

La marca es tu nombre.
Marketing personal enfocado a la mejora
o búsqueda de empleo

Elaborado por:

Ángel Román Casas

FUNDACIÓN VÉRTICE EMPRENDE

ISBN: 978-84-94073-71-7

Edición: 5.0

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

*A Gonzalo Cortázar por hacerme sentir como
Alicia en un mundo más humano*

ínDice

LA MARCA ES TU NOMBRE. Marketing personal enfocado a la mejora o búsqueda de empleo

Presentación.....	9
Agradecimientos.....	15
Prólogo para una amistad más allá de una marca	19
La marca es tu nombre.....	23
Mis desdoblamientos digitales.....	33
Objetivos.....	37
Metodología.....	38

Parte I. Marcando diferencias

1.1. Nombrar la confianza.....	43
1.2. La imagen de la marca	45
1.2.1. Identidad digital y/o Personal Branding.....	45
1.3. ¿Por qué Productor y no Gestor?	47
1.4. La marca es tu nombre. El valor del +	49
1.4.1. ¿Cómo debe de ser el personal branding?	49

Parte II. La marca es tu nombre

Estrategia I. Recursos personales. Habilidades potenciales

A. Un mundo en desorden: Mercados globales. Profesiones locales.	54
B. ¿Cuál es la verdadera naturaleza de esta “nueva cultura económica”?.....	59

Estrategia II. Estudio y análisis del mercado

A.	El desempleo en el punto de mira.....	81
B.	Emprendedores/as. Motores económicos.....	82
B.1.	Motor: Cámaras de Comercio	84
B.2.	Motor: Dirección General de Políticas de la Pequeña y Mediana Empresa.....	85
C.	¿Por qué es una oportunidad?.....	87

Estrategia III. Nichos económicos y viabilidad del proyecto

A.	Áreas de actuación de las Industrias Culturales y Creativas.....	106
B.	Impacto de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en la Economía	109
C.	Los cambios culturales	112

Estrategia IV. La preparación de tu nombre/marca

A.	Personalizando la profesionalidad	132
B.	Marketing Personal.....	134
C.	Adaptación tecnológica para garantizar la visibilidad de tu actividad empresarial.	138
1.	Crear, editar, difundir	138
2.	Comunicación y Networking.....	142
3.	Gestión del tiempo, tareas e información	143

Estrategia V. Tipología mercantil

A.	Definición de Personas.....	163
B.	Tipología de las diversas variantes de Personas:.....	163
1.	Personas Físicas	163
2.	Personas Jurídicas	164
C.	Comercio electrónico. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico. LSSI Ley 34/2002.....	170

Estrategia VI. Resolución de conflictos. Gestión del talento

A.	Resolución de conflictos.....	184
B.	Gestión del talento.....	185

Parte III.Estrategia profesional. Mi marca soy yo

A.	Mi estrategia y desarrollo de mis servicios en mi web.	210
B.	Plan estratégico de empresa: Esquema.....	216

Directorio de gestión de contenidos digitales	231
--	------------

Enlaces de interés. <i>Mis bookmarks</i>.....	237
--	------------

Conclusiones	251
---------------------------	------------

Vocabulario	255
--------------------------	------------

Bibliografía	261
---------------------------	------------



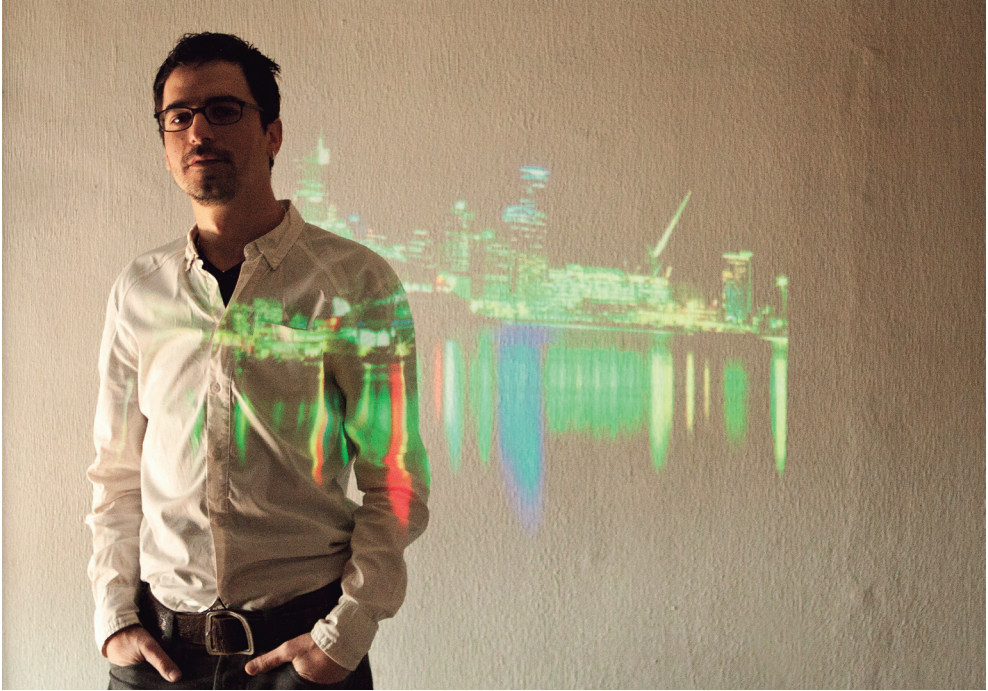
marketing y publicidad

LA MARCA ES TU NOMBRE. Marketing personal enfocado a la mejora o búsqueda de empleo

presentación



marketing y publicidad



Iris Encina

www.irisencina.com

Ángel Román es Productor Cultural y especialista en Nuevos Medios. Es Licenciado en Humanidades, además es Profesor de Sociología y Tendencias de Moda en ESNE Escuela Universitaria de Diseño e Innovación, centro adscrito a la Universidad Camilo José Cela.

Es consultor cultural y empresarial en el ámbito tecnológico para el diseño de proyectos digitales. Su estrategia parte de generar un valor añadido a los bienes culturales, desde la innovación, la creatividad y la tecnología. Creando sinergias entre las TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) y las Industrias Culturales y Creativas en organizaciones, entidades y empresas.

Es fundador de la Asociación Nacional 2046, cuyo principal objetivo es potenciar el arte y la tecnología como herramientas para la innovación social. Además es creador del Colectivo de Artistas Digitales (CAD), originario de la red social de Facebook, que cuenta con más de 6500 miembros.

Escribe habitualmente en Versión Original y DOZE Magazine. Participa en diversos blogs y portales como:

<http://coolhuntercultural.blogspot.com>

<http://angelroman2046.wordpress.com>

<http://angelroman-agitadorcultural.blogspot.com>

<http://www.doze-mag.com/index.php/blogs/videodrome>

Con la intención de crear una nueva mentalidad empresarial, amparada en la diversificación cultural, la globalización y la transición digital de las sociedades modernas. Planificando tácticas encaminadas a la búsqueda de la Excelencia, por medio de la experimentación.

Autor de los libros:

↪ *Ensayos de la mirada. El hombre y su proyección en el cine contemporáneo (2004).*

↪ *El infierno que baila conmigo (2005).*

↪ *El arte como pantalla (2011).*

Premios:

↪ **Mejor Crítico en el Festival de Cine de Cáceres (2007).**

↪ **Finalista Premio Ensayo Editorial Gran Vía *Estrategias* de la imagen en la era global (2007).**

↪ **Mejor Iniciativa Empresarial de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Burgos (2006).**



marketing y publicidad

agradecimientos



marketing y publicidad

Terminar algo, por pequeño que sea, es una tarea costosa, por tiempo, dinero o esfuerzo. Pero una vez logrado intuyes que no has estado solo. Esa misma sensación he tenido al escribir *La marca es tu nombre. Marketing personal enfocado a la mejora o búsqueda de empleo*.

Son innumerables las personas que han caminado junto a mí en este proyecto, pero creo que es la primera vez que doy agradecimientos a profesionales que personalmente no conozco de una manera física como a: Andrés Pérez, Óscar del Santos, Enrique Burgos, Enrique Dans, Juan Freire, etc. Ya que gracias a que soy seguidor de ellos he aprendido a ver la cultura digital desde premisas muy distintas y enriquecedoras.

También orgulloso estoy de la colaboración que me han brindado la empresa Soy mi marca, ESNE | Escuela Universitaria del Diseño e Innovación, la Asociación Nacional 2046 y el Colectivo de Artistas Digitales.

Sin olvidar de lo afortunado que soy de contar con amigos/profesionales que me han aguantado durante la escritura de este libro. Gonzalo Cortázar, Iris Encina, Helena de la Cruz, Begoña Sendino, Isabel Montero, Carlos González Tardón, entre otros. Y especialmente a Juanma Carrillo por ese estupendo prólogo que ha tenido la amabilidad de realizarme.

Y por supuesto, quiero terminar agradeciendo a la Fundación Vértice por permitir la publicación de este libro, que espero sea de utilidad para aumentar el orgullo de ser profesionales.



marketing y publicidad

prólogo



marketing y publicidad