
- Se realiza una sesión de presentaciones y se promueve una discusión sobre el impacto de estos personajes en sus campos.

Organización: Individual o parejas

Producto esperado: Presentación o resumen escrito.

Duración estimada: 2 horas

Actividad 4: Autodiagnóstico y reflexión sobre fortalezas personales y áreas profesionales

Objetivo: Analizar la congruencia entre fortalezas personales y áreas de aplicación profesional de las licenciaturas exploradas, fundamentando preferencias académicas futuras.

Descripción:

- Se aplica un cuestionario de autodiagnóstico para identificar fortalezas, habilidades e intereses.
- Los estudiantes comparan sus resultados con las áreas profesionales de las licenciaturas exploradas.

- Elaboran un texto reflexivo donde fundamentan qué licenciatura y campo laboral consideran más congruente con su perfil y por qué.
- Se comparte voluntariamente en grupos pequeños para recibir retroalimentación y enriquecer el análisis.

Organización: Individual y grupos pequeños

Producto esperado: Texto reflexivo fundamentado.

Duración estimada: 1.5 horas

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre licenciaturas y campos laborales.

Cómo se evalúa: Preguntas escritas cortas o discusión guiada.

Instrumento sugerido: Cuestionario breve con preguntas abiertas y opción múltiple sobre conocimientos generales de carreras y áreas profesionales.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Progreso en identificación, comparación, investigación y reflexión sobre licenciaturas y campos laborales.

Cómo se evalúa: Revisión de productos parciales (mapas mentales, tablas comparativas, borradores de presentaciones y reflexiones), observación durante actividades y retroalimentación continua.

Instrumento sugerido: Rúbricas específicas para cada producto (mapa mental, tabla comparativa, presentación, texto reflexivo) que consideren claridad, pertinencia, profundidad y fundamentación.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Comprensión integral de las características de las licenciaturas, capacidad comparativa de campos laborales, investigación y presentación de trayectoria profesional, y análisis reflexivo sobre congruencia personal.

Cómo se evalúa: Entrega final de un portafolio que incluya el mapa mental, la tabla comparativa con análisis, la presentación o resumen del personaje destacado, y la reflexión escrita sobre fortalezas y preferencias académicas.

Instrumento sugerido: Rúbrica global que evalúe coherencia, profundidad, presentación, fundamentación personal y habilidades comunicativas.

Unidad 4: Personajes de referencia y ejemplos de éxito

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar las trayectorias profesionales de al menos tres personajes de referencia en diferentes campos, mediante la revisión de biografías y entrevistas.

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar las características personales y profesionales que han contribuido al éxito de los personajes estudiados, comparándolas con sus propias metas e intereses.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de valorar la influencia de los modelos a seguir en la construcción de una marca personal sólida, elaborando un resumen escrito que refleje dichas valoraciones.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de relacionar los ejemplos de éxito con áreas académicas y profesionales de su interés, proponiendo acciones concretas para fortalecer su perfil personal y profesional.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a los personajes de referencia y ejemplos de éxito

- Importancia de los modelos a seguir en el desarrollo profesional y personal: se explicará cómo los ejemplos de éxito pueden motivar y orientar la construcción de la propia marca personal.
- Definición de marca personal y su relación con la inspiración en personajes destacados.

2. Identificación y análisis de trayectorias profesionales

- Selección de personajes de referencia de diferentes campos (ciencia, arte, emprendimiento, tecnología, deportes, etc.): se presentarán tres personajes con trayectorias claras y diversas.
- Revisión de biografías y entrevistas: técnicas para extraer información relevante sobre la trayectoria profesional, retos, logros y aprendizajes.
- Comparación entre trayectorias y áreas de interés personal: relacionar las historias de éxito con las metas personales de los estudiantes.

3. Características personales y profesionales que contribuyen al éxito

- Identificación de rasgos comunes en los personajes estudiados: perseverancia, creatividad, liderazgo, resiliencia, entre otros.
- Reflexión personal: comparación entre esas características y las propias metas e intereses.
- Ejemplos prácticos de cómo cultivar esas características en el día a día.

4. Influencia de los modelos a seguir en la construcción de una marca personal sólida

- Concepto de marca personal y su importancia en el desarrollo profesional.
- Cómo los modelos a seguir pueden inspirar valores, actitudes y estrategias para fortalecer la marca personal.
- Elaboración de un resumen escrito que valore la influencia de los personajes de referencia en la propia marca personal.

5. Relación entre ejemplos de éxito y áreas académicas/profesionales de interés

- Mapeo de ejemplos de éxito con áreas de estudio y carreras profesionales.
- Propuesta de acciones concretas para fortalecer el perfil personal y profesional basadas en el aprendizaje de los modelos a seguir.

- Planificación de metas a corto y mediano plazo para avanzar en la construcción de la marca personal.

Actividades

1. Investigación y presentación de personajes de referencia

Objetivo: Identificar las trayectorias profesionales de al menos tres personajes de referencia mediante la revisión de biografías y entrevistas.

Descripción:

- Cada estudiante seleccionará tres personajes destacados en diferentes áreas (pueden usar una lista sugerida por el docente).
- Investigar sus biografías y entrevistas disponibles en internet o bibliografía proporcionada.
- Realizar una presentación breve (oral o digital) que resuma la trayectoria profesional, retos y logros de cada personaje.

Organización: Individual.

Producto esperado: Presentación (diapositivas, cartel o exposición oral).

Duración estimada: 2 sesiones de 45 minutos.

2. Análisis comparativo de características personales y profesionales

Objetivo: Analizar las características que han contribuido al éxito de los personajes y compararlas con las propias metas e intereses.

Descripción:

- En grupos pequeños, discutir las características personales y profesionales identificadas en las trayectorias investigadas.
- Cada estudiante redactará un breve texto donde compare esas características con sus propias metas e intereses, señalando similitudes y diferencias.
- Compartir algunas reflexiones con el grupo.

Organización: Grupos pequeños y trabajo individual.

Producto esperado: Texto escrito comparativo.

Duración estimada: 1 sesión de 45 minutos.

3. Elaboración de un resumen valorativo sobre la influencia de modelos a seguir

Objetivo: Valorar la influencia de los modelos a seguir en la construcción de una marca personal sólida.

Descripción:

- Explicación breve por parte del docente sobre marca personal y modelos a seguir.
- Los estudiantes elaboran un resumen escrito donde expresen cómo las historias y características de los personajes estudiados pueden influir en su propia marca personal.

- Opcional: compartir algunos resúmenes en plenaria para enriquecerse con perspectivas diversas.

Organización: Individual.

Producto esperado: Resumen escrito valorativo.

Duración estimada: 1 sesión de 45 minutos.

4. Planificación de acciones para fortalecer el perfil personal y profesional

Objetivo: Relacionar los ejemplos de éxito con áreas académicas y profesionales de interés, proponiendo acciones concretas.

Descripción:

- Los estudiantes elaboran un plan personal que incluya metas académicas y profesionales, inspiradas en los modelos estudiados.
- En grupos, comparten sus planes y reciben retroalimentación para mejorar las acciones propuestas.
- El docente guía sobre cómo convertir esos planes en pasos concretos y realistas.

Organización: Individual con trabajo en grupos para retroalimentación.

Producto esperado: Plan escrito de acciones para fortalecer la marca personal.

Duración estimada: 2 sesiones de 45 minutos.

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre personajes de referencia, modelos a seguir y concepto básico de marca personal.

Cómo se evalúa: Cuestionario breve o lluvia de ideas en grupo sobre personajes y conceptos relacionados.

Instrumento sugerido: Lista de cotejo o rúbrica simple para identificar nivel inicial.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Progreso en la investigación, análisis y reflexión sobre las trayectorias, características y su relación con la marca personal.

Cómo se evalúa: Revisión de presentaciones, textos comparativos y participación en discusiones grupales.

Instrumento sugerido: Rúbrica de desempeño para presentaciones y textos escritos, lista de observación en participación.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para identificar, analizar, valorar y relacionar ejemplos de éxito con su desarrollo personal y profesional, así como la planificación de acciones concretas.

Cómo se evalúa: Evaluación del resumen escrito valorativo y del plan personal de acciones, considerando coherencia, profundidad y aplicación práctica.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada para evaluar resumen y plan, con criterios de claridad, reflexión crítica, conexión personal y viabilidad.

Unidad 5: El mercado laboral y oportunidades profesionales

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar y clasificar los principales sectores empresariales y áreas profesionales relacionados con sus intereses y áreas de estudio.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar las características y demandas del mercado laboral actual para evaluar oportunidades profesionales adecuadas a su perfil personal.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de investigar y describir las funciones y responsabilidades de diferentes roles laborales dentro de empresas y sectores de su interés.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de relacionar sus habilidades y preferencias personales con posibles trayectorias profesionales, justificando sus elecciones con base en información del mercado laboral.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un mapa de oportunidades profesionales que incluya sectores, empresas y cargos potenciales alineados con su marca personal y metas académicas.

Contenidos Temáticos

1. Introducción al mercado laboral y sectores empresariales

- **Concepto de mercado laboral:** Definición, importancia y dinámicas básicas.
- **Principales sectores empresariales:** Sector primario, secundario, terciario, cuaternario y quinario.
- **Clasificación de áreas profesionales:** Agrupación según sectores y ejemplos comunes (salud, tecnología, educación, comercio, industria, etc.).
- **Relación entre intereses personales y sectores:** Cómo identificar sectores que coinciden con intereses y áreas de estudio.

2. Características y demandas del mercado laboral actual

- **Tendencias actuales del mercado laboral:** Digitalización, automatización, economía verde, trabajo remoto.
- **Competencias y habilidades demandadas:** Habilidades técnicas, blandas, digitales y adaptabilidad.
- **Requisitos y formación:** Educación, certificaciones y experiencia que buscan las empresas.
- **Oportunidades y retos en diferentes sectores:** Análisis de crecimiento, estabilidad y desafíos.

3. Roles laborales y funciones dentro de sectores y empresas

- **Identificación de roles laborales comunes:** Descripción de cargos típicos en sectores de interés.
- **Funciones y responsabilidades:** Tareas diarias, responsabilidades y competencias asociadas a cada rol.
- **Jerarquía y organización empresarial:** Estructura básica de las empresas y cómo se relacionan los roles.

- **Ejemplos prácticos:** Análisis de perfiles laborales reales y casos de éxito.

4. Relación entre habilidades personales y trayectorias profesionales

- **Autoevaluación de habilidades y preferencias:** Identificación de fortalezas y áreas de interés.
- **Mapeo de habilidades a roles profesionales:** Correspondencia entre habilidades personales y demandas laborales.
- **Justificación de elecciones profesionales:** Argumentar con base en información del mercado laboral y autoconocimiento.
- **Planificación de trayectorias profesionales:** Pasos para construir un camino profesional coherente y motivador.

5. Elaboración de un mapa de oportunidades profesionales

- **Definición y utilidad del mapa de oportunidades:** Herramienta visual para organizar opciones profesionales.
- **Componentes del mapa:** Sectores, empresas, cargos potenciales, competencias requeridas y metas personales.
- **Metodología para construir el mapa:** Recolección de información, análisis y organización.
- **Presentación y reflexión:** Compartir el mapa y reflexionar sobre la coherencia con la marca personal.

Actividades

1. Explorando sectores y áreas profesionales

Objetivo: Identificar y clasificar los principales sectores empresariales y áreas profesionales relacionados con sus intereses y áreas de estudio.

Descripción paso a paso:

- El docente presenta una breve introducción sobre los sectores empresariales y áreas profesionales.
- Los estudiantes realizan una lluvia de ideas sobre sectores que conocen o les interesan.
- En parejas, investigan en internet y/o materiales proporcionados tres sectores y ejemplos de áreas profesionales dentro de ellos.
- Comparten sus hallazgos con el grupo y el docente los ayuda a clasificar y relacionar con intereses personales.

Organización: Parejas y plenaria

Producto esperado: Listado clasificado de sectores y áreas profesionales relacionados con intereses personales.

Duración estimada: 1 hora

2. Análisis de demandas y tendencias del mercado laboral

Objetivo: Analizar las características y demandas del mercado laboral actual para evaluar oportunidades profesionales adecuadas a su perfil personal.

Descripción paso a paso:

- El docente presenta un resumen de tendencias actuales y demandas del mercado laboral.

- Los estudiantes, en grupos, eligen un sector y buscan información actualizada sobre competencias, retos y oportunidades.
- Preparan una breve presentación o cartel con los hallazgos.
- Discuten en plenaria cómo las tendencias pueden afectar las oportunidades en su sector elegido.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto esperado: Presentación o cartel resumen con análisis de mercado laboral en un sector.

Duración estimada: 1.5 horas

3. Investigación y descripción de roles laborales

Objetivo: Investigar y describir las funciones y responsabilidades de diferentes roles laborales dentro de empresas y sectores de interés.

Descripción paso a paso:

- Cada estudiante elige un rol profesional dentro de un sector de su interés.
- Investiga en fuentes confiables las funciones, responsabilidades, competencias y formación requerida para ese rol.
- Redacta un informe breve con la descripción y presenta un perfil profesional.
- Comparte en parejas para retroalimentación y enriquecimiento.

Organización: Individual y parejas

Producto esperado: Informe escrito y perfil profesional del rol investigado.

Duración estimada: 2 horas

4. Construcción del mapa de oportunidades profesionales

Objetivo: Elaborar un mapa de oportunidades profesionales que incluya sectores, empresas y cargos potenciales alineados con su marca personal y metas académicas.

Descripción paso a paso:

- El docente explica qué es un mapa de oportunidades y su utilidad.
- Los estudiantes revisan sus aprendizajes previos: sectores, roles, habilidades y demandas.
- Individualmente diseñan un mapa visual que incluya sectores, empresas, cargos, competencias y metas vinculadas a su marca personal.
- Presentan el mapa en grupos pequeños y reciben retroalimentación.
- Reflexionan sobre la coherencia y ajustes posibles.

Organización: Individual y grupos pequeños

Producto esperado: Mapa visual de oportunidades profesionales personalizado.

Duración estimada: 2 horas

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre sectores empresariales, roles laborales y percepción del mercado laboral.

Cómo se evalúa: Cuestionario corto y dinámica de lluvia de ideas al inicio de la unidad.

Instrumento sugerido: Formulario impreso o digital con preguntas abiertas y cerradas; registro de aportes en plenaria.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Progreso en la identificación de sectores, análisis del mercado, investigación de roles y elaboración del mapa de oportunidades.

Cómo se evalúa: Observación continua durante actividades, revisión de productos parciales (listados, presentaciones, informes), retroalimentación en plenaria y en grupos.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación para cada actividad que considere comprensión, análisis, aplicación e integración de contenidos.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para integrar y aplicar los conocimientos para elaborar un mapa de oportunidades profesionales coherente con su perfil y mercado laboral.

Cómo se evalúa: Presentación final del mapa de oportunidades y defensa oral breve explicando las elecciones y justificaciones.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación que incluya criterios de contenido, coherencia, creatividad, argumentación y presentación.

Unidad 6: Comunicación de la marca personal

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de redactar una descripción escrita clara y atractiva de su marca personal, integrando sus habilidades y metas académicas, con un formato coherente y adecuado para un portafolio profesional.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar una presentación oral persuasiva que comunique efectivamente los valores y características de su marca personal, utilizando recursos visuales y estrategias de comunicación verbal adecuadas para captar la atención de una audiencia.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar y evaluar diferentes estilos de comunicación de marcas personales reconocidas, identificando elementos que puedan fortalecer su propia propuesta de marca.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar mensajes escritos y orales que reflejen autenticidad y coherencia con su trayectoria personal y profesional, aplicando técnicas de expresión y argumentación adecuadas para diversos contextos.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a la comunicación de la marca personal

- Concepto de marca personal: definición y relevancia en el ámbito profesional y académico.
- Importancia de comunicar la marca personal de manera efectiva para construir una imagen auténtica y coherente.
- Componentes clave de la comunicación de marca personal: mensaje, audiencia, canales y tono.

2. Redacción de la descripción escrita de la marca personal

- Estructura y formato para una descripción clara y atractiva: introducción, desarrollo de habilidades y metas, conclusión.
- Integración de habilidades personales y metas académicas en el texto.
- Uso de lenguaje coherente, preciso y adecuado para un portafolio profesional.
- Revisión y edición para mejorar claridad, cohesión y atractivo del texto.

3. Presentación oral de la marca personal

- Elementos de una presentación oral persuasiva: estructura, mensaje central, argumentos y cierre.
- Uso de recursos visuales (diapositivas, imágenes, gráficos) para apoyar la comunicación.
- Técnicas de comunicación verbal: entonación, ritmo, lenguaje corporal y contacto visual.
- Estrategias para captar y mantener la atención de la audiencia.
- Prácticas de presentación y retroalimentación.

4. Análisis y evaluación de estilos de comunicación de marcas personales reconocidas

- Identificación de diferentes estilos de comunicación en marcas personales conocidas (ejemplos de figuras públicas, emprendedores, influencers).
- Comparación de elementos efectivos en la comunicación escrita y oral.
- Detección de estrategias que refuercen la autenticidad y coherencia del mensaje.
- Reflexión sobre cómo adaptar estos elementos para fortalecer la propia marca personal.

5. Diseño de mensajes escritos y orales auténticos y coherentes

- Técnicas de expresión escrita para transmitir autenticidad y coherencia con la trayectoria personal y profesional.
- Estrategias de argumentación para diversos contextos (académicos, sociales, profesionales).
- Adaptación del mensaje a diferentes públicos y medios de comunicación.
- Prácticas de creación y modificación de mensajes para mejorar impacto y sinceridad.

Actividades

Actividad 1: Redacción de la descripción escrita de mi marca personal

Objetivo: Desarrollar la capacidad de redactar una descripción escrita clara y atractiva que integre habilidades y metas académicas.

Descripción:

- El docente explica la estructura recomendada para la descripción escrita (introducción, desarrollo, conclusión).
- Los estudiantes hacen un listado previo de sus habilidades y metas académicas.
- Cada estudiante redacta un borrador inicial de su descripción de marca personal.
- Se realiza una sesión de revisión por pares para recibir retroalimentación.
- Los estudiantes editan y mejoran su texto final para presentarlo en formato de portafolio.

Organización: Individual

Producto esperado: Descripción escrita de la marca personal en formato digital o impreso, lista para incluir en un portafolio.

Duración estimada: 2 horas

Actividad 2: Presentación oral persuasiva de mi marca personal

Objetivo: Elaborar y presentar oralmente una presentación persuasiva que comunique los valores y características de la marca personal.

Descripción:

- El docente explica la estructura de una presentación persuasiva y técnicas de comunicación verbal.
- Los estudiantes diseñan una presentación breve (3-5 minutos) apoyada por recursos visuales (diapositivas, imágenes).
- Se practican presentaciones en parejas o grupos pequeños, con retroalimentación enfocada en claridad y persuasión.
- Finalmente, cada estudiante presenta frente a la clase o en grupos ampliados.

Organización: Individual con práctica en parejas o grupos pequeños

Producto esperado: Presentación oral con apoyo visual, grabada o en vivo.

Duración estimada: 3 horas

Actividad 3: Análisis comparativo de marcas personales reconocidas

Objetivo: Analizar y evaluar diferentes estilos de comunicación de marcas personales, identificando elementos para fortalecer la propia marca.

Descripción:

- El docente presenta ejemplos de marcas personales reconocidas, destacando sus estilos de comunicación escrita y oral.
- Los estudiantes, en grupos, eligen una marca para analizar aspectos como tono, estructura, autenticidad y recursos visuales.

- Cada grupo elabora un informe o presentación con sus hallazgos y propuestas para incorporar elementos positivos a su marca personal.
- Se realiza una puesta en común para compartir aprendizajes y reflexiones.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes

Producto esperado: Informe o presentación grupal con análisis y propuestas.

Duración estimada: 2 horas

Actividad 4: Diseño y práctica de mensajes auténticos y coherentes

Objetivo: Diseñar mensajes escritos y orales que reflejen autenticidad y coherencia con la trayectoria personal y profesional.

Descripción:

- El docente introduce técnicas de expresión, argumentación y adaptación del mensaje.
- Los estudiantes escriben un mensaje para un contexto específico (por ejemplo, una carta de presentación, un post en red social profesional o una breve charla).
- En parejas o grupos, se practican presentaciones orales y se recibe retroalimentación sobre coherencia y autenticidad.
- Se revisan y mejoran los mensajes escritos y orales para futuras aplicaciones.

Organización: Individual con trabajo en parejas o grupos pequeños

Producto esperado: Mensajes escritos y grabaciones o presentaciones orales mejoradas.

Duración estimada: 2 horas

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre la marca personal y habilidades básicas de comunicación escrita y oral.

Cómo se evalúa: A través de un breve cuestionario y una actividad inicial donde los estudiantes escriben una descripción corta de sí mismos y exponen oralmente en 1 minuto.

Instrumento sugerido: Cuestionario escrito y rúbrica sencilla para evaluación oral.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Proceso de elaboración de textos escritos y presentaciones orales, aplicación de técnicas de comunicación y revisiones basadas en retroalimentación.

Cómo se evalúa: Observación directa, revisión de borradores, participación en actividades de retroalimentación y autoevaluación.

Instrumento sugerido: Lista de cotejo para seguimiento de avances y rúbricas para retroalimentación específica.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Producto final de la descripción escrita, presentación oral persuasiva, análisis de marcas personales y mensajes diseñados.

Cómo se evalúa: Se utiliza una rúbrica integral que contemple claridad, coherencia, autenticidad, uso adecuado de recursos visuales y estrategias de comunicación verbal.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada con criterios para cada producto esperado y presentación en aula.

Unidad 7: Construcción de la propuesta de marca personal

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar y seleccionar las características personales y profesionales que reflejen autenticidad y coherencia para su marca personal.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de organizar y redactar un perfil personal y profesional estructurado que integre sus habilidades, intereses y metas académicas y profesionales.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de comparar y analizar diferentes modelos de marcas personales de personajes referentes para enriquecer su propia propuesta.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar y presentar una propuesta de marca personal clara y persuasiva que refleje su identidad y aspiraciones futuras.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de planificar acciones concretas y realistas para fortalecer su perfil académico y profesional conforme a su propuesta de marca personal.

Contenidos Temáticos

1. Identificación y selección de características personales y profesionales

- Definición de marca personal: qué es y por qué es importante.
- Autenticidad y coherencia: cómo reconocer características genuinas propias.
- Autoevaluación de habilidades, valores, intereses y fortalezas personales.
- Distinción entre características personales y profesionales relevantes para la marca.

2. Organización y redacción del perfil personal y profesional

- Estructura básica de un perfil: introducción, desarrollo y cierre.
- Integración de habilidades, intereses y metas académicas y profesionales en el perfil.
- Lenguaje claro, conciso y persuasivo para la redacción del perfil.
- Uso de ejemplos y evidencias que respalden las afirmaciones del perfil.

3. Comparación y análisis de modelos de marcas personales

- Identificación de personajes referentes en diferentes ámbitos (arte, ciencia, deportes, emprendimiento).
- Características y elementos comunes en sus marcas personales.

- Análisis crítico de qué aspectos se pueden adaptar o evitar para la propia marca.
- Reflexión sobre la diversidad de modelos de marca personal y su relevancia.

4. Diseño y presentación de la propuesta de marca personal

- Componentes clave de una propuesta de marca personal clara y persuasiva.
- Herramientas para diseñar la presentación (visual, oral o escrita).
- Comunicación efectiva de la identidad y aspiraciones futuras.
- Feedback y mejora continua de la propuesta.

5. Planificación de acciones para fortalecer el perfil académico y profesional

- Definición de objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- Identificación de recursos y oportunidades para el desarrollo personal y profesional.
- Elaboración de un plan de acción concreto y realista.
- Seguimiento y ajuste del plan en función de los avances y cambios personales.

Actividades

Actividad 1: Autoexploración de características personales y profesionales

Objetivo: Identificar y seleccionar características personales y profesionales que reflejen autenticidad y coherencia.

Descripción:

- El docente presenta un cuestionario guiado que incluye preguntas sobre habilidades, valores, intereses y fortalezas.
- Los estudiantes responden individualmente el cuestionario reflexionando sinceramente.
- Se realiza una sesión de lluvia de ideas en parejas para compartir y contrastar respuestas.
- Cada estudiante selecciona las características que considera más representativas y auténticas para su marca personal.

Organización: Individual y parejas.

Producto esperado: Lista personal de características seleccionadas con breve justificación.

Duración estimada: 60 minutos.

Actividad 2: Redacción del perfil personal y profesional

Objetivo: Organizar y redactar un perfil estructurado que integre habilidades, intereses y metas.

Descripción:

- El docente explica la estructura básica de un perfil personal y profesional.
- Los estudiantes elaboran un borrador de su perfil integrando las características seleccionadas y sus metas.
- Se realiza una revisión en grupos pequeños para recibir retroalimentación.
- Se ajusta y mejora el perfil a partir de los comentarios recibidos.

Organización: Individual y grupos pequeños.

Producto esperado: Borrador y versión mejorada del perfil personal y profesional.

Duración estimada: 90 minutos.

Actividad 3: Análisis comparativo de marcas personales de referentes

Objetivo: Comparar y analizar modelos de marcas personales de personajes referentes para enriquecer la propia propuesta.

Descripción:

- Se forman grupos y se asignan personajes referentes de diferentes ámbitos.
- Cada grupo investiga las características y elementos de la marca personal de su personaje.
- Los grupos presentan un análisis crítico destacando aspectos adaptables y no recomendables.
- Discusión general sobre la diversidad y aplicación a la marca personal individual.

Organización: Grupos.

Producto esperado: Presentación grupal con análisis comparativo.

Duración estimada: 120 minutos (2 sesiones de 60 min).

Actividad 4: Diseño y presentación de la propuesta de marca personal

Objetivo: Diseñar y presentar una propuesta clara y persuasiva que refleje identidad y aspiraciones.

Descripción:

- Los estudiantes elaboran una propuesta escrita que incluya perfil, valores, objetivos y plan de acción.
- Preparan una presentación oral o visual apoyada con elementos creativos (diapositivas, carteles, videos).
- Se realiza una sesión de presentación frente a la clase con retroalimentación constructiva.
- Se ajustan las propuestas finales con base en la retroalimentación recibida.

Organización: Individual.

Producto esperado: Propuesta escrita y presentación oral o visual.

Duración estimada: 180 minutos (3 sesiones de 60 min).

Actividad 5: Planificación de acciones para fortalecer el perfil

Objetivo: Planificar acciones concretas y realistas para el desarrollo académico y profesional.

Descripción:

- El docente guía a los estudiantes en la definición de objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- Los estudiantes elaboran un plan de acción que incluya actividades, recursos, tiempos y responsables.
- Se comparte el plan en parejas para recibir sugerencias de mejora.
- Cada estudiante ajusta y presenta el plan final al docente.

Organización: Individual y parejas.

Producto esperado: Plan de acción escrito y presentado.

Duración estimada: 90 minutos.

Evaluación

Evaluación Diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos y autopercepción sobre características personales y profesionales.

Cómo se evalúa: Cuestionario inicial y breve reflexión escrita.

Instrumento sugerido: Cuestionario de autoevaluación con preguntas abiertas y cerradas.

Evaluación Formativa

Qué se evalúa: Progreso en la identificación de características, redacción del perfil, análisis comparativo, diseño de propuesta y planificación de acciones.

Cómo se evalúa: Revisión continua de borradores, presentaciones grupales e individuales, retroalimentación entre pares y docente.

Instrumento sugerido: Rúbricas específicas para perfil, análisis, presentación y plan de acción; listas de cotejo para participación y entrega de productos.

Evaluación Sumativa

Qué se evalúa: Producto final completo: propuesta de marca personal escrita y presentada, y plan de acción para fortalecimiento del perfil.

Cómo se evalúa: Evaluación integral mediante rúbrica que considere autenticidad, coherencia, estructura, claridad, persuasión y realismo del plan de acción.

Instrumento sugerido: Rúbrica detallada para propuesta y presentación final.

Unidad 8: Planificación del desarrollo académico y profesional

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar sus fortalezas, debilidades, intereses y valores personales para integrarlos en un diagnóstico de su perfil académico y profesional.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de investigar y seleccionar información relevante sobre opciones académicas y profesionales que se alineen con su marca personal y metas futuras.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar un plan de acción detallado que incluya objetivos específicos, actividades y plazos para fortalecer su perfil académico y profesional.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar y ajustar su plan de desarrollo académico y profesional con base en retroalimentación y nuevas circunstancias personales.

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de presentar y justificar su plan de desarrollo académico y profesional, demostrando coherencia con su marca personal y aspiraciones.