



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CONJUNTO DE HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA AUMENTAR LA EMPLEABILIDAD DE LOS JÓVENES NINI



R2 : KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996



Conjunto de herramientas para el desarrollo de competencias digitales para aumentar la empleabilidad de los jóvenes NINI

KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN HABILIDADES DIGITALES

Diseñado por

ESICA (Austria)

Consortio del proyecto

Science and Human Foundation (Turquía)

Euro-Net (Italia)

Indepcie SCA (España)

ESICA (Austria)

Coordinador del proyecto

Science and Human Foundation (Turquía)

El apoyo de la Comisión Europea a la elaboración de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.



Tabla de contenidos

- 04 **Introducción**
- 07 **Capítulo I**
Cómo desarrollar un "yo digital"
- 23 **Capítulo II**
Creación de contenidos auténticos y atractivos
- 45 **Capítulo III**
Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional
- 64 **Capítulo IV**
Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo
- 78 **Capítulo V**
Creación de un portfolio digital y formación en línea
- 95 **Capítulo VI**
Gestión del tiempo en línea
- 108 **Capítulo VII**
Consecución de objetivos
- 124 **Capítulo VIII**
Creación, organización y difusión de recursos digitales

INTRODUCCIÓN

El conjunto de herramientas de formación en competencias digitales se ha desarrollado de acuerdo con el resultado del análisis de necesidades realizado en el marco del primer resultado del proyecto denominado "Marco de formación en competencias digitales" (R1).

A través de una encuesta, el consorcio Digi4You recopiló 100 respuestas por país (Turquía, España, Austria, Italia), con un total de 400 encuestados. Con estas respuestas, se llevó a cabo un análisis comparativo de las necesidades de la situación actual de los formadores de jóvenes, así como de sus necesidades y expectativas en relación con el proyecto "Digi4You".



En el análisis de la situación educativa y laboral del grupo de edad de 18 a 24 años que figura en el informe "Education at a Glance 2022" publicado por la OCDE, se observa que las tasas por países de la distribución de los jóvenes que ni trabajan ni estudian, comúnmente denominados NINI, son las siguientes: Turquía 32,2%, Italia 27,1%, España 20,3% y Austria 11,6%.

También cabe destacar que la tasa de jóvenes que no son NINI y no participan en ninguna actividad de educación/formación y trabajo es del 27,7 % en Turquía, del 19,0 % en Italia, del 17,6 % en España y del 38,0 % en Austria. El desempleo de larga duración de estos jóvenes conlleva el riesgo de una desvinculación a largo plazo en el mercado laboral. Lamentablemente, esto significa que es probable que aumente mucho la tasa de jóvenes NINI en los próximos años.

Tras la crisis de 2008, la proporción de jóvenes NINI alcanzó su punto máximo en el primer trimestre de 2013 y mantuvo una tendencia a la baja antes de Covid-19, sin embargo comenzó a raíz de la pandemia de Covid-19.

CONCLUSIÓN DE LA ENCUESTA (R1)

La encuesta aportó al consorcio "Digi4You" los siguientes resultados:

- 436 coordinadores de jóvenes participaron en nuestra investigación; Participación profesional, Recursos digitales, Enseñanza y aprendizaje, Medición y evaluación, Capacitación de los jóvenes NINI y Apoyo y desarrollo de las competencias digitales de los NINI ocuparon los primeros puestos.
- El hecho de que el 70% de los participantes tengan al menos un título universitario indica que pueden obtener óptimos resultados de esta formación.
- Los participantes, cuyos porcentajes de éxito superan el 50% en el fomento de la comunicación y la cooperación, el uso eficaz de la tecnología y los recursos en línea en entornos de educación-aprendizaje, la tutoría y la orientación, conceden gran importancia a la certificación posterior a la formación.

Es fundamental tener en cuenta cuestiones como el desarrollo de las capacidades de autorreflexión de los jóvenes NINI, el refuerzo de su credibilidad, el fomento de la cooperación dentro del grupo, la promoción del acceso al mercado laboral y el fomento de la creatividad. Los coordinadores juveniles destacan la comunicación y la colaboración, la investigación en línea, la información y la alfabetización en datos, la creación de contenidos digitales y la gestión de las redes sociales como competencias digitales que se consideran esenciales para los jóvenes NINI.

Los participantes mencionaron que los ejemplos/casos prácticos, los vídeos y la formación en línea se encuentran entre los materiales más importantes para el desarrollo de las competencias personales y digitales mencionadas y destacaron la importancia de reforzar los ejercicios con una aplicación móvil y una plataforma de educación a distancia.





CONTENIDO

El kit de herramientas digitales se compone de ocho capítulos:

- Capítulo I : Cómo desarrollar un "yo digital"
- Capítulo II : Creación de contenidos auténticos y atractivos
- Capítulo III : Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional
- Capítulo IV : Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo
- Capítulo V : Creación de un portfolio digital y formación en línea
- Capítulo VI : Gestión del tiempo en línea
- Capítulo VII : Consecución de objetivos
- Capítulo VIII : Creación, organización y difusión de recursos digitales

Cada capítulo contiene:

- Visión general del curso;
- Material necesario para la puesta en práctica del plan didáctico;
- Descripción del grupo destinatario y de los posibles beneficiarios del curso;
- Duración prevista del curso;
- Resultados del aprendizaje (habilidades, conocimientos o experiencia que el alumnado va a adquirir);
- Análisis de necesidades (relevancia para los NINI);
- Procedimiento;
- Recursos útiles (artículos, vídeos, enlaces, etc.);
- Conclusión.

El KIT DE HERRAMIENTAS se dirige a profesores, formadores, directores de centros escolares, asesores psicológicos y académicos de centros de formación del profesorado, centros educativos y ONG educativas especializadas en el desarrollo personal. Su objetivo es promover una mayor concienciación sobre la formación en competencias digitales para formadores de jóvenes, teniendo en cuenta la falta de materiales existentes para el desarrollo de soluciones en competencias digitales con fines educativos y prácticas laborales.

Además, ofrece formación especializada para los formadores de jóvenes que deseen potenciar sus competencias en el desarrollo de habilidades digitales, la creación de contenidos digitales, el aprendizaje digital, el trabajo digital en equipo, la gestión del tiempo, la mejora de la confianza y la consecución de los objetivos.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPÍTULO I

CÓMO DESARROLLAR UN "YO DIGITAL"



R2: KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

Desarrollado por Science and Human Foundation (Turquía)

Resumen del curso

Las tecnologías digitales de la comunicación han tenido un gran impacto y han cambiado la forma en que las personas interactúan tanto en su vida personal como social. El uso generalizado de teléfonos y aplicaciones móviles ha hecho que el mundo digital y las redes sociales tengan una presencia constante en la vida cotidiana de las personas. Aunque la participación en las plataformas de las redes sociales sea importante, por ejemplo seguir, gustar, comentar y compartir, también es crucial tener en cuenta cómo una persona se presenta a sí misma a través de la elección de un nombre, una imagen o comentarios. Se ha observado que las personas pueden presentarse de forma diferente en el mundo virtual en comparación con el mundo real.

En este capítulo, pretendemos ofrecer actividades que puedan ayudar a los trabajadores, formadores y coordinadores juveniles a desarrollar un "yo digital" para los jóvenes que no se encuentran trabajando ni estudiando. Estas actividades se centran en crear un impacto positivo en los participantes enseñándoles la importancia de la marca personal en la creación de un "yo digital" y cómo mantener una marca personal única en línea.

Los participantes aprenderán a conectar con los demás, ampliar su red de contactos, desarrollar relaciones significativas y obtener valiosos conocimientos y oportunidades. También aprenderán a asegurarse de que su presencia en línea esté actualizada, sea segura y esté libre de contenidos negativos, comprendiendo la importancia de experimentar con diferentes plataformas, crear contenidos y participar en conversaciones significativas.

Cada una de las cinco actividades incluye objetivos, duración, materiales e instrucciones para los monitores, formadores y coordinadores juveniles.

Estas actividades pueden utilizarse tanto en contextos de educación formal como no formal y requieren que todos los participantes se conecten en línea a través de una plataforma digital, ya que el objetivo principal de este capítulo es desarrollar un yo digital.



¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

Materiales necesarios

Para llevar a cabo las actividades presentadas en esta sección, los participantes solo necesitarán un dispositivo electrónico (ordenador portátil, tablet o teléfono móvil) que les permita conectarse en línea a través de una plataforma en línea como Zoom y que les permita entrar en las salas de reuniones ("breakout room") con los miembros del grupo. También podrán trabajar en plataformas sociales con estos dispositivos, ya que algunas formaciones también serán presenciales.

Grupo destinatario

Este programa está dirigido a trabajadores, formadores y coordinadores juveniles, así como al personal de organizaciones educativas no gubernamentales especializadas en desarrollo personal. Se prestará especial atención a los formadores que tengan discapacidades físicas o dificultades de aprendizaje, así como a los que trabajen con jóvenes refugiados o inmigrantes.

Los beneficiarios del programa serán jóvenes que no estén estudiando, trabajando o recibiendo formación, así como jóvenes estudiantes de centros de formación, centros de aprendizaje permanente y otros proveedores de educación no formal, junto con representantes de organizaciones no gubernamentales y expertos en la materia.

Duración

Al final de este capítulo, el formador o la formadora guiará a los jóvenes en todas las actividades presentadas en este capítulo que tendrán una duración total de cuatro horas y 20 minutos como máximo, dependiendo del tamaño de los grupos. No obstante, las actividades no son secuenciales y podrían alternarse a lo largo de diferentes sesiones.

Para cada una de las actividades presentadas a continuación, se especificará la duración estimada.

¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

Resultados de aprendizaje

Al final de este capítulo, el formador guiará a los jóvenes para:

- Comprender la importancia de crear un entorno virtual eficaz y las ventajas de las herramientas de comunicación virtual.
- Adquirir una mejor medición de las competencias digitales y aprender a crear un impacto positivo y un espíritu de trabajo en equipo.
- Mejorar las habilidades de comunicación, empatía y creatividad, y fomentar las relaciones entre los miembros del equipo.
- Comprender la importancia de la marca personal y aprender a crear, mantener y actualizar una marca personal única en línea.
- Comprender el papel de un avatar y un nombre de usuario en la marca personal y aprender a crear contenidos que reflejen valores e intereses.
- Aprender a conectar con otras personas para ampliar la red, establecer relaciones significativas y obtener conocimientos y oportunidades de gran valor.
- Aprender a gestionar un yo digital para asegurarse de que está actualizado, seguro y libre de contenido negativo, y experimentar con diferentes plataformas para desarrollar un yo digital como un proceso continuo.





¿Cómo desarrollar un "yo digital" ?

Análisis de necesidades

Tal y como se recoge en el informe de la encuesta realizada por los socios de Digi4you, con la llegada del siglo XXI y los nuevos conceptos, como el internet de las cosas, los lugares de trabajo virtuales y el trabajo en equipo en línea se han convertido en habilidades fundamentales que se exigen cada vez más a los empleados y a los jóvenes. Tras la crisis de 2008, la tasa de jóvenes NINI alcanzó su punto máximo en el primer trimestre de 2013 y mantuvo una tendencia a la baja antes de Covid-19 que empezó a aumentar a raíz de la pandemia de Covid-19.

Al examinar el análisis de las necesidades en los siguientes ámbitos, se requiere en primer lugar un amplio autoconocimiento digital: cómo encontrar y utilizar recursos (en línea) que sean beneficiosos para la planificación de las clases y la enseñanza; cómo promover el acceso al mercado laboral; cómo utilizar Internet y los dispositivos móviles como valor añadido en situaciones de aprendizaje en lugar de como fuente de perturbación dentro de los temas principales; cómo desarrollar la autorreflexión de los alumnos; la gestión de medios sociales (para uso personal o empresarial); la alfabetización informacional y de datos; la creación de contenidos digitales, marca personal (marketing personal a través de los medios sociales. ..), entre otros.

Para contar con profesiones y competencias digitales reconocidas internacionalmente en el mundo laboral, sería primordial que la formación se organizara a través de plataformas digitales, además de ofrecer certificación. Debería fomentarse el seguimiento de las plataformas educativas internacionales. En este sentido, es evidente la importancia de la formación en línea, así como de la formación presencial para la capacitación.

En este sentido, es fundamental tener en cuenta los siguientes aspectos:

- 1) Desarrollo de competencias digitales:
 - Desarrollar un yo digital
 - Mejorar el rendimiento digital y el trabajo en equipo virtual
 - Gestión del tiempo en línea
 - Conseguir los objetivos
 - Encontrar y utilizar información
 - información relevante para el desarrollo profesional
- 2) Desarrollo de contenidos digitales
 - Creación de contenidos auténticos y atractivos
 - Creación de un portafolio digital y formación en línea
 - Crear, organizar y compartir recursos digitales



¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

Procedimiento

El "yo digital" se refiere a la representación de la identidad y personalidad de un individuo en línea, a través de su huella digital. Puede comprender su perfil en línea, su presencia en las redes sociales y los contenidos que ha creado y compartido en línea. El yo digital se crea mediante el uso de tecnologías digitales como las redes sociales, las plataformas en línea y los dispositivos móviles, que permiten a los individuos expresarse y conectar con otros en Internet.

Abarca toda la información que una persona comparte en línea, como lo que le gusta, lo que no le gusta, sus opiniones e información personal. También incluye información como los sitios web que visita, los contenidos que ve y crea, y las interacciones que mantiene con otras personas en línea.

El yo digital puede ser una poderosa herramienta de autoexpresión, comunicación y conexión, pero también entraña riesgos, como la preocupación por la privacidad y la posibilidad de que se produzcan robos de identidad digital. Por lo tanto, es importante que las personas sean conscientes de la información que comparten y de cómo proteger su yo digital.





¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

1. ¿Cómo crear un "yo digital"?

Objetivo : Crear un "yo digital" para los jóvenes que ni estudian ni trabajan

Duración : 1-2 horas

Materiales : Dispositivos electrónicos y acceso a Internet

Instrucciones

1. Pide a los participantes que identifiquen sus objetivos personales y profesionales, como encontrar trabajo, establecer contactos con otras personas de un sector específico o crear una marca personal.
2. Anima a los participantes a crear una marca personal mediante la creación de una dirección de correo electrónico profesional, la creación de un currículum y un portafolio, y la identificación de habilidades y competencias clave en estos ámbitos.
3. Ayuda a los participantes a elegir plataformas digitales relevantes que se ajusten a sus objetivos y a su marca personal. Por ejemplo, LinkedIn para establecer contactos, y Instagram o Behance para exponer trabajos creativos.
4. Orienta a los participantes en la creación de un perfil y presencia en las plataformas elegidas, conectando con otras personas y compartiendo contenido relevante.





5. Anima a los participantes a interactuar con otras personas a través de las plataformas elegidas comentando, dando "me gusta" y compartiendo contenidos relevantes para establecer relaciones y aumentar la visibilidad en línea.

6. Recuerda a los participantes que deben proteger su identidad digital creando contraseñas seguras, siendo conscientes de la información que comparten en línea y de posibles estafas o intentos de suplantación de identidad.

7. Ten en cuenta que crear un "yo digital" requiere tiempo y esfuerzo, y que la actualización periódica y el compromiso con las plataformas elegidas pueden ayudar a construir una presencia digital fuerte y positiva.





¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

2. Marca personal

Objetivo : Comprender la importancia de la marca personal en la creación de un "yo digital" y aprender a crear y mantener una marca personal única en línea.

Duración : 30 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos y acceso a Internet

Instrucciones

1. Explica a los participantes la importancia de la marca personal en la creación de un yo digital y cómo ayuda a las personas a destacar y ser reconocidas en un entorno digital muy poblado.
2. Guía a los participantes en la creación de un avatar único, como un logotipo o una foto de perfil, que sea apropiado, profesional y represente su marca personal.
3. Ayuda a los participantes a seleccionar un nombre de usuario único y reflexivo que sea fácil de recordar y de encontrar en Internet.
4. Anima a los participantes a crear contenidos que reflejen sus valores e intereses, como escribir entradas en un blog, crear vídeos o compartir fotos, y que estén en consonancia con su marca personal y sean de valor para los demás.
5. Debate sobre la importancia de gestionar y preservar activamente el "yo digital", por ejemplo actualizando e interactuando regularmente con las plataformas elegidas y siendo consciente de la información que se comparte en línea.
6. Subraya la importancia de mantener una imagen coherente en todas las plataformas para crear una marca personal fuerte y reconocible.
7. Ten en cuenta que la marca personal es un esfuerzo continuo que requiere tiempo, paciencia y trabajo constante para mantener un "yo digital" fuerte y positivo.





¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

3. Conexión con los demás

Objetivo : Aprender a conectar con otras personas para que los jóvenes sin empleo ni estudios amplíen su red de contactos, establezcan relaciones significativas y obtengan conocimientos y oportunidades de gran valor.

Duración : 30 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos y acceso a internet

Instrucciones

1. Explica a los participantes la importancia de relacionarse con otras personas para que los jóvenes que ni trabajan ni estudian amplíen su red de contactos, establezcan relaciones significativas y obtengan valiosas perspectivas y oportunidades.
2. Orienta a los participantes sobre el uso de plataformas de redes sociales, como LinkedIn, Twitter y Facebook para conectar con personas afines, unirse a grupos y participar en debates.
3. Anima a los participantes a unirse a comunidades en línea, como foros y grupos de debate, relacionados con sus intereses en los que puedan plantear preguntas y compartir sus propios conocimientos y experiencias.
4. Analiza las ventajas de asistir a actos presenciales, como eventos de networking, reuniones y conferencias, para conectar con otras personas en persona.





5. Ofrece información sobre plataformas de colaboración como GitHub, Asana y Trello para trabajar a distancia y conectar con personas afines.
6. Recuerda a los participantes la importancia de ser auténticos en sus interacciones con los demás para establecer conexiones significativas y ser honestos y genuinos en la conversación.
7. Ten en cuenta que conectar con los demás es un proceso continuo que requiere esfuerzo y constancia para mantener las relaciones, y ser respetuoso y profesional en todas las interacciones, así como con la información que se comparte.
8. Destaca los beneficios de relacionarse con los demás, como la obtención de información valiosa, la creación de redes y la apertura de puertas a nuevas oportunidades.





¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

4. Gestión del "yo digital"

Objetivo : Aprender a gestionar un yo digital para jóvenes sin empleo ni estudios, con el fin de garantizar que su presencia en línea esté actualizada, sea segura y esté libre de contenidos negativos.

Duración : 30 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos y acceso a Internet

Instrucciones

1. Explica a los participantes la importancia de gestionar un "yo digital" a fin de garantizar que su presencia en línea esté actualizada, sea segura y esté libre de contenidos negativos.
2. Guía a los participantes en la actualización periódica de su perfil, asegurándote de que refleje con precisión sus habilidades, experiencia e intereses actuales, y que resulte relevante y útil para los demás.
3. Analiza la importancia de mantener contraseñas seguras, utilizando contraseñas fuertes y únicas, y cambiándolas regularmente, y evitando utilizar la misma contraseña para múltiples cuentas.
4. Anima a los participantes a que supervisen periódicamente su presencia en Internet para asegurarse de que no haya contenidos negativos que puedan dañar su reputación personal o profesional, y a que tomen medidas al respecto si es necesario.





5. Recuerda a los participantes que deben ser conscientes de la información que comparten en línea y que sólo deben compartir información adecuada y acorde con su marca personal.
6. Proporciona información sobre la configuración de privacidad, cómo utilizarla y los beneficios de controlar quién puede ver su contenido e información.
7. Orienta a los participantes sobre la limpieza de su huella digital, revisando y eliminando periódicamente todo lo que ya no esté alineado con su marca personal o ya no sea relevante.
8. Es importante que los jóvenes que ni trabajan ni estudian sean conscientes de su presencia en Internet y tomen medidas para proteger su identidad y reputación digitales.



¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

5. Desarrollo de un "yo digital"

Objetivo : Aprender a desarrollar un yo digital como un proceso continuo, y comprender la importancia de experimentar con diferentes plataformas, crear contenidos y participar en conversaciones significativas.

Duración : 1-2 horas

Materiales : Dispositivos electrónicos y acceso a Internet

Instrucciones

1. Explica a los participantes que desarrollar un "yo digital" es un proceso continuo que implica refinar continuamente su presencia digital y encontrar nuevas formas de conectar con los demás.
2. Guía a los participantes en la creación de un nombre único para su presencia en todos los canales de comunicación que utilicen para facilitar que la gente les encuentre.
3. Anima a los participantes a utilizar una foto real de sí mismos en todos sus perfiles en línea, para que a la gente le resulte más fácil reconocerlos y relacionarse con ellos.
4. Debate las ventajas de utilizar Twitter para seguir temas, personas y listas interesantes y cómo esta plataforma puede ayudarles a estar al día de las últimas noticias, tendencias y conversaciones.





5. Proporciona información sobre la adquisición de un nombre de dominio para sí mismos, como un modo de disponer de un nombre coherente para el correo electrónico, el blog y otros sitios web.
6. Muestra a los participantes cómo utilizar Google Analytics para realizar un seguimiento de los visitantes de su sitio web o blog, y para obtener información sobre el rendimiento de su contenido.
7. Recuerda a los participantes que desarrollar un "yo digital" es un proceso continuo que requiere tiempo y esfuerzo, y que es importante experimentar con diferentes plataformas y estrategias para encontrar lo que mejor les funciona.
8. Destaca la importancia de crear contenidos y participar en conversaciones significativas para establecer una presencia digital sólida y conectar con los demás.





¿Cómo desarrollar un "yo digital"?

Recursos útiles

A continuación se ofrece una lista de referencias en inglés que pueden ser útiles para desarrollar un "yo digital":

- [24 Consejos para mejorar tu "yo digital"](#)
- [Cómo mejorar tus hábitos digitales y en línea](#)
- [Autocuidado digital](#)
- [5 de mejorar tu vida digital](#)
- [Creando tu "yo digital": Qué, cómo y por qué](#)
- [Cómo convertir el autoservicio digital en algo asombroso](#)
- [Cómo presentar tu mejor versión digital](#)
- [Tu propio blog digital](#)
- [El yo digital: una autopercepción saludable y una interacción positiva en línea](#)
- [Cómo crear un yo digital que promueva una presentación saludable del yo](#)
- [Qué es el "personal branding"](#)
- [Por qué necesitamos ser más humanos ¿Cómo puede ayudarte tu marca personal a cambiar el mundo?](#)
- [Gestionando tu "yo digital"](#)

Conclusión

Las actividades elegidas constituyen medios eficaces para mejorar las competencias digitales de los jóvenes que ni trabajan ni estudian (NINI) . Estas actividades ofrecen a los formadores, trabajadores en el ámbito de la juventud y coordinadores diversas alternativas que pueden incluir en sus sesiones de formación, desde actividades breves a otras más largas. Estas actividades permiten a los jóvenes alumnos interactuar con sus compañeros y aprender la importancia de tener un espíritu de trabajo en equipo positivo mientras desarrollan un yo digital.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPÍTULO II

CREACIÓN DE CONTENIDOS AUTÉNTICOS Y ATRACTIVOS



R2: KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Creación de contenidos auténticos y atractivos

Desarrollado por Euro-net

Resumen del curso

La creación de contenidos es una de las profesiones en boga en los últimos años, sobre todo de las redes sociales. No hay nada más erróneo -y obsoleto- que creer que las tareas de un creador de contenidos se reducen a hacer una foto bonita, mostrar un producto o reproducir una tendencia de Tik Tok. Son los hijos de la "Creator Economy", la economía que está permitiendo a muchas personas -a menudo diseñadores, fotógrafos, cineastas, ilustradores o entusiastas de cualquier campo- monetizar sus contenidos, bienes y servicios en línea aprovechando la creatividad, el talento, la pasión y, sobre todo, la originalidad.

Entre las figuras más solicitadas en este ámbito, encontramos al Creador de Contenidos Web (también conocido como Creador de Contenidos Digitales). El Creador de Contenidos Web se ocupa principalmente del desarrollo, la creación y la implementación de contenidos en los sitios web corporativos y, en general, de los contenidos publicados en los distintos canales de comunicación elegidos en función de la estrategia de comunicación. Los contenidos difundidos por el Creador de Contenidos Web pueden ser de diferentes formatos (texto, fotos, audio, vídeo...). Debido a su versatilidad y en función de las opciones organizativas y del tamaño de la empresa en la que se encuentre, el Creador de Contenidos Web puede encontrarse trabajando solo o en equipo.



Creación de contenidos auténticos y atractivos

En primer lugar, puede desempeñar múltiples funciones: desde la de Creador de Contenidos hasta la de diseñador gráfico y Social Media Manager; en segundo lugar, existen las figuras del Especialista SEO y el Online Community Manager, el Mobile Marketing Manager o el Webmaster, por ejemplo. En concreto, un Creador de Contenidos Web se encarga de desarrollar y transmitir contenidos multimedia eficaces que permitan a las empresas presentarse a los clientes de la mejor manera posible, adquirir credibilidad y conseguir una visibilidad cada vez mayor. Todo ello presupone, por parte del Creador de Contenidos Web, un buen conocimiento de las principales plataformas digitales que se van a utilizar para comunicar, así como un buen conocimiento del público al que se dirige el mensaje.

Asimismo, en este capítulo, nos gustaría presentar algunas actividades que pueden ayudar a los formadores a potenciar las habilidades de creación de contenidos creando un impacto positivo en los participantes.

Nos adentraremos en la visión general de la estrategia de creación de contenidos digitales. Además, realizaremos algunos ejercicios prácticos sobre cómo realizar una estrategia de contenidos digitales y, a continuación, haremos la evaluación final. Cada una de las 7 actividades especifica el objetivo, la duración, el material y las instrucciones a seguir.

Todas estas actividades pueden utilizarse tanto en la educación formal como en la no formal y requieren que todos los participantes mejoren sus competencias digitales sobre la creación de contenidos web y su relevancia en el mercado.





Creación de contenidos auténticos y atractivos

Materiales necesarios

Para llevar a cabo las actividades presentadas en este capítulo, los participantes sólo necesitarán dispositivos portátiles (por ejemplo, teléfonos móviles, ordenadores portátiles, iPads, etc.).

Grupo destinatario

Los grupos destinatarios son trabajadores y formadores juveniles, así como profesores, directores de centros escolares, consultores psicológicos, académicos de formación del profesorado, centros educativos y ONG educativas para el desarrollo personal. Se hará especial hincapié en los formadores de jóvenes con discapacidades físicas o dificultades educativas, así como en los formadores de jóvenes que tengan en sus aulas alumnos/aprendices refugiados o inmigrantes.

Por otra parte, los beneficiarios son jóvenes NINI, estudiantes y alumnos de centros de formación, centros de aprendizaje permanente y proveedores de educación no formal relacionados, directores de centros escolares, profesores, representantes de ONG y expertos.

Duración

30 minutos por cada módulo de aprendizaje.

210 minutos en total

Resultados de aprendizaje

El alumnado entrará en contacto con herramientas de estrategia de creación de contenidos digitales que utilizarán para la actividad y que podrán explorar y conservar para futuras actividades, educativas o profesionales. Los principales objetivos de esta actividad son:

1. Transferir los pilares del diseño de una estrategia de creación de contenidos digitales
2. Elegir los canales, formatos y plataformas que mejor se adapten a sus objetivos (plataforma principal y redes sociales).
3. Trabajar en el diseño de tus contenidos (diseño de creación de contenidos de vídeo y audio).
4. Utilizar herramientas de producción y gestión de creación de contenidos.
5. Cultivar tu comunidad y promocionar su trabajo

Creación de contenidos auténticos y atractivos

Análisis de necesidades

Del estudio "Future of Creativity", realizado por Adobe, se desprende que la figura de "Creator Economy" (Economía de los Creadores) ha dado forma a nuevas oportunidades profesionales a tiempo completo o como freelance, especialmente para la GenZ y para los Millennials, cada vez más atraídos por carreras menos tradicionales.

De hecho, los primeros representan el 42% de la Economía de los Creadores, mientras que los segundos el 14%. En los dos últimos años, 165 millones de personas se han sumado a este sector, suponiendo un total de 303 millones de creadores "digitales" en todo el mundo. Una de cada cuatro personas (23%) crea contenidos expresándose a través de la fotografía, la producción de vídeo, la escritura creativa u otros medios en espacios en línea, incluidas las plataformas sociales y los blogs. Sin embargo, el 48% de los creadores están motivados por un objetivo común: la libertad de expresión, y sólo el 26% lo hace por dinero. Los influencers representan sólo el 14% de la economía de los creadores a nivel mundial. La transformación digital ha hecho que el uso de canales de comunicación digitales por parte de las empresas haya aumentado exponencialmente en los últimos años. Las consecuencias de esto son evidentes: un aumento en el mercado laboral de las personas que se ocupan de la Web y la comunicación a nivel organizativo, un aumento de la presencia en línea de las empresas y un incremento de su uso de los medios sociales.

En este sentido, este capítulo subraya la importancia de alcanzar los conocimientos básicos sobre estrategia de creación de contenidos. Estas herramientas pueden ser determinante para que los jóvenes ajusten sus competencias a las exigencias de esta nueva era y mercado laboral.

Procedimiento

El curso consta de 7 etapas, en las que se alternarán actividades teóricas y prácticas. Se guiará a los participantes para que trabajen en proyectos individuales y en grupo que podrán presentar en un taller final.





Creación de contenidos auténticos y atractivos

Estrategia de creación de contenidos digitales

Objetivo : Visión general sobre la estrategia de creación de contenidos digitales

Duración : 150 min (30 min con cada etapa)

Materiales : Dispositivos electrónicos

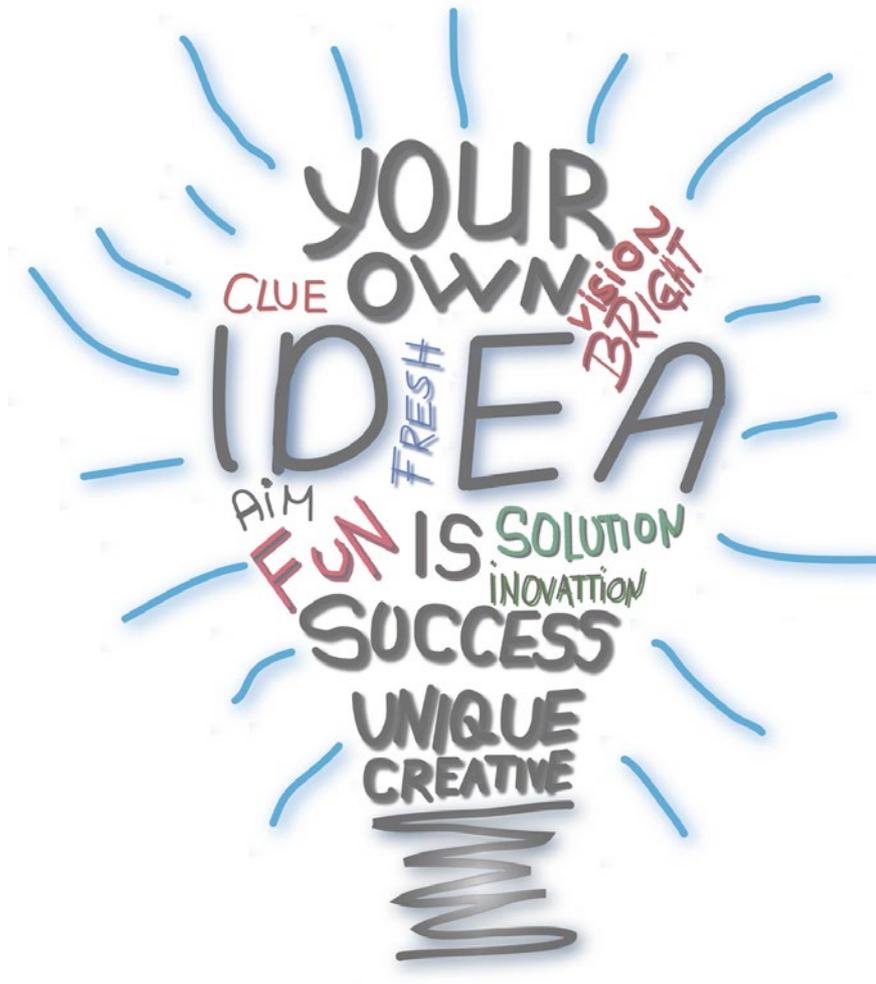


Pasos de la Estrategia

- 1) Lluvia de ideas
- 2) Planificación de contenidos
- 3) Pilares del contenido
- 4) Creación de contenidos
- 5) Diseño de vídeo
- 6) Nicho de contenido y especialización
- 7) Evaluación final

Creación de contenidos auténticos y atractivos

Paso 1 - Lluvia de ideas



La lluvia de ideas es el proceso de anotar todas tus ideas en un papel (o pantalla) sin revisar ni examinar nada. Antes de empezar a crear contenidos, tienes que hacer una lluvia de ideas sobre los temas que podrías (o deberías) tratar en tus contenidos. Pero la generación de ideas es difícil cuando se parte de cero.

Por lo tanto, el primer paso en la lluvia de ideas de contenido potencial es preguntarse sobre objetivo final del contenido que se quiere producir.

Esto te puede ayudar a generar ideas de contenidos que no promocionen directamente su producto, sino que lo posicionen como la solución natural del lector: una conclusión a la que ha llegado gracias a su contenido.

Ejercicio



Abre una hoja de cálculo o un documento en tu ordenador. En la parte superior de la página, escribe tu tema principal. Si abarcas grandes subtemas, enuméralos también. Debajo, escribe el objetivo de tu contenido.

Por ejemplo, ¿estás intentando añadir personas a tu lista de correo electrónico? Ten claro lo que quieres conseguir con el marketing de contenidos.

Por último, empieza a anotar todas las ideas de contenido que se te ocurran. Lo ideal sería que estuvieran relacionadas con tus temas principales y que pudieran ayudarte a alcanzar tu objetivo.

Pero ahora no es el momento de juzgar tus ideas. Cuando hagas brainstorming, no censures, borres ni juzgues tus ideas. Enumera todo lo que se te ocurra.

Una vez que hayas terminado tu lista, puedes volver atrás y limpiarla, estableciendo prioridades y anotando tus mejores ideas de contenido.



Creación de contenidos auténticos y atractivos

Paso 2 - Planificación de contenidos

Sin un plan, todas esas ideas se quedarán ahí. Así que el siguiente paso es crear un plan que establezca el proceso para hacer llegar el contenido al público objetivo.

Es una buena idea documentar este proceso. Los especialistas en redacción de ensayos utilizan esta estrategia de contenido escrito que te ayudará a crear una especie de "garantía de calidad" mientras te aseguras de que tu contenido:

- Está en sintonía con la promoción de tus objetivos
- No tiene errores ortográficos ni gramaticales
- Es interesante de leer
- Motiva a los usuarios a dar el siguiente paso

Ejercicio

Piensa en el proceso que seguirás para escribir, editar, publicar y promocionar cada contenido. A continuación, anótalo para que puedas llevarlo a cabo de forma sistemática.

Por ejemplo, podrías pasar por estas etapas a medida que desarrollas tu contenido:

- Generación de ideas
- Creación
- Edición
- Revisión
- Publicación
- Distribución

En una herramienta de gestión de proyectos como Asana, crea un tablero que tenga una columna para cada etapa de tu proceso de creación de contenidos.

A continuación, crea una tarjeta para cada pieza de contenido que te gustaría crear en los próximos meses. Incluye cualquier información que te resulte útil. Como mínimo, incluye

- Palabra clave o tema
- Tipo de contenido
- Canal
- Fecha de entrega

Recuerda que, en lo que respecta a la estrategia de contenidos, no existe un método único que funcione para todo el mundo. Utiliza lo que te resulte más cómodo y con lo que estés más familiarizado. Lo importante es tener un plan y seguirlo manteniendo unos estándares de alta calidad y una rutina de publicación coherente.

Creación de contenidos auténticos y atractivos

Paso 3 - Pilares de contenido

Una de las columnas vertebrales de tu estrategia de contenidos son los pilares de contenido que pueden ser libros electrónicos, guías, libros blancos, estudios de casos, informes o cualquier otro formato de contenido de alto valor. Lo ideal es que tengas un pilar de contenido para cada tema central que enseñes en tu negocio del conocimiento. Debería cubrir ese tema con detalle exhaustivo, convirtiéndote a ti y a tu empresa en la autoridad definitiva en la materia. Lo bueno de los pilares de contenido es que, al ser tan detallados y minuciosos, otros propietarios de páginas web enlazarán con ellos en lugar de intentar recrearlos (o competir con ellos). Esto significa que el tiempo que inviertas en crear tus pilares será tiempo bien empleado: cuantos más sitios te enlacen a ti y a tus pilares de contenido, más crecerá tu autoridad y reconocimiento dentro del nicho que hayas elegido.

Ejercicio

Repasa la lluvia de ideas que hiciste en la Etapa 1 e intenta agruparlas en categorías. Lo ideal es que todas las ideas estén relacionadas con dos o cinco temas básicos que sustenten todo lo que se muestra. Enumera estos temas pilares de alto nivel. Ahora haz una lluvia de ideas para un pilar de contenido que podrías crear para cada uno de ellos.

Una vez que tengas diez o más ideas para cada tema, elige la que consideres mejor. Decide el formato: libro electrónico, guía avanzada, entrada larga en el blog, por ejemplo. A continuación, añade este pilar a tu flujo de trabajo de contenidos, junto con un plazo para llevarlo a cabo.





Creación de contenidos auténticos y atractivos

Paso 4 - Creación de contenido

Este es el punto de partida de la mayoría de los ejercicios de estrategia de contenidos. Pero esto es como salir a comprar una bicicleta nueva cuando nunca has aprendido a montar en ella. Para ser estratégico, hay que empezar con un plan.

La buena noticia es que no está limitado a las entradas de blog o a los contenidos escritos. Todos y cada uno de estos tipos de contenido forman parte de tu estrategia de marketing de contenidos:

- Entradas de blog: Pueden ser largos o cortos, detallados o pequeños consejos. Se pueden compartir fácilmente en las redes sociales y en su propio sitio web.
- Libros electrónicos: Contenido más profundo, específico y preciso sobre un tema determinado. Suelen descargarse gratuitamente a cambio del nombre y la dirección de correo electrónico del usuario.

Case studies

Tablas, gráficos y otra información complementaria que detalla cómo tu empresa resolvió el problema de un cliente concreto y cómo fue el resultado final.

Plantillas

Ejemplos de información que el usuario sólo tiene que rellenar o editar para obtener el resultado final.

Infografías

Representaciones gráficas de datos, estadísticas o detalles sobre un nicho determinado o sobre el proceso para alcanzar un objetivo final.

Vídeos

Los vídeos pueden utilizarse para compartir la misma información que en las entradas de un blog, como tutoriales, ejemplos, guías y mucho más.

Podcasts

Los podcasts son una "inmersión profunda" digital en audio sobre un tema concreto. Los podcasts suelen formar parte de una serie en la que se comparte información sobre un tema determinado.

Social Media

Publicaciones breves y frecuentes relacionadas con tu negocio, misión y tema principal. El contenido social comparte reseñas de productos, ideas aleatorias, consejos y estrategias, y normalmente invita a los usuarios a responder con sus opiniones.

Por supuesto, con tantos canales de contenido disponibles, puede ser tentador intentar utilizarlos todos. Algunas marcas lo hacen. Pero es difícil hacer un buen marketing de contenidos cuando uno se dispersa demasiado. Así que vamos a elegir un solo canal para empezar.

Ejercicio

Decide un tipo de contenido que te gustaría publicar con regularidad. Para tomar tu decisión, piensa en dos cosas: ¿Qué le gusta a tu público en particular? ¿Qué te resulta más fácil crear de forma regular?

Tres formatos que funcionan bien son los podcasts, los blogs y los canales de vídeo. Elige uno y establece un calendario. ¿Crearás un nuevo contenido cada semana o publicarás uno o dos al mes? No hay una respuesta correcta. Elige una frecuencia que puedas cumplir con constancia a partir de ahora.



Creación de contenidos auténticos y atractivos

Paso 5 - Diseño de vídeo

Diseñar un vídeo es una actividad compleja. En este módulo aprenderemos a orientarnos en sus distintas fases. Comienza con la definición de un concepto, la planificación de una línea de temas, la decisión sobre la escenografía y los planos, la colocación de las luces y el rodaje con la cámara adecuada. Al final del proceso está la fase de postproducción, con el montaje y la integración de efectos visuales, gráficos y música.

Ejercicio

A continuación, se pedirá a los participantes que creen su propio material con <https://www.canva.com/>. Pueden elegir cualquiera de las formas que se ofrecen (por ejemplo, presentación, folleto, logotipo, etc.) teniendo en cuenta todo el material que han visto hasta ahora, y basándose en su personalidad respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es lo que más te entusiasma de tu vida hasta ahora?
- ¿Qué te parece lo más desafiante que has hecho?
- ¿Qué crees que es lo más importante que has aprendido hasta ahora?



Creación de contenidos auténticos y atractivos

Paso 6 - Nicho de contenido y especialización

La estrategia de contenidos consiste a partes iguales en saber qué publicar y dónde publicarlo para que tenga resonancia y atraigas la atención del cliente objetivo. Por eso tiene sentido elegir temas concretos y específicos en lugar de temas amplios y genéricos. El contenido especializado, o centrado en una pequeña subcategoría de un tema más amplio, puede ayudarte a destacar en el mundo del comercio del conocimiento. Busca una parte de lo que haces de la que nadie más hable. Concéntrate en ello y rápidamente te verán como un líder de opinión en tu sector.

Veamos un ejemplo.

Digamos que tu tema principal es el marketing en Internet, pero has decidido centrarte directamente en cómo comercializar tus vídeos en YouTube. Puedes entrar en detalles minuciosos sobre todos los aspectos del marketing en YouTube: el tipo de equipo que necesitas, cómo grabar y editar tus vídeos de forma profesional, cómo crear un canal, cómo conseguir suscriptores y mucho más.

Ejercicio

Repasa tu estrategia de contenidos y busca temas e ideas que no se ajusten a tus temas principales. Elimínalos de la lista. Repásalos de nuevo, esta vez para ver si puedes reducir tu plan de contenidos a uno o dos temas concretos. ¿Cómo puedes enfocar tu estrategia de contenidos de la forma más ajustada posible, para darte a conocer rápidamente como experto en tu campo?



Creación de contenidos auténticos y atractivos

Paso 7 - Evaluación final

El resultado final de la actividad será la evaluación de la misma. Todas las preguntas y dificultades que los participantes encontrarán durante la actividad serán tratadas por el facilitador en el mismo momento, por lo que la elaboración del producto final supondrá el uso correcto de las herramientas y la adquisición de los conocimientos correspondientes para utilizarlas.



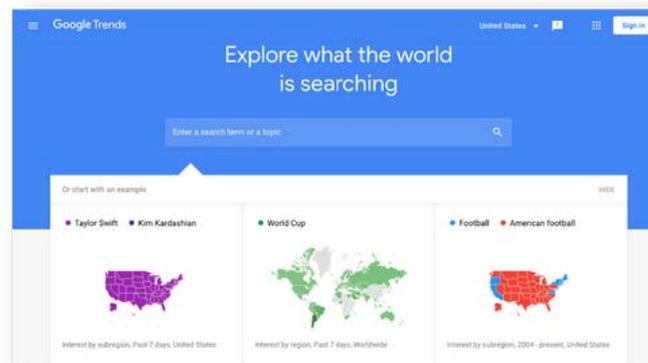
Creación de contenidos auténticos y atractivos

Recursos útiles

A continuación se ofrece una lista de referencias que pueden ser útiles para mejorar las habilidades de creación de contenidos:

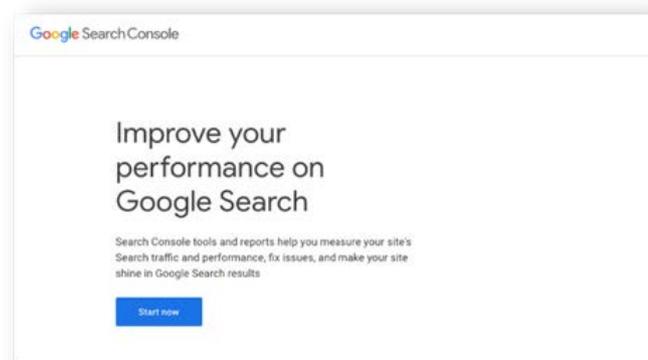
1. Google Trends

Google Trend te ofrece una visión del volumen de búsqueda de una palabra clave concreta dentro de un periodo específico. La herramienta también permite comparar dos términos de búsqueda entre sí para determinar cuál es el más popular. En resumen, Google Trends te permite descubrir consultas de búsqueda relativamente populares y crear artículos en torno a ellas para aprovechar el tráfico de los motores de búsqueda.



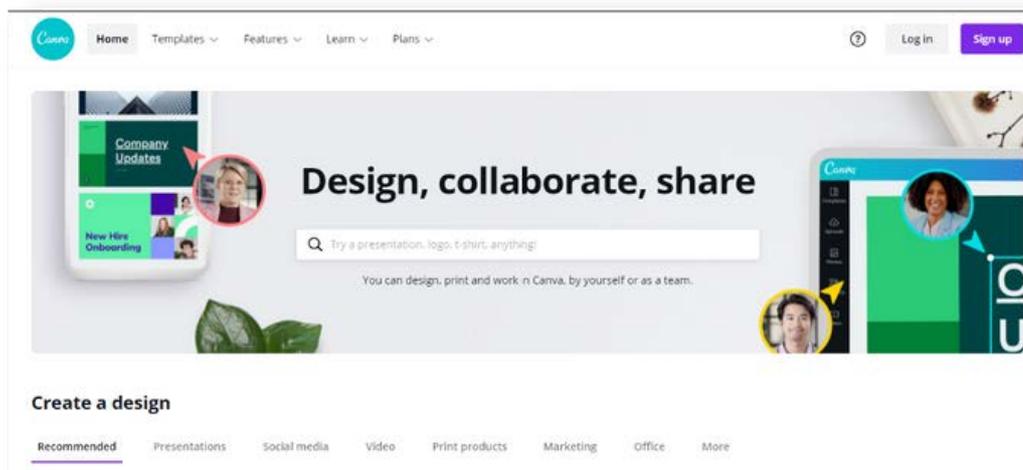
2. Google Search Console

Con Google Search Console, puedes realizar un seguimiento del rendimiento de tu página web en las páginas de resultados de Google. Con Google Search Console, puedes realizar un seguimiento del rendimiento de tu página web en las páginas de resultados de Google. Además, la herramienta te ayuda a detectar errores comunes de SEO en tu sitio web sin necesidad de consultar a un experto en SEO. Si corriges estos errores, mejorará la probabilidad de que tu sitio web aparezca en las páginas de resultados de los motores de búsqueda. Además, Google Search Console es ideal para descubrir palabras clave de bajo rendimiento en su sitio web.



3. Canva

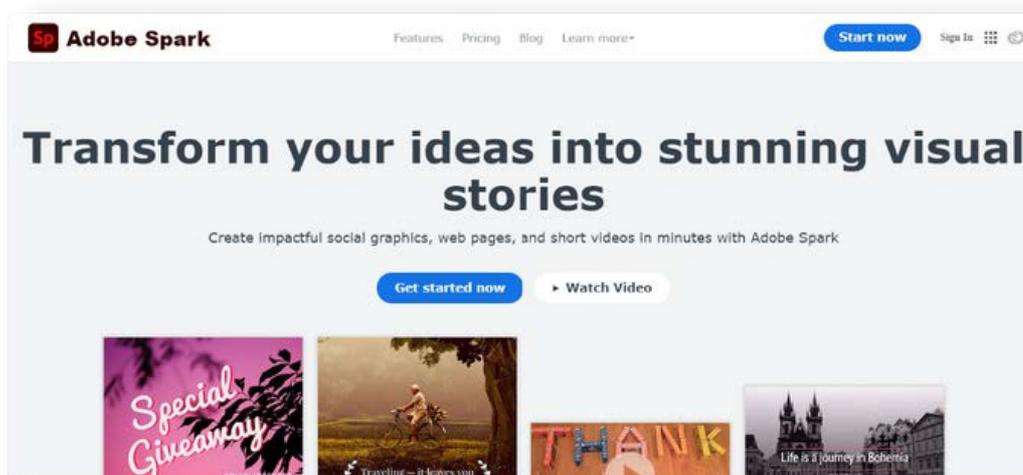
Canva es un programa freemium de diseño gráfico que te permite crear imágenes nítidas e impactantes para tus contenidos online. Tiene montones de plantillas listas para usar que puedes personalizar para crear diseños gráficos personalizados. Además, cuenta con un editor de arrastrar y soltar que simplifica el diseño gráfico incluso para los más novatos. Canva es ideal para crear imágenes atractivas para tus entradas de blog, libros electrónicos y publicaciones en redes sociales.



4. Adobe Spark

Adobe Spark te permite boicotear el laborioso proceso de crear manualmente gráficos para tus contenidos online y offline.

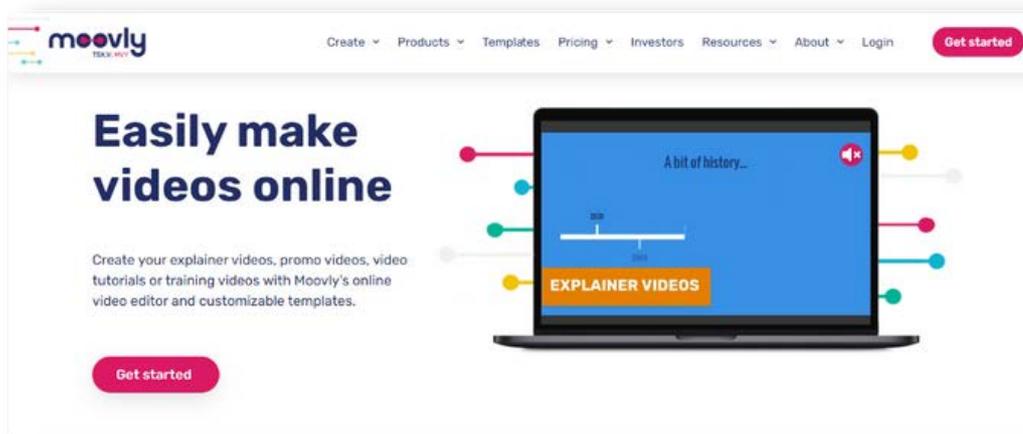
Tiene multitud de plantillas preinstaladas que puedes personalizar para crear tus propios diseños visuales personalizados. Además, tiene una interfaz intuitiva que simplifica el diseño gráfico incluso para un novato.



5. Moovly

Moovly cuenta con una gran biblioteca de imágenes, escenas cortas, bibliotecas y plantillas que puedes utilizar para crear atractivos vídeos explicativos animados en cuestión de minutos. También tiene una interfaz de usuario de arrastrar y soltar que te permite crear vídeos atractivos con habilidades y presupuesto limitados.

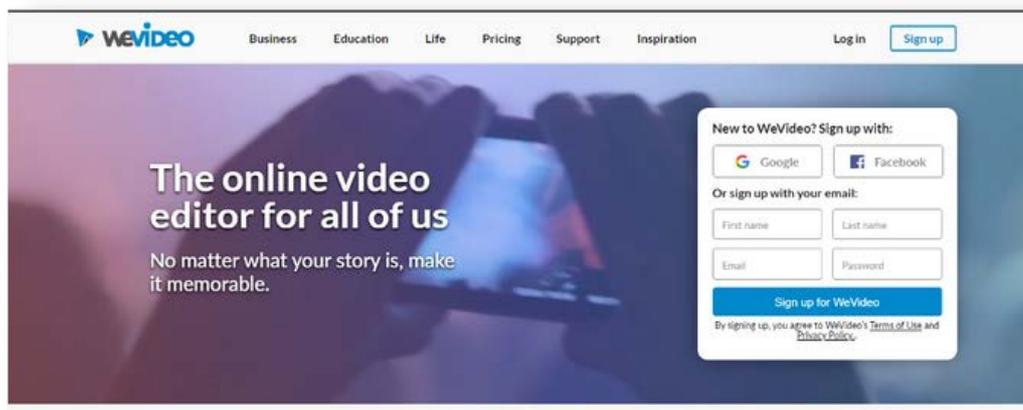
La versión de prueba gratuita de Moovly tiene muchas limitaciones. La duración máxima del vídeo no puede superar los tres minutos, y no puedes eliminar la marca de agua de Moovly de tus vídeos a menos que tengas un plan premium.



6. WeVideo

A diferencia de iMovie, WeVideo es compatible con diferentes plataformas como Mac, Windows, móvil y web.

La herramienta es ideal tanto para profesionales como para aficionados. Esto significa que puedes crear vídeos de aspecto profesional en un abrir y cerrar de ojos, independientemente de tus habilidades.

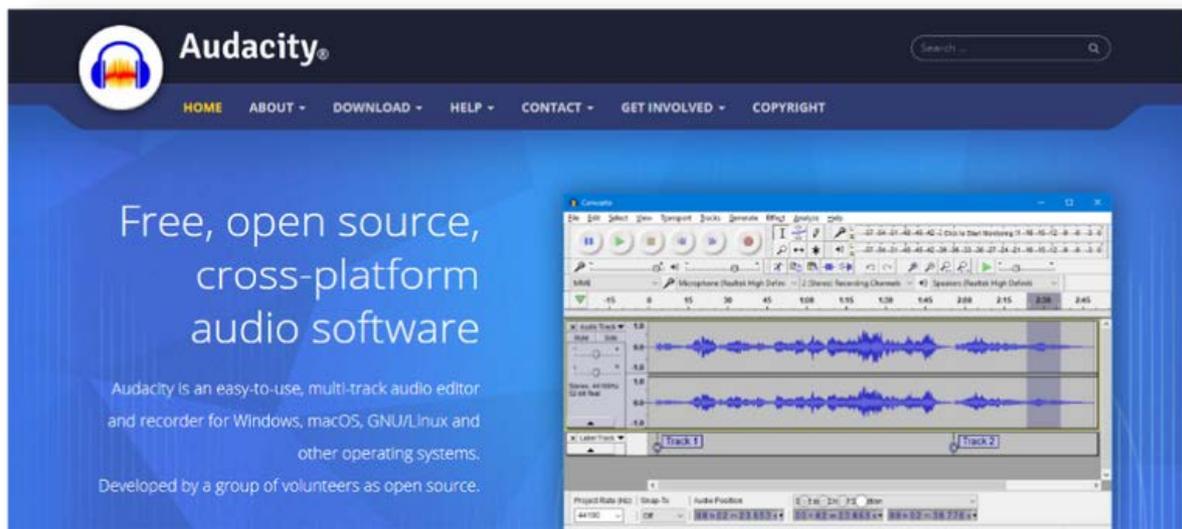


7. Audacity

Audacity es una herramienta gratuita de edición y grabación de audio. Funciona perfectamente con Windows, macOS y GNU/Linux.

Audacity te permite:

- Grabar audios en directo
- Importar, mezclar y combinar diferentes formatos de sonido
- Exportar audios en formatos.
- Soporta y funciona sin problemas con 16 bits, 24 bits e incluso 32 bits.



Creación de contenidos auténticos y atractivos

Referencias

Marketing en Redes Sociales - Philip Kotler

La lectura del marketing de Kotler es una auténtica garantía. El texto está dirigido tanto a principiantes como a profesionales y tiene como objetivo proporcionar un método eficaz para que todo el mundo pueda elegir las herramientas adecuadas para su estrategia de marketing. Indicaciones útiles en la elección de la combinación de comunidades, recursos y plataformas sociales.

No Sólo Análisis - Yari Brugnoni

Este libro analiza y explica cómo funciona el algoritmo de Instagram, empezando por lo más básico hasta llegar a las nociones más complejas, con ejemplos y ejercicios interactivos. Explica la importancia de definir tu identidad y crear una comunidad en torno a tu mensaje.

Marketing Social Local- Tino Bassu, Domenico Mancuso, Michele Tampieri

El texto aborda el Social Media Marketing desde la perspectiva de una pequeña o mediana empresa. El eje central no es la viralidad del contenido, sino la correcta asignación de recursos en referencia al propio mercado de referencia.



Creación de contenidos auténticos y atractivos

- **Marketing de influencers. Potenciar la marca con la creación de contenido y las relaciones (Camilla Bellini, Cristiano Carriero)**
Este libro explica qué es el marketing de influencers y pone en juego consejos y estrategias eficaces para crear una campaña de comunicación basada en este medio. Un libro muy útil para marcas, pr digitales, creadores de contenidos y agencias de comunicación.
- **Estrategias y tácticas de marketing en Facebook para empresas y profesionales (edición 2021)**
(Veronica Gentili, Alessandro Sportelli)
Una de las redes sociales más importantes, pero también entre las más infravaloradas, Facebook. El marketing en redes sociales en esta plataforma tiene uno de los potenciales de explotación más altos de todos. Primero hay que saber cómo funciona su lógica básica, muy bien explicada en este libro.
- Descripción del puesto de creador de contenidos, equinetacademy.com
- Redactor, editor y gestor de contenidos web, classup.it
- Creador de contenidos: Convierte tu pasión en trabajo, digital-coach.it



Creación de contenidos auténticos y atractivos

Conclusión

Las actividades seleccionadas son herramientas eficaces en el ámbito de las competencias digitales, en el sentido en el que aportarán algunas ideas a los trabajadores y formadores en el ámbito de la juventud sobre cómo mejorar las capacidades de creación de contenidos de su alumnado y estudiantes. Los formadores podrán elegir entre una variedad de 7 actividades de diferente duración para incluirlas en sus sesiones de formación o trabajo, dando la oportunidad a los jóvenes de interactuar con sus compañeros y aprender sobre la importancia de tener un espíritu de trabajo en equipo positivo.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPÍTULO III

ENCONTRAR Y UTILIZAR INFORMACIÓN RELEVANTE PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL



R2: KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Desarrollado por Euro-net

Resumen del curso

El acceso a información, asesoramiento y orientación profesional de alta calidad es un componente importante para evitar que los jóvenes se conviertan en NINI, pero algunas personas se enfrentan a numerosos obstáculos cuando intentan pasar a la siguiente etapa de sus carreras. Por ejemplo, un joven con dificultades económicas puede disponer de poco tiempo y atención para comprometerse. A los jóvenes procedentes de entornos menos privilegiados también les puede resultar difícil orientarse por el panorama de las cualificaciones y tienen un conocimiento más limitado de las opciones profesionales, además de tener menos confianza a la hora de acudir a los servicios de orientación profesional.

También se ha detectado una desconexión entre los sectores en los que los jóvenes aspiran a trabajar y los empleos normalmente disponibles, lo que hace aún más importante que los jóvenes en riesgo de convertirse en NINI reciban el mejor apoyo y asesoramiento posibles. Así pues, es muy importante disponer de un repositorio de herramientas que reúna las prácticas pertinentes sobre cómo informar y orientar el desarrollo de la carrera profesional de los NINI.

Las habilidades de gestión de la trayectoria profesional digital han evolucionado a partir del concepto de alfabetización profesional digital, introducido por Hooley (2012), quien sugiere que Internet está cambiando el contexto en el que los individuos persiguen y desarrollan sus carreras. Presenta Internet como:

- Una biblioteca de profesiones a través de la cual los individuos pueden buscar y obtener información.
- Un mercado en el que las personas pueden encontrar y solicitar oportunidades de aprendizaje y trabajo.
- Un espacio para establecer y mantener contactos y redes.



Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Un canal de comunicación a través del cual los individuos pueden elevar su perfil y gestionar su reputación. Para aprovechar las oportunidades profesionales que ofrece Internet, las personas necesitan desarrollar su alfabetización profesional digital para investigar, establecer contactos y labrarse una reputación profesional positiva. Hooley establece un marco de siete competencias: Las siete C de la alfabetización profesional digital:

- **Cambiar:** capacidad de comprender y adaptarse a contextos profesionales cambiantes.
- **Collecting** (Recopilación): capacidad de encontrar y recuperar información profesional.
- **Criticar:** capacidad de evaluar, analizar la procedencia y valorar la utilidad de la información profesional.
- **Conectar:** capacidad para establecer contactos, entablar relaciones y crear redes en línea que favorezcan el desarrollo profesional.
- **Comunicar:** capacidad para interactuar a través de distintas plataformas, comprender la "netiqueta" de las diferentes interacciones y utilizarlas en el contexto de las carreras profesionales.
- **Crear:** la capacidad de crear contenidos en línea que representen sus intereses, habilidades y trayectoria profesional.
- **Conservación:** la capacidad de desarrollar, revisar y editar su presencia en línea.

Existen múltiples cursos en línea para desarrollar las habilidades de gestión de la carrera digital, lo que también se pone de manifiesto en muchos cursos universitarios y talleres adicionales a los que pueden asistir los estudiantes. A medida que crece el mundo digital, es esencial adaptarse a él y desarrollar las competencias digitales para destacar en el mercado laboral. Esto se aplica tanto a los profesionales del desarrollo profesional como a sus clientes.

Sin embargo, en este capítulo, nos gustaría presentar algunas actividades que pueden ayudar a los formadores a obtener información relevante sobre el desarrollo profesional, creando un impacto positivo en los participantes a través de la exploración de los 3 principales medios de comunicación social (Facebook, Twitter y LinkedIn).

Todas estas actividades pueden utilizarse tanto en la educación formal como en la no formal y requieren que todos los participantes mejoren sus competencias digitales sobre los medios sociales como herramientas para encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional.



Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Materiales necesarios

Para llevar a cabo las actividades presentadas en este capítulo, los participantes sólo necesitarán dispositivos electrónicos

Grupo destinatario

Los grupos destinatarios son trabajadores y formadores juveniles, así como profesores, directores de centros escolares, consultores psicológicos, académicos de formación del profesorado, centros educativos y ONG educativas para el desarrollo personal. Se hará especial hincapié en los formadores de jóvenes con discapacidades físicas o dificultades educativas, así como en los formadores de jóvenes que tengan en sus aulas alumnos/aprendices refugiados o inmigrantes.

Por otra parte, los beneficiarios son jóvenes ninis, estudiantes y alumnos de centros de formación, centros de aprendizaje permanente y proveedores de educación no formal relacionados, directores de centros escolares, profesores, representantes de ONG y expertos.

Duración

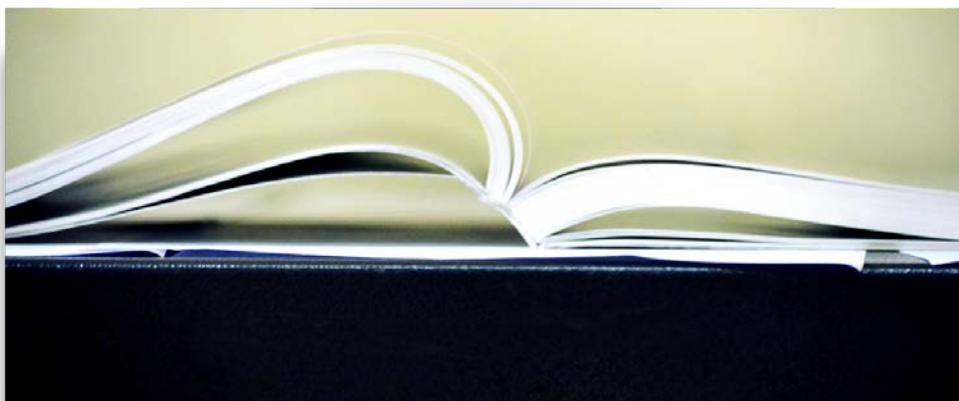
60 minutos por cada módulo de aprendizaje.

180 en total

Resultados de aprendizaje

Un resumen de los objetivos puede incluir:

- Encontrar formas eficaces de identificar oportunidades de empleo
- Utilizar las redes sociales para encontrar trabajo
- Utilizar las redes sociales para mejorar las competencias digitales



Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Análisis de necesidades

Un reto fundamental para los responsables políticos es cómo ofrecer más oportunidades para que las personas que trabajan en la economía colaborativa, debido a la falta de elección o de ofertas de empleo alternativas decentes, puedan desarrollar las competencias que necesitan para encontrar un trabajo mejor remunerado o de mayor calidad. El 57% de los trabajadores de la economía colaborativa y el 64% de los demás trabajadores creen que necesitarán desarrollar más competencias o participar en formación o aprendizaje formal adicional durante su vida laboral. Los trabajadores más jóvenes son los más propensos a pensar que este sea el caso, ya que el 74% de los trabajadores de entre 18 y 29 años afirman que necesitarán desarrollar nuevas habilidades, en comparación con sólo el 35% de los trabajadores de entre 60 y 70 años. Los jóvenes (de 16 a 30 años) se sienten especialmente atraídos por la idea del trabajo "gig" (microtrabajo o trabajo autónomo): uno de cada cuatro afirma que consideraría alguna forma de trabajo gig en el futuro.

La población de edad que realiza trabajos "gig" son predominantemente jóvenes, con más de la mitad de los que participan en la economía gig (56%) entre 18 y 34 años. Esto significa que aquellos que están comenzando una educación superior o que acaban de abandonar el sistema educativo podrían formar parte de esta población de trabajadores por encargo, por lo que los profesionales del desarrollo profesional podrían informar a los estudiantes sobre cómo y dónde anunciarse para garantizar el mayor interés en lo que ofrecen.



Dado que el trabajo autónomo es cada vez más popular, es importante que los profesionales del desarrollo profesional lo consideren una opción válida para sus clientes y que comprendan las funciones y las competencias necesarias. Sin embargo, es más importante que nunca que los profesionales tengan los conocimientos digitales necesarios para desempeñar sus funciones con eficacia. Este capítulo subraya la importancia de alcanzar los conocimientos básicos sobre orientación profesional y sus herramientas, que pueden ser determinantes para que los jóvenes ajusten sus competencias a las exigencias de esta nueva era y mercado laboral.

Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Procedimiento

Los profesionales del desarrollo profesional localizaron las competencias necesarias para utilizar los medios sociales en la prestación de servicios de desarrollo profesional en cuatro categorías:

- Capacidad de utilizar las redes sociales para ofrecer información, haciendo hincapié en la comprensión del funcionamiento de la tecnología.
- Capacidad de utilizar los medios sociales para ofrecer orientación profesional personal, haciendo hincapié en el uso de la tecnología como medio de comunicación.
- Capacidad para utilizar las redes sociales para la exploración colaborativa de la carrera profesional, haciendo hincapié en el uso de la tecnología para la enseñanza y el aprendizaje y entre los miembros del grupo.
- Capacidad para utilizar las redes sociales y la tecnología para permitir a los miembros del grupo compartir y desarrollar un entendimiento común y soluciones a los problemas de desarrollo profesional.

El curso consta de 3 módulos, en el que se guiará a los participantes para trabajar en proyectos individuales y de grupo, para practicar cómo encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo de una carrera digital a través de los 3 principales medios de comunicación social Facebook, LinkedIn y Twitter. Esto permitirá mejorar la alfabetización digital sobre los medios de comunicación social así como orientar las opciones para encontrar un trabajo.





Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

1. Utilizar Facebook para encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Objetivo : Información general sobre cómo utilizar Facebook para encontrar trabajo

Duración : 60 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos y acceso a Internet

Instrucciones

Paso 1 - Cómo encontrar información sobre empleo en Facebook

Es la Red Social más utilizada del mundo, la más querida por más de mil millones de usuarios por su capacidad de unir a la gente. Obviamente, estamos hablando de Facebook. Estamos seguros de que tú también sabes muy bien lo que es, pero ¿has pensado alguna vez que entre compartir fotos, actualizaciones de estado y buscar a viejos amigos, Facebook también puede ser una herramienta eficaz para encontrar trabajo? De hecho, muchos representantes de RRHH lo utilizan para evaluar a nuevos candidatos. Para tener esta oportunidad, es fundamental cuidar con esmero el perfil: mantenerlo actualizado, limitar los niveles de privacidad de los elementos personales y ser conscientes de quién tiene visibilidad sobre nuestros contenidos, evaluando cuidadosamente qué publicar y compartir. Facebook puede decir mucho sobre la vida y los intereses -profesionales y de otro tipo- de un candidato potencial, así como sobre su forma de comunicarse. Por ello, este canal puede convertirse en una herramienta válida para hacerse notar ante potenciales empleadores, dándose a conocer a reclutadores y profesionales de RRHH de forma complementaria al clásico currículum vitae.

No se puede decir que Facebook sea propiamente una red social destinada a la búsqueda de empleo. Sin embargo, gracias a su difusión mundial, es adecuada tanto para buscar contactos profesionales como para promocionarse en el mundo laboral. Por eso es importante entender cómo utilizar Facebook para encontrar trabajo. Para hacer Personal Branding en Facebook, tendrás que ser muy cuidadoso a la hora de adaptar tu perfil, que debe corresponderse con la imagen profesional que quieres comunicar. Recuerda, por tanto, que el contenido de tu perfil debe ser coherente con la imagen de las empresas que te interesan.



He aquí algunos consejos:

- Mantén siempre actualizado tu perfil: al igual que tu currículum, el perfil social con el que te presentas al mundo laboral debe ser completo y detallado, pero sin exageraciones. Si quieres utilizar Facebook para encontrar trabajo, introduce todos los datos relativos a tu curso de formación y a tu experiencia profesional pasada y actual, sin pasarte y evitando detalles que no se correspondan con tu área de investigación.
- Elige las fotos adecuadas: para evitar que tu perfil parezca anónimo, elige con cuidado tus imágenes de perfil y de portada, que deben ser serias y comunicar algo de tu personalidad laboral, así como de tu carácter. La foto de perfil, al igual que la del CV, debe reflejar profesionalidad, enmarcar sólo el rostro, sobre un fondo a ser posible neutro. Sería una excelente opción utilizar la misma foto para todos los perfiles sociales con los que se desea buscar empleo.
- Configurar los ajustes de privacidad: con vistas a utilizar Facebook para encontrar trabajo, la mejor idea sería crear un perfil destinado únicamente al trabajo y a la creación de redes profesionales. Si optas por utilizar tu perfil personal, configura cuidadosamente los filtros de privacidad, con especial atención a las fotos, actualizaciones, publicaciones antiguas y todos aquellos contenidos que puedan comprometer o distorsionar la recepción de tu figura profesional. Naturalmente, al tratarse de una red social y no de un currículum estático, no te bastará con definir tu perfil, sino que deberás mostrarte activo y dinámico, para aumentar tus posibilidades de encontrar trabajo.

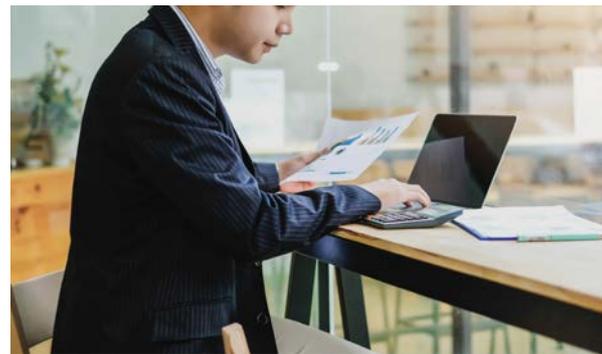


- Conéctate con empresas que te interesen: si quieres utilizar Facebook para encontrar trabajo, busca empresas que coincidan con tus aspiraciones profesionales, dándoles "me gusta" a sus páginas, para recibir actualizaciones sobre actividades de contratación y puestos vacantes. Puedes enviar tu CV adjunto a un mensaje de correo privado, que debe contener tu carta de presentación. Sigue también las páginas de fans y los grupos promovidos por las empresas en Facebook, para participar en los concursos y debates propuestos.
- Publica contenidos: demuestra que estás siempre actualizado y activo, recordando siempre el contexto en el que publicas. Elige contenidos de calidad, que despierten el interés de tus contactos y demuestren que dominas un sector y que te apasiona su dinámica. Deja comentarios y participa en debates, con moderación y evitando intervenciones inapropiadas.
- Utiliza "Learn with Facebook": una plataforma integrada en línea que contiene consejos y lecciones en vídeo dedicadas al mundo laboral. Además de consejos para la búsqueda de empleo, encontrarás lecciones específicas para mejorar tus competencias profesionales, sesiones especiales de marketing digital y mucho más.



Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Paso 2 - Función de búsqueda de empleo en Facebook



Facebook ofrece verdaderas oportunidades de empleo si sabes cómo encontrarlas. Al igual que en LinkedIn, en Facebook también hay ofertas de empleo. De hecho, las empresas podrán publicar ofertas de empleo en la pestaña "Empleos" de su página, en el panel de Google Jobs, en el Marketplace de Facebook y en el News Feed a través de anuncios de pago. Si estás buscando trabajo, podrás descubrir los puestos vacantes y rellenar automáticamente el formulario de solicitud, utilizando la información ya introducida en tu perfil de Facebook, modificándola si es necesario y enviando después la solicitud directamente a la empresa. La cita para la entrevista de trabajo, por supuesto, puede concertarse a través de Messenger. El proceso implica simplificar la elaboración de tu currículum, puesto que todos los datos ya estarán disponibles en la red social. Por último, Facebook podría conectar automáticamente los perfiles adecuados con las empresas que los buscan, incluso sin que el usuario esté buscando trabajo activamente, basándose en la valiosa información del perfil y comparándola con las solicitudes de las empresas, al igual que hace LinkedIn con los puestos sugeridos.





Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

1. Utilizar LinkedIn para encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Objetivo : Cómo utilizar LinkedIn para encontrar y utilizar información para el desarrollo profesional

Duración : 60 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos



Instrucciones

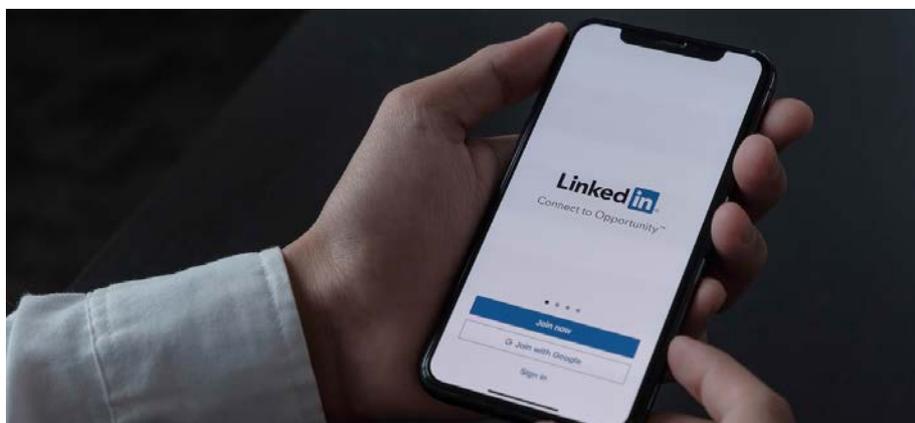
Debes ser consciente de que tener un perfil en LinkedIn no es suficiente para encontrar trabajo: debes establecer contactos con profesionales del sector y representantes del mundo de los RRHH, seguir a empresas y sus oportunidades de empleo, participar en grupos y debates de tu ámbito profesional o en línea con tus ambiciones. LinkedIn puede crear numerosas oportunidades para entrar en contacto con personas que pueden ofrecer oportunidades de empleo y para ser identificado por los reclutadores que buscan perfiles profesionales para sus empresa. Además, muchas empresas publican ofertas de empleo en LinkedIn, que puedes solicitar fácilmente con tu CV.

Paso 1 - Cómo crear un buen perfil en LinkedIn

- Lea la última edición de la Guía de búsqueda de empleo publicada por LinkedIn: 38 páginas de consejos y orientaciones para sacar el máximo partido a la red profesional;
- Actualiza tu currículum y tu perfil de LinkedIn, y cambia tu foto de vez en cuando, procurando elegir siempre imágenes profesionales en las que, para ser claros, lleves la ropa que usarías en el trabajo. ¿Selfies? Mejor no;
- Traduce tu perfil al menos a otro idioma. No hace falta que lo hagas todo de nuevo, hay una herramienta de LinkedIn que te puede ayudar; No pases por alto un título y un resumen descriptivos y no triviales, la publicación de artículos sobre diversos temas y una frase que muestre tu potencial de cara al futuro en el apartado "experiencias". El resumen del perfil de LinkedIn tiene un papel estratégico y no puede quedar relegado a un simple copia y pega de la calificación de la empresa: está claro, por tanto, que estos 120 caracteres no son fáciles de rellenar, intentando ser atractivos para nuestro target y claros y nítidos para el algoritmo de búsqueda.



- "Crear un resumen eficaz y único para simplificar, podríamos distinguir dos tipos principales de resumen: Estándar con detalles y Creativo. El primero, el resumen estándar con detalles, es un resumen que, a la vez que informa de la calificación, añade algunos detalles, palabras clave o una frase para hacerla más comprensible y especificarla mejor. El segundo, el creativo, renuncia a la calificación para explotar todo el espacio como si fuera un eslogan publicitario. Pero cuidado con escribir algo demasiado críptico, no comprensible, no localizable por el motor de búsqueda. En cualquier caso, lo que no pueden faltar son términos o palabras clave, que permitan reconocer al buscador y al lector en qué consiste realmente tu trabajo.
- Utiliza palabras clave en todos los campos del perfil, desde el resumen hasta las competencias: la búsqueda se realiza a través de ellas. Pero no te excedas y evita "narrarte" a través de las llamadas buzzwords, palabras genéricas como responsable, experto, creativo, motivado, estratégico, innovador...;
- Hazte notar también visualmente. Por ejemplo, una bonita imagen de fondo y de nuevo vídeos, diapositivas, infografías... sobre tu trabajo y los proyectos en los que has trabajado. ¡No te olvides de las muestras de trabajo! Pon lo que siempre has querido poner en tu currículum. Rellena la descripción de cada trabajo y el resumen general; no te limites a las tareas, enumera también los resultados obtenidos, publica enlaces, PDFs y documentos y, si merece la pena, también certificados de cursos, certificaciones, patentes, voluntariados; Utiliza las actualizaciones de estado: son una buena oportunidad para destacar alguno de tus últimos trabajos, compartir la lectura de un artículo o libro, promocionar tu presencia en un evento... preferiblemente en horario laboral, ya que LinkedIn es una red social profesional. ¿Con qué frecuencia? De 1 a 4 actualizaciones al día, pero sólo si tienes cosas relevantes que compartir;





- Pide recomendaciones a las personas con las que has trabajado y corresponde con cortesía: funciona un poco como con las reseñas en Amazon, que ayudan a marcar la diferencia entre un producto (en este caso, un candidato) y otro. Los expertos en carreras profesionales de LinkedIn sugieren incluso hacer un plan estratégico para buscar recomendaciones, recordando que debe resaltar tus habilidades laborales. Según los expertos deberías intentar conseguir al menos una al mes.
- Construye tu red no sólo de amigos: Hay 3 tipos de personas que querrás incluir en tus círculos de LinkedIn: gente que conoces personalmente, gente con muchas conexiones y expertos en la materia. Necesitas al menos 50. Para conseguirlos, intenta personalizar las solicitudes de conexión, sustituyendo el triste "Me gustaría añadirte a mi red profesional en LinkedIn" por una frase escrita de tu puño y letra. Recuerda que, según LinkedIn, el 80% de los puestos de trabajo se ganan gracias al boca a boca online.



Paso 2 - Encontrar trabajo en LinkedIn centrándose en palabras clave

LinkedIn es ante todo un motor de búsqueda que archiva perfiles y devuelve determinados resultados correspondientes a búsquedas precisas, que se expresan mediante palabras clave. Por tanto, puede ser útil para quienes deseen ser encontrados utilizar las palabras clave adecuadas en los campos adecuados. En particular

- Cualificación
- Resumen
- Lista de experiencias laborales
- Informes
- Competencias
- Formación
- Pulso de LinkedIn

Esto no significa que para aparecer alto en los resultados internos de LinkedIn tengas que centrarte en el trabajo con palabras clave. Utiliza palabras clave pero escribe con naturalidad y describe lo que haces sin forzar, es decir, sin repetir en exceso las palabras clave que te convienen. Para la elección de las palabras clave en LinkedIn, puedes basarte en varios aspectos relativos al conjunto de tu realidad laboral, en particular

- Formación académica (¿eres licenciado/diplomado o tienes un máster en...?)
- Competencias más relevantes (sobre todo competencias técnicas que indiquen directamente lo que eres capaz de hacer). Cuantos más reconocimientos recibas de tus contactos, más fácilmente se indexarán;
- Habilidades sociales (por ejemplo, capacidad para gestionar equipos de trabajo en un área concreta);
- Formación y titulaciones educativas (de los certificados puedes obtener ideas sobre titulaciones educativas a destacar);
- Experiencias de voluntariado



Paso 3 - ¿Por qué aprovechar LinkedIn Pulse para ganar más visibilidad?

La participación en grupos y debates tiene un gran valor. Si quieres encontrar trabajo con LinkedIn este es el camino: tienes que hacer conexiones. Trabaja más con tu blog interno: Pulse. Esta plataforma puede lanzar artículos que se relanzarán en tu página de inicio y en la comunidad interna. Con LinkedIn Pulse, creas contenido útil para las personas que te siguen, al tiempo que muestras tu experiencia y compartes tu punto de vista sobre temas que conoces. Esto sólo puede ayudarte a aumentar tus contactos útiles y a conseguir un trabajo en LinkedIn que se ajuste a tus aspiraciones y habilidades. Una cosa está clara: LinkedIn Pulse es un recurso que no debe utilizarse simplemente para relanzar contenidos ya expuestos en otros lugares. Úsalo como un bloc de notas, para expresar parte de tus reflexiones, pero no para duplicar contenidos. LinkedIn no es un mercado, no es una plaza en la que gritar y exponer a los cuatro vientos las habilidades de cada uno. No hay que hacer spam, no hay que abalanzarse sobre los contactos y enviar correos electrónicos no deseados con peticiones de atención. Hay muchas formas de interceptar al público, pero no hay que exigirle atención: hay que ganársela con la calidad del contenido y la información.





Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

1. Utilizar Twitter para encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Objetivo : Cómo utilizar Twitter para encontrar información relevante para el desarrollo profesional

Duración : 60 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos

Instrucciones

Paso 1 - Twitter: cómo utilizarlo para encontrar trabajo

- Para darte a conocer y encontrar trabajo en Twitter, lo primero que necesitas es una cuenta coherente y profesional que destaque tus pasiones. Ésta, de hecho, puede ser una herramienta adicional para mostrarse en la red y dar una imagen de sí mismo profesional e interesante a los ojos de los reclutadores. Por tanto, es primordial cuidar la propia imagen pública para causar una buena impresión a quienes "observan" (no es raro que los reclutadores echen un vistazo a los perfiles sociales de los candidatos, para hacerse una idea de las personas que van a conocer). En Twitter, introduce información breve sobre tu formación y trayectoria profesional y no olvides insertar enlaces a blogs, sitios web personales u otros documentos en línea que hablen de tus experiencias. También puede ser muy útil insertar un enlace a tu perfil de LinkedIn. Utiliza una foto seria y elige un nombre de usuario coherente con tus búsquedas profesionales (también puedes utilizar un seudónimo, siempre que señales tu profesión o tus competencias).
- Muchas empresas también comparten ofertas de empleo en Twitter y reclutan a través de esta y otras redes sociales. Identifica a las empresas o personas que pueden ser importantes en la consecución de tus objetivos profesionales y síguelas. De esta forma, podrás estar siempre al día de las actividades de tus contactos y recibir en tiempo real cualquier información sobre vacantes y ofertas de empleo. Recuerda activar las notificaciones en la aplicación de Twitter de tu smartphone para estar siempre conectado e informado sobre las noticias de tu interés. Tuitea a menudo y participa en debates, demostrando tus habilidades y profesionalidad. Los requisitos fundamentales para una búsqueda eficaz en Twitter, así como en el resto de redes sociales, son la actividad y la interacción, dirigidas a obtener visibilidad y difusión del propio perfil profesional.

- Busca activamente empleos: utiliza la barra de búsqueda y la herramienta de búsqueda avanzada para localizar todos los tuits que puedan estar relacionados con el empleo que buscas (recuerda especificar la localidad y la ciudad de tu interés). Introduce hashtags específicos en el buscador, como #trabajo o #contratando, u otro hashtag que indique el puesto que buscas. También puedes contactar directamente con las empresas que te interesen, siempre que tengas un perfil impecable.
- Crea un breve "Twesume" de 140 caracteres para dirigirte a los reclutadores y posibles empleadores. También es una herramienta muy útil, al igual que las listas que te permiten agrupar contactos por áreas temáticas.

Paso 2 - ¿Cómo escribir un "Twesume"?

No hay reglas estrictas ni absolutas para utilizar tu currículum vitae en Twitter, pero si te apasiona el mundo de las redes sociales o simplemente quieres retarte a ti mismo e innovar, aquí tienes algunos consejos sobre qué introducir en 140 caracteres para optimizar el Twesume: Escribe información básica (quién eres, a qué te dedicas, qué aspiraciones profesionales tienes), aprovechando todos los caracteres disponibles; Enlaza a tu currículum vitae completo, perfil de LinkedIn o página web; Comparte el Twesume con empresas y reclutadores de tu interés. ¡Sé original!





Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Recursos útiles

Otras aplicaciones proporcionan valiosas herramientas para promover el aprendizaje profesional, la búsqueda de empleo y la obtención de nuevas oportunidades laborales:

Monster

Además de albergar una amplia bolsa de trabajo, Monster también ofrece consejos, herramientas y formación para ayudar a los solicitantes de empleo a prepararse para las entrevistas. Además de una clara indicación de los salarios, esta aplicación permite a los usuarios subir currículos y fotos a través de su portal específico.

[Encuentra la aplicación en Google Play Store.](#)

Encuentra la aplicación en [Apple App Store.](#)



Glassdoor

Glassdoor no es sólo una potente aplicación para buscar tu próximo trabajo, sino que también ofrece opiniones sobre empresas, consejos para entrevistas y perspectivas salariales.

Otras funciones muy valoradas son las reseñas de entrevistas, preguntas sobre entrevistas y consejos de expertos para solicitar y conseguir tu próximo trabajo.

Encuentra la aplicación [Google Play Store.](#)

Encuentra la aplicación [Apple App Store.](#)





Encontrar y utilizar información relevante para el desarrollo profesional

Referencias

- Anthony, K. E., Nagel, D. M., & Goss, S. P. (Eds.). (2010). The use of technology in mental health: Applications, ethics and practice. New York, NY: CC Thomas.
- Beetham, H. & Sharpe, R. (2013). An introduction to 'rethinking Pedagogy. In Rethinking Pedagogy for a Digital Age. Designing for Twenty-first Century Learning. Second edition. London. Routledge.
- Bimrose, J., Barnes, S-A., Attwell, G. (2010). An investigation into the skills needed by Connexions Personal Advisers to develop internet-based guidance. CFBT: Warwick Institute for Employment Research: Reading/Coventry. Bimrose, J.,
- Hughes, D. & Barnes S-A (2011). Integrating new technologies into careers practice: Extending the knowledge base. London. UKCES.
- Bimrose, J., Wilson, R., Barnes, S-A., Owen, D., Li, Y., Green, A., Bosworth, L., Millar, P., Holden, A., Attwell, G., Rustemeier, P., Elferink, R. & Higginbottom, J. (2015). LMI for All: Developing a Careers Database (Final report). London: UK Commission for Employment and Skills.
- Bonini, T. (2015). 'The "Second Age" of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium', Quaderns del CAC, 41:18, July, pp. 21-30.
- Braun and Clarke (2006). Using thematic analysis in psychology, Qualitative Research in Psychology, 3:2, 77-101
- Burgess, Jean, Green, Joshua, & Rebane, Gala (2016) Agency and Controversy in the YouTube Community. In Friese, Heidrun, Rebane, Gala, Nolden, Marcus, & Schreiter, Miriam (Eds.) Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten. Springer Fachmedien Wiesbaden, pp. 1-12
- Hooley, T. (2012). How the internet changed career: framing the relationship between career development and online technologies. Journal of the National Institute for Career Education and Counselling (NICEC). Issue 29 (October 2012)
- Hooley, T., Hutchinson, J., & Watts, A. (2010). Careering through the web: the potential of Web 2.0 and 3.0 technologies for career development and career support services. London. UKCES.

Conclusión

Las actividades seleccionadas son herramientas eficaces en el ámbito de las competencias digitales, en el sentido en que ofrecerán algunas ideas a los trabajadores y formadores en el ámbito de la juventud sobre cómo mejorar el uso de las redes sociales para encontrar información relevante sobre el desarrollo profesional. Los formadores podrán elegir entre una variedad de 3 actividades para incluir en sus sesiones de formación o trabajo, dando la oportunidad a los jóvenes de interactuar con sus compañeros y aprender de la importancia de tener un espíritu de trabajo en equipo positivo.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPÍTULO IV

MEJORAR EL RENDIMIENTO DIGITAL Y EL TRABAJO VIRTUAL EN EQUIPO



R2: KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

Desarrollado por INDEPCIE

Resumen del curso

La colaboración en equipo telemáticamente consiste en trabajar en equipo desde distintos lugares del mundo con el fin de lograr una visión compartida, utilizando herramientas y software en línea en tiempo real. Cuando el trabajo en equipo virtual tiene éxito, las organizaciones y empresas mejoran su productividad creando una cultura de equipo positiva y un modelo más centrado en el empleado mediante el uso de herramientas eficaces.

Existe una amplia gama de herramientas de trabajo en equipo que pueden mejorar la comunicación y la colaboración entre los miembros del equipo, como Google Workspace, Monday, Asana, Trello, Wrike, Slack, por nombrar sólo algunas. Sin embargo, en este capítulo, nos gustaría presentar algunas actividades que pueden ayudar a los formadores a impulsar el trabajo en equipo en línea creando un impacto positivo en los participantes.

Tras definir qué es el "team building virtual", nos adentraremos en algunos ejercicios prácticos que se dividen en dos áreas: "icebreakers" (rompehielos), por un lado, y "team bonding" (creación de espíritu de equipo), por otro. Cada una de las seis actividades especifica el objetivo, la duración, el material y las instrucciones a seguir.

Todas estas actividades pueden utilizarse tanto en la educación formal como en la no formal y requieren que todos los participantes se conecten en línea a través de una plataforma digital, ya que el objetivo principal de este capítulo es potenciar el trabajo en equipo digital.





Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

Materiales necesarios

Para llevar a cabo las actividades presentadas en este capítulo, los participantes sólo necesitarán un dispositivo electrónico que les permita conectarse en línea a través de una plataforma en línea como Zoom, que hará posible que los miembros del grupo entren en las salas de reunión.

Grupo destinatario

Los grupos destinatarios son trabajadores y formadores juveniles, así como profesores, directores de centros escolares, consultores psicológicos, académicos de formación del profesorado, centros educativos y ONG educativas para el desarrollo personal. Se hará especial hincapié en los formadores de jóvenes con discapacidades físicas o dificultades educativas, así como en los formadores de jóvenes que tengan en sus aulas alumnos/aprendices refugiados o inmigrantes.

Por otra parte, los beneficiarios serán jóvenes NINI, estudiantes y alumnos de centros de formación, centros de aprendizaje permanente y proveedores de educación no formal relacionados, directores de centros escolares, profesores, representantes de ONG y expertos.

Duración

Todas las actividades presentadas en este capítulo tendrán una duración total de cuatro horas y 20 minutos como máximo, dependiendo del tamaño de los grupos. No obstante, las actividades no son secuenciales y podrían alternarse a lo largo de diferentes sesiones.

Para cada una de las seis actividades presentadas a continuación, se especificará la duración estimada.



Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

Resultados de aprendizaje

Al final de este capítulo, el formador guiará a los jóvenes a

- Comprender la importancia de crear un entorno virtual eficaz.
- Conocer las ventajas de las herramientas de comunicación virtual
- Adquirir una mejor medición de sus competencias digitales
- Aprender a crear un impacto positivo y un espíritu de trabajo en equipo
- Mejorar sus habilidades de comunicación, empatía y creatividad
- Fomentar las relaciones entre los miembros del equipo

Análisis de necesidades

Tal y como se recoge en el informe de la encuesta realizada por los socios del proyecto **Digi4you**, con la llegada del siglo XXI y de nuevos conceptos, como el Internet de las cosas, los espacios de trabajo virtuales y el trabajo en equipo en línea se han convertido en habilidades mucho más críticas y necesarias para los empleados y los jóvenes.

Además, la era postcovid19 ha propiciado la práctica de trabajar desde casa. Por lo tanto, trabajar virtualmente con otros, comprender la cultura de trabajo en medios en línea y crear, mantener y compartir eficazmente recursos en línea con otros se ha convertido en un prerrequisito imprescindible en el mercado laboral de 2030.

En este sentido, comprender la importancia de gestionar eficazmente un espacio de trabajo virtual y colaborar con sus compañeros a través de herramientas en línea puede ser determinante para que los jóvenes ajusten sus competencias a las exigencias de esta nueva era y mercado laboral.



Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

Procedimiento

La dinámica de trabajo cambió de la noche a la mañana y los equipos virtuales se convirtieron en la norma en 2020. Sin embargo, si se dirige con éxito, un equipo virtual o un equipo a distancia puede tener muchos beneficios tanto para los trabajadores en el ámbito de la juventud como para los jóvenes, cuya fuerza de trabajo puede mejorarse trabajando a distancia.

En este sentido, las actividades de creación de equipos virtuales pueden mejorar la inclusividad y la diversidad entre los miembros del equipo, ya que permite que diferentes personas procedentes de diversos entornos compartan un espacio de trabajo común y refuercen los lazos dentro del equipo.

Pero, ¿qué es el team building virtual? La creación de equipos virtuales es el proceso de involucrar a equipos remotos en un formato en línea para estrechar los lazos dentro del equipo (Harper, 2023). En este sentido, para construir un equipo virtual de éxito, es clave generar confianza y facilitar la comunicación dentro del grupo de personas que colaboran utilizando diferentes herramientas de comunicación en un entorno en línea.

Existe una amplia gama de actividades y ejercicios que pueden utilizarse a distancia para mejorar el trabajo en equipo virtual, dependiendo del propósito o del tipo de emoción que el formador quiera despertar en el grupo en ese momento concreto. Por ejemplo, los ejercicios para romper el hielo pueden ser una buena oportunidad para iniciar una sesión presentándose unos a otros o "romper el hielo" cuando los participantes se enfrentan a sentimientos de incomodidad, duda, vergüenza o miedo.

ICEBREAKER

Un "icebreaker" o "rompehielos" es una actividad o juego diseñado para ayudar a los miembros de un grupo a iniciar el proceso de conocerse dentro de un equipo. A continuación se ofrece una lista de actividades para romper el hielo que ayudarán al formador a "romper el hielo" que suele limitar o inhibir las interacciones de un grupo de personas que quizá no se conozcan de antes.



Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

1. ¿De quién es esta habitación/oficina/escritorio?

- Objetivo** : Conocerse entre sí
- Duración** : 20-30 minutos
- Materiales** : Dispositivos electrónicos
- Instrucciones**



1. Pide a cada participante que haga una foto de su habitación/oficina/escritorio y diles que la suban a un archivo que se pueda compartir, por ejemplo, un Google Docs o Jamboard.
2. Antes de hacer la foto, anima a los participantes a salir de su habitación/oficina/escritorio para que se muestre la realidad de cómo son.
3. Por último, los miembros del equipo intentan adivinar de quién es el escritorio.

Adaptación: Esto también se puede hacer con cualquier objeto que haya en la habitación, por ejemplo, tomar una foto de la cama, de sus zapatos, etc.



Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

2. Adivinando a los bebés

Objetivo : Conocerse entre sí

Duración : 15-20 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos y fotos de bebés

Instrucciones



1. Pide a cada miembro del equipo que te envíe por adelantado una foto suya de bebé.
2. Reúne todas las fotos en un mismo documento (por ejemplo, un documento word, PPT, Google Docs...).
3. Por turnos, haz que los miembros adivinen quién es el bebé de la foto en un tiempo determinado (en función del tamaño del grupo). Por ejemplo, diez minutos.
4. La persona con más puntos, es decir, con más respuestas correctas ganará.

Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

3. ¿Qué tenemos en común?

Objetivo : Conocerse entre sí

Duración : 20-30 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos y una plataforma en línea salas de reuniones como Zoom

Instrucciones



1. Divide al equipo en pequeños grupos y distribúyelos en salas de reuniones (breakout room) en Zoom, por ejemplo.
2. Explícales que tienen que elaborar una lista de 10 cosas que todos tienen en común.
3. Pueden escribir la lista en un documento compartido o en una pizarra online como Jamboard.
4. Se puede elegir hablar de algún tema personal (familia, aficiones, vida amorosa...) o relacionado con el trabajo/académico (títulos, certificados, años de experiencia...).
5. Después, reúne todas las listas en el mismo documento y léelas en voz alta de una en una, pidiendo a todos que levanten la mano en caso de que la frase sea cierta para ellos. Cuenta en cada afirmación el número total de personas que están de acuerdo con la misma.
6. Haz una síntesis de las afirmaciones más frecuentes y debate libremente sobre ellas.



Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

"TEAM BONDING" (unión de equipos)

La creación de vínculos entre equipos o "team bonding" es un proceso continuo a través del cual los equipos se acercan y crean más confianza y una mejor comunicación. La creación de vínculos implica aumentar la lealtad mutua y hacia el equipo (The Team Building Company, s.f.). A continuación se ofrece una lista de algunas actividades sencillas de creación de vínculos de equipo que pueden llevarse a cabo con grupos de jóvenes en un entorno en línea para mejorar su capacidad de trabajar en equipo a distancia.

1. Debates

Objetivo : Potenciar las habilidades de comunicación, el espíritu de trabajo en equipo, la empatía, la creatividad y fomento de las relaciones.

Duración : 1 hora

Materiales : Plataforma en línea con salas de reuniones (ej. Zoom)

Instrucciones

1. Habla con los miembros de tu equipo para decidir un tema de debate. Divide a los participantes en dos grupos, intentando que sea lo más heterogéneo posible juntando a personas que no suelen trabajar juntas.
2. Juega a "piedra, tijera o papel" para asignar el tema a cada grupo o quién estará ""a favor"" y ""en contra"". Aunque el miembro no esté de acuerdo con el tema que se le ha asignado, será una buena oportunidad para fomentar un debate creativo y verlo desde una perspectiva diferente.
3. Haz que los dos equipos se reúnan por separado en una sala diferente y diles que piensen en diferentes argumentos que puedan utilizar durante el debate para apoyar su punto de vista.
4. ¡Que empiece el debate! El formador decidirá quién es el ganador o, si lo prefiere, puede sorprender a los dos equipos diciendo que ambos han ganado.

Ideas de temas de debate:

- ¿Qué fue antes? ¿El huevo o la gallina?
- ¿Se deben decir palabrotas?
- El lunes es el mejor día de la semana.
- Ser guapo es mejor que ser listo.
- Nunca hay que salir con un compañero de trabajo o de clase.



Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

2. Club de lectura/ cine/ podcasts

Objetivo : Conocer mejor a otras personas y estrechar lazos

Duración : 45-60 minutos

Materiales : Plataforma de videoconferencia y temas a elegir

Instrucciones



1. En primer lugar, decide con los miembros de tu equipo qué tipo de club os gustaría hacer y con qué frecuencia.
2. Por ejemplo, si decides organizar un club de lectura, todos deben participar voluntariamente y estar conformes con el tema elegido.
3. Cada sesión podrá durar entre 45 minutos y una hora y el organizador deberá asegurarse de preparar una lista de preguntas que puedan abordarse a lo largo del club.
4. Si te resulta difícil elegir el tema del club, puedes practicar la actividad para romper el hielo "¿Qué tenemos en común?" (pag. 71) para averiguar un tema común entre todos los miembros.

Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

3. Saca el talento que llevas dentro

Objetivo : Conocer los intereses, talentos e individualidades de los demás; hablar en público y trabajar en equipo.

Duración : 30-60 min (dependiendo del tamaño del equipo)

Materiales : Plataforma de videoconferencia

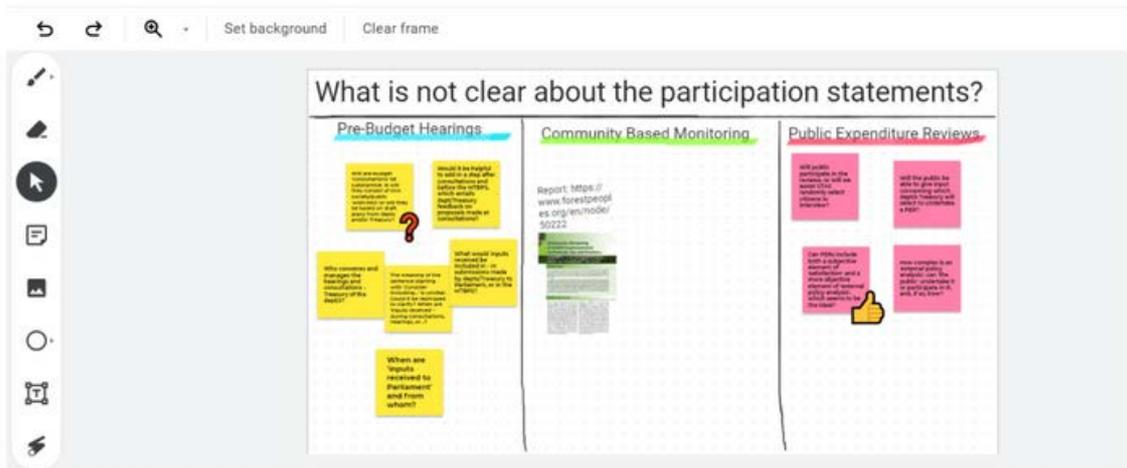
Instrucciones



1. Antes de la reunión online, explícale a los miembros de tu equipo que tendrán que elegir algo que les guste hacer o que les gustaría mostrar delante de sus compañeros y que podría sorprenderles.
2. Durante la reunión, tendrán que explicar por qué eligieron ese tema y también deberán presentar cuándo empezaron a hacer esa actividad y algunos otros detalles fascinantes. Cada uno de los miembros del equipo dispondrá de 15 minutos para su presentación.
3. Intenta motivar a todos los participantes para que se impliquen al máximo haciendo comentarios o preguntas al presentador.

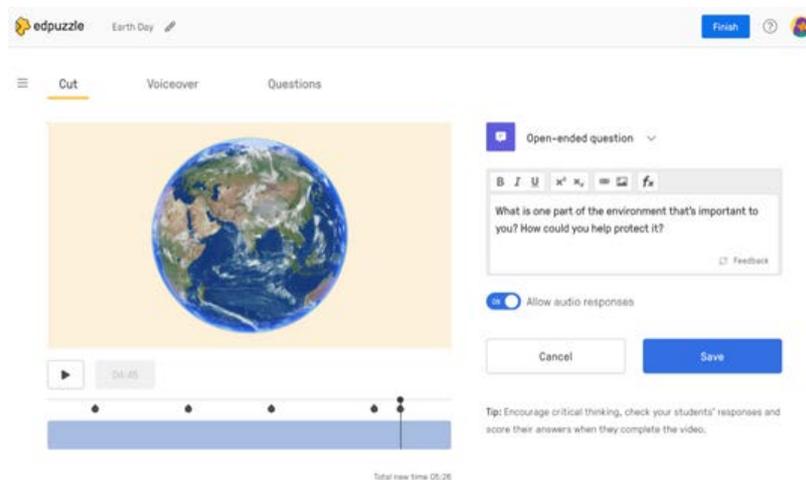
Por último, pero no por ello menos importante, los formadores pueden beneficiarse de una amplia gama de herramientas multimedia que les ayudarán a fomentar el trabajo en equipo como forma de crear vínculos más fuertes entre los jóvenes y mejorar sus relaciones interpersonales.

Jamboard



Jamboard es una pizarra colaborativa en línea. Ofrece espacios de trabajo creativos, como narraciones, organizadores gráficos, debate sobre pros y contras o biografías.

Edpuzzle



Edpuzzle es una aplicación web con fines educativos, ya que permite al formador crear cuestionarios o insertar notas de audio o realizar un "doblaje" completo del vídeo.

Quizizz



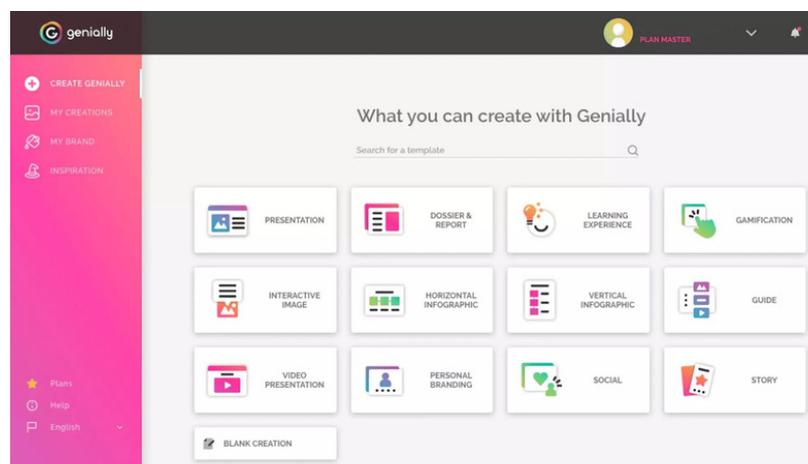
Quizizz es una aplicación para crear preguntas personalizadas de forma lúdica y divertida

Flipgrid



Programa de grabación de vídeo que permite al alumno potenciar su voz.

Genially



Genially consiste en una herramienta en línea para crear todo tipo de contenidos visuales e interactivos de forma rápida y sencilla, para uso individual o en equipo.



Mejorar el rendimiento digital y el trabajo virtual en equipo

Recursos útiles

A continuación se ofrece una lista de referencias que pueden ser útiles para mejorar las capacidades de trabajo en equipos virtuales:

- [Mejorar la eficacia de los equipos virtuales: Comprender por qué las habilidades de equipo tradicionales son insuficientes](#)
- [Equipos virtuales en tiempos de pandemia: Factores que influyen en el rendimiento](#)
- [Cómo optimizar el rendimiento de los equipos en el entorno de trabajo digital](#)
- [Equipos virtuales](#)
- [Guías para el trabajo juvenil virtual](#)
- [Siete consejos para mejorar la creación de equipos virtuales](#)
- [Cómo hacer que los equipos virtuales funcionen: Diez principios básicos](#)
- [Trabajo virtual en equipo](#)
- [Las mejores herramientas de software para equipos virtuales](#)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPÍTULO V

CREACIÓN DE UN PORTFOLIO DIGITAL Y FORMACIÓN EN LÍNEA



R2: KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996



Creación de un portfolio digital y formación en línea

Desarrollado por ESICA

Resumen del curso

Los portafolios son una de las formas más eficaces de reunir y demostrar las competencias del individuo ya que te permite utilizarlo en diversos ámbitos en entrevistas de trabajo, solicitudes universitarias o para impresionar a tus clientes. Explicar tu trabajo verbalmente será insuficiente en algunos casos. El empresario puede pedirte algo más práctico, y éste es el momento de compartir los trabajos que has realizado a través de un portafolio creativo y visualmente atractivo.

Este curso se divide en dos partes: una parte teórica y otra más práctica. De acuerdo con estos resultados, el objetivo de este kit de herramientas es proporcionar formación sobre la creación de portafolios digitales a todas las personas, especialmente a los jóvenes NINI, basándose en el empleo y la digitalización.

La primera parte se centra en algunos contenidos teóricos que el formador puede explicar durante diferentes sesiones según las necesidades del grupo. En particular, introduce la importancia de los portafolios y los diferentes tipos. Anima a los alumnos a reflexionar sobre su progreso y desarrollo; al mismo tiempo que comprenden cómo valorar sus habilidades.

En la segunda parte, se pedirá a los participantes que elaboren un portafolio para una persona famosa mundialmente. De este modo, todos los participantes, incluidos los que no hayan trabajado anteriormente, aprenderán a preparar un portafolio digital.

Todas estas actividades pueden utilizarse tanto en la educación formal como en la no formal y requieren que todos los participantes se conecten en línea a través de una plataforma digital, ya que el objetivo principal de esta parte es enseñar a preparar un portafolio digital.





Creación de un portfolio digital y formación en línea

Materiales necesarios

Para llevar a cabo las actividades presentadas en este capítulo, los participantes necesitarán un dispositivo electrónico que les permita conectarse en línea a través de una plataforma online. Durante las actividades se pueden utilizar plataformas en línea como Zoom y creadores de portfolios electrónicos como Behance.

Grupo destinatario

Este programa de formación está diseñado para formadores de jóvenes, trabajadores juveniles y personal de centros de aprendizaje permanente y proveedores de educación no formal. Su objetivo es dotar a las personas, especialmente a las que no cursan estudios, no tienen empleo ni reciben formación (NINI), de las competencias necesarias para crear un portfolio digital, en respuesta a la creciente demanda de digitalización en el mercado laboral.

Todas las actividades presentadas en este capítulo tendrán una duración total de dos horas y 20 minutos como máximo, dependiendo del tamaño de los grupos. No obstante, las actividades no son secuenciales y podrían alternarse a lo largo de diferentes sesiones. Para cada una de las seis actividades que se presentan a continuación, se especificará la duración estimada.

Duración

El módulo puede dividirse en dos sesiones: 1 hora para la teórica y 1 hora y 15 minutos para la práctica.



Creación de un portfolio digital y formación en línea

Resultados de aprendizaje

Al final de este capítulo, el formador ayudará a los jóvenes a:

- conocer la importancia de un portfolio digital;
- conocer los diferentes tipos de e-Portfolio;
- hacer una autorreflexión sobre las competencias y los logros
- ser capaces de distinguir los contenidos que deben incluirse en el portfolio
- familiarizarse con las herramientas en línea para crear portfolios
- cómo estructurar un CV;
- cómo priorizar y dar forma a la información en función del objetivo;
- crear efectos visuales para atraer la atención del lector;
- familiarizarse con las diferentes plataformas digitales.

Análisis de necesidades

La necesidad de mejorar las competencias digitales entre los NINI es cada vez más acuciante en el mercado laboral actual, en el que la competencia digital se ha convertido en un requisito clave para muchas carreras. Para seguir siendo competitivos, es fundamental que los jóvenes desarrollen sus competencias digitales y se familiaricen con las últimas herramientas y tecnologías. La creación de un portfolio digital ofrece una valiosa oportunidad para que los jóvenes NINI demuestren sus conocimientos digitales y muestren sus habilidades y experiencias a los posibles empresarios.

Un portfolio digital no es sólo una plataforma para mostrar sus competencias digitales, sino que también sirve como herramienta de desarrollo personal. Los jóvenes NINI pueden reflexionar sobre su itinerario de aprendizaje, fijarse objetivos y seguir sus progresos a medida que desarrollan sus competencias digitales. También puede servir como una valiosa herramienta de autopromoción, ya que pueden compartir su portfolio con posibles contratantes y establecer contactos con compañeros de su campo.

Además, este proyecto se ajusta a la tendencia más amplia de la transformación digital, en la que el uso de la tecnología está cambiando rápidamente nuestra forma de vivir y trabajar. La creación de un portafolio digital no sólo mejorará las competencias digitales de los NINI, sino que también contribuirá a su desarrollo personal y profesional en general.

En conclusión, la creación de un portfolio digital para los NINI es un paso importante para mejorar sus competencias digitales y hacerlos más competitivos en el mercado laboral. Proporciona una plataforma para la autopromoción y el desarrollo personal y profesional, y se alinea con la tendencia más amplia de la transformación digital.



Creación de un portfolio digital y formación en línea

1) Definición de portfolio

Procedimiento

Un portafolio puede considerarse un archivo donde guardar ejemplos de tu trabajo. De este modo, es muy fácil seguir tu propia evolución y puedes marcarte objetivos a corto y largo plazo, al tiempo que te das cuenta de tus progresos.

Mantener tu portafolio al día te evitará dificultades en situaciones repentinas, como cambios de trabajo y despidos, y te hará más competitivo en el mercado laboral.

Cuando compartas tu portafolio con tus clientes potenciales, recuerda que también puede compartirse con contratistas independientes, consultores o propietarios de empresas.

El concepto de portafolio se tomó del campo de las bellas artes y se desarrolló como método de evaluación para recopilar y almacenar el trabajo realizado y el desarrollo de los estudiantes. Portafolio tiene muchas definiciones diferentes, entre ellas:

- "Herramienta para documentar y gestionar el propio aprendizaje a lo largo de la vida de forma que fomente un aprendizaje profundo y continuo." (Jenson & Trever, 2014, 55.)
- "La colección intencionada del trabajo del estudiante que demuestra los esfuerzos, el progreso y el éxito del estudiante en uno o más de los campos".
- "Una colección estructurada del mejor trabajo seleccionado, reflexivo y colaborativo que demuestra el éxito del estudiante a lo largo del tiempo y en muchos contextos".
- "Una colección intencionada del trabajo del alumno que refleja sus esfuerzos, su desarrollo y sus logros". (Çetin, 2005, 176-177).



Creación de un portfolio digital y formación en línea

2) Tipos de Portfolio

En resumen, un portfolio es una de las formas más visuales y efectivas de presentarse. Las características generales de un portfolio son (Kan, 2007, 136):

- **Evolutivo:** Un portfolio representa el desarrollo y el aprendizaje de una persona a lo largo de un periodo de tiempo. Un portfolio es una colección de resultados de aprendizaje durante un largo periodo de tiempo, no una colección de comportamientos objetivo que pueden observarse en un periodo de tiempo corto.
- **Portfolio de exposición:** " Piensa en una exposición en un museo. Los mejores objetos se exponen e incluso se ponen bajo los focos. Un portafolio escaparate funciona de la misma manera, mostrando tu mejor trabajo en un solo lugar. Este portafolio debe contener muestras, productos y tareas que te hagan lucir impresionante". (Alyssa Mertens, What Are the Different Types of Portfolios?, 2023)
- **Auténtico:** El portafolio combina el propio trabajo y rendimiento de la persona. Los exámenes tradicionales no suelen reflejar el conocimiento de cómo se está desarrollando una persona y su potencial en todos los aspectos. El portfolio, en cambio, es una técnica de evaluación auténtica porque muestra productos concretos del aprendizaje y demuestra el desarrollo de la persona a lo largo del tiempo.
- **Reflexivo:** El portafolio puede ayudar a la persona a revisar sus esfuerzos pasados, a darse cuenta de que puede hacerlo mejor y a trabajar en esta dirección.
- **Individual:** El portafolio muestra el progreso del individuo en el proceso de aprendizaje sobre una base estructurada, preparada de acuerdo con las elecciones individuales. En otras palabras, el portafolio refleja la elección individual del contenido y el estilo individual.
- **Interactivo:** El individuo comparte su trabajo con su entorno a través del portafolio y recibe así sugerencias y orientación. De este modo, aumenta su interacción con el entorno.



Creación de un portfolio digital y formación en línea

3) E-Portfolio

Con el desarrollo de la tecnología, ha surgido el concepto de digitalización y, en general, la elaboración de portfolios y contenidos similares ha pasado a ser digital. Así surgió el concepto de portfolio electrónico. Un portfolio electrónico es una compilación de elementos de portfolio almacenados en formatos electrónicos como audiovisuales, gráficos o de texto (Akgün & Kölemen, 2020, 123). Existen diferentes fuentes que permiten a los usuarios crear contenidos y visuales con diferentes alternativas para sus e-portafolios.

3.1) Ventajas del portfolio digital

Aunque hay diferentes tipos de e-portfolios, existen muchas ventajas comunes que se resumen en (Jwaifell, 2013, 360):

- Acceso fácil y rápido a los contenidos
- Fácil reordenación de los contenidos
- Es posible trabajar en una sección en diferentes momentos
- Crea un proceso interactivo entre profesor-alumno y empresario-trabajador.
- Lo visual tiene el poder: se pueden utilizar elementos digitales como audio, vídeo, gráficos, fotografías;
- Mejora las competencias digitales;
- Ofrece oportunidades de aprendizaje permanente.

3.2) E-portfolio skills

Aparte de estas ventajas generales, las competencias y aptitudes adquiridas mediante un portfolio electrónico son las siguientes (Akgün & Kölemen, 2020, 123-124):

- Planificación estratégica, adquisición de conocimientos y análisis,
- conexión,
- pensamiento crítico,
- Resolución de problemas,
- Sintetizar mientras ponen sus pensamientos y trabajo juntos,
- Diseño de aspecto y maquetación,
- Evaluación y autorreflexión,
- Habilidades de comunicación,
- Aceptación de uno mismo y de los demás,
- Valores y ética.



Creación de un portfolio digital y formación en línea

4) ¿Cómo preparar un portafolio en medios digitales?

Es muy importante tener un portafolio digital en un mundo cada vez más digitalizado. Hay muchas formas y métodos diferentes de elaborar un portafolio digital.

Además de las alternativas gratuitas, si tienes un sitio web personalizado propio, puede ser una forma muy elegante y eficaz de presentar tu trabajo. Hoy en día, existen plantillas de sitios web aptas para todos los presupuestos e incluso sin coste alguno.

En este caso, puedes elegir una plantilla adecuada para ti, luego organizar tu página de inicio según el área de negocio y dividir el menú superior en temas según el negocio de que se trate. Por supuesto, también debes asegurarte de que la información de contacto esté situada en una zona rápidamente reconocible.

La disponibilidad de aplicaciones móviles para portafolios electrónicos puede garantizar el uso continuo del portafolio, día a día o incluso en cualquier momento.

De este modo, las experiencias pueden reflejarse inmediatamente en el portafolio y ayuda a la autorreflexión del alumno sobre los resultados obtenidos.

Una de las limitaciones de los portafolios electrónicos es la cantidad de espacio de almacenamiento. El espacio de almacenamiento puede causar problemas a la hora de añadir/cargar grabaciones de vídeo, imagen o sonido. La lentitud o los fallos a la hora de añadir/cargar pueden hacer que las personas pierdan la motivación o renuncien a crear un producto duradero. Para evitar estas situaciones, la cantidad de espacio de almacenamiento debe ser alta. Si no hay posibilidad, se puede subir a través de otras plataformas como Youtube, SlideShare, Google Drive (Mıdık, 2021, 60-61).





En la fase de preparación del portfolio, existen muchos consejos que pueden facilitar este proceso:

- El portfolio debe incluir las obras más espectaculares, no todos los trabajos realizados. En otras palabras, tu portafolio debe reflejar tus mayores logros, deber estar actualizado y tener sus objetivos claros.
- Debajo de cada obra debe incluirse una descripción detallada pero precisa. Lo más importante y difícil es saber seleccionar e incluir las obras que no generen más preguntas o dudas a quien consulte tu portafolio.
- Se debe centrar la atención en la experiencia del usuario. Los trabajos deben estar separados por sectores o colocados en orden cronológico.
- Deben comprobarse los detalles técnicos del portafolio digital. Por ejemplo, debe revisarse el tiempo de carga, la compatibilidad móvil y la resolución de las imágenes del portafolio transmitidas a través de un enlace.



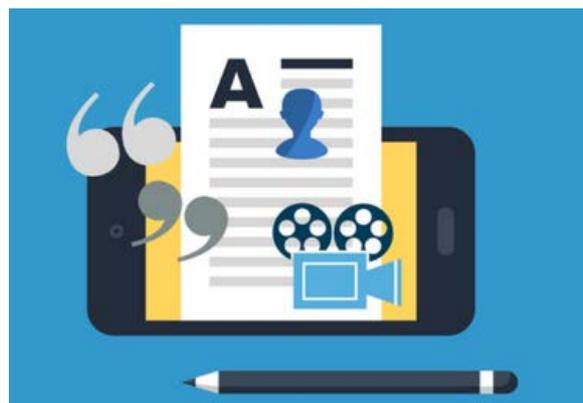
Creación de un portfolio digital y formación en línea

5) ¿Qué se debe incluir en un Portfolio?

Normalmente, al pensar en un ejemplo de e-portfolio, el usuario podría pensar que sólo se utiliza en determinados campos como la arquitectura, la ilustración, el diseño gráfico o la fotografía. Pero aparte de estos, para muchos otros puestos de trabajo se puede crear un e-portfolio cualificado.

Por ejemplo, un gestor o editor de redes sociales puede preparar un archivo de cartera compuesto por la página que gestiona y el contenido que crea. En este proceso, algunos aspectos específicos pueden ser bastante funcionales a la hora de preparar un portafolio:

- Menciona los trabajos que ya hayan sido valorados, premiados o apreciados personalmente por profesionales del sector;
- Redacta un flujo de trabajo que describa claramente tu estilo y destaque las características que te diferencian de los demás;
- Añade una sección "Sobre mí" donde incluir información personal y educativa detallada. Aquí debe indicarse claramente información extensa como la fecha de nacimiento, los premios recibidos, las experiencias, la escuela en la que se graduó, los seminarios y cursos a los que asistió y los certificados (pero recuerde incluir sólo la información relevante para el propósito de su portafolio);
- Se recomienda trabajar en formato GIF o vídeo en lugar de contenido visual estático para hacer un portfolio dinámico y contemporáneo, al mismo tiempo que la lectura resulte más agradable e interesante;
- Aunque el CV se envíe como archivo adjunto independiente en el correo electrónico, debe incluirse en el portafolio. De este modo, toda la información se presentará a la otra parte como un todo;
- Se recomienda tener un área en el portafolio que englobe tus habilidades blandas, como el trabajo en equipo, la gestión de proyectos, el liderazgo, el pensamiento crítico, etc.



Creación de un portfolio digital y formación en línea

6) Proceso de preparación del Portfolio Digital y recomendaciones:

Flowchart



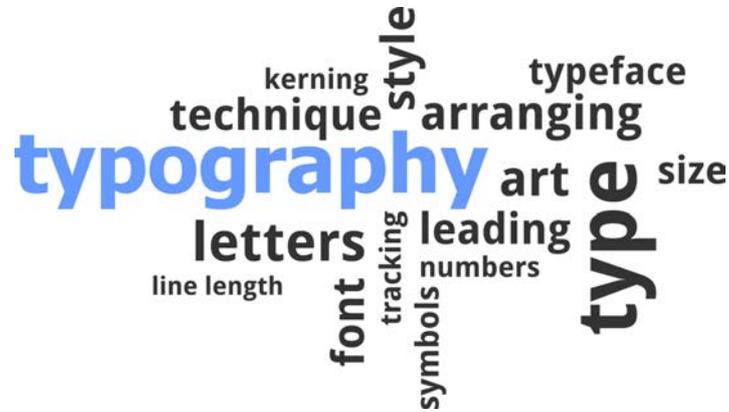
Antes de poner en marcha un portafolio digital, hay que elaborar un plan de negocio. Los documentos deben presentarse al público de la forma más fácilmente comprensible, por orden de importancia. En un portafolio digital, se puede establecer un orden jerárquico desde los epígrafes más generales hasta la información detallada.

Diseño de interfaces



En el diseño de la interfaz, hay que tener en cuenta a la persona que ve el portafolio digital por primera vez y a la que lo ve continuamente. Ambos deben poder acceder a las secciones que deseen con unos pocos clics. A la hora de preparar un portafolio digital, hay que tener en cuenta que no todos los usuarios tienen conocimientos técnicos. Hay que hacer un portafolio sencillo y que funcione rápido.

El arte de la tipografía



El principal objetivo del uso de la tipografía en el diseño de una interfaz es informar. El tipo de letra, el aspecto y la estructura elegidos deben facilitar la legibilidad y ser compatibles con el conjunto de la página. El tipo de letra sirve tanto para organizar la información como para leerla.

Uso del color y las imágenes



Utilizar demasiados colores en el diseño de pantallas dificulta la percepción de otros elementos. Afecta negativamente al efecto de los productos visuales presentados. En los sitios de portafolios, hay que preferir colores de fondo neutros que no reduzcan el efecto de las obras y evitar el uso de texturas complejas en el fondo de la página.

Utilización de elementos sonoros y multimedia



En el entorno web, el sonido sólo es compatible con el diseño cuando interactúa con otro elemento. El uso adecuado y correcto del sonido aumenta el efecto de la animación y la interacción con el usuario. La animación debe utilizarse de forma que no distraiga la atención y no afecte negativamente a los elementos que queremos que se perciban en primer lugar.



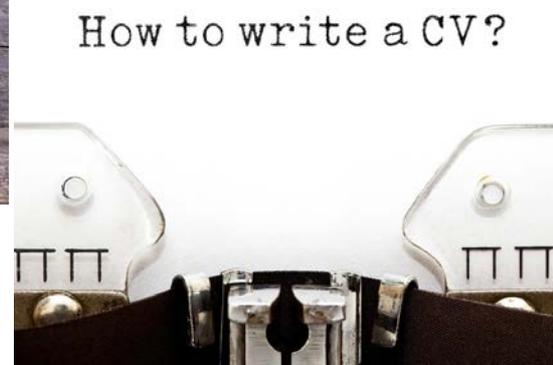
Diseño CV

El presentador del portafolio debe preparar un CV especial.

El CV debe mostrar el valor personal, documentar el pasado y predecir el futuro. El CV debe personalizarse y configurarse en función de su finalidad y del mensaje que se quiera transmitir. El formato de orden cronológico (de reciente a antiguo) hace hincapié en la formación, el trabajo y los proyectos más recientes. El formato cronológico inverso destaca los títulos, responsabilidades y logros estratégicos. Una versión interesante de este formato es la que hace hincapié en los últimos años de carrera. Los CV que hacen hincapié en la experiencia son más útiles.

Los títulos, el historial laboral y los puestos ocupados deben caracterizarse por sus resultados. Los diseñadores utilizan este tipo de CV más a menudo cuando se orientan hacia un objetivo concreto en su carrera.

Información que el CV debe incluir



- Deben indicarse los objetivos empresariales.
 - ¿A quién quiere dirigirse con su CV?
 - ¿A qué puesto de trabajo aspira?
- Los párrafos deben ser concisos.
- La información sobre educación y formación profesional debe estar cuidadosamente documentada en un espacio breve.
- Toda la información relevante debe enumerarse en orden cronológico inverso.
- Deben mencionarse los logros extraordinarios y los primeros premios.
- Deben incluirse las conferencias, seminarios, cursos, talleres, etc. pertinentes.
- Debe escribirse el cargo, la empresa, la fecha, las responsabilidades y el tipo de contrato (por ejemplo, trabajos a tiempo parcial, voluntariado).
- Los premios, afiliaciones, becas, exposiciones y publicaciones, etc. son datos básicos que pueden incluirse en el CV.
- No siempre se piden referencias, pero pueden marcar la diferencia. Los nombres de 3 profesionales que conozcan a la persona a través de una colaboración o experiencia laboral pueden escribir una carta para explicar por qué el candidato destaca y es digno de confianza. Deben mencionarse sus nombres, cargos, direcciones y números de teléfono (Öz-Pektaş, 2018, 1232-1233).

Creación de un portfolio digital y formación en línea

¡MANOS A LA OBRA!

Si fueras una persona famosa en todo el mundo, ¿quién serías y cómo sería tu portfolio?

Instrucciones

1. Comienza dando a los participantes una visión general de la lección. Intercambia ideas sobre la importancia y los requisitos para la elaboración de un portfolio digital (5 minutos).
2. Vean este vídeo y elaboren juntos un portfolio a modo de ejemplo (20 minutos)
3. Pide a los participantes que elijan a una persona de la siguiente lista. La lista de abajo se ha preparado a modo de ejemplo. También puede dejarla a elección de los participantes (5 minutos).



1. Leonarda da Vinci



6. Zaha Hadid



2. Micheal Jackson



7. Mozart



3. Antonio Gaudi



8. Tchaikovski



4. Pablo Picasso



9. William Shakespear



5. Mimar Sinan



10. Victor Hugo

4. Elabora un portafolio electrónico del personaje famoso que hayas elegido y preséntalo en clase. (60 minutos).



Creación de un portfolio digital y formación en línea

Recursos útiles

[Cómo hacer un portfolio digital | Portfolios digitales con Adobe Express](#)

[Crear portfolios digitales en Google Sites](#)

[¡Cómo hacer un portafolio! \(Tutorial Wix\)](#)

[Cómo crear un portfolio impresionante con Canva](#)

[Cómo preparar tu portfolio de diseño en Behance / Tutorial de diseño](#)

- Arnaud, M. (2006). Improving European employability with the e-portfolio. In Handbook on quality and standardisation in e-learning (pp. 263-273). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Akgün, E., & Kölemen, C. Ş. (2020). E-Portfolyo Oluşturmanın Öğrencinin Akademik Öz Düzenleme Becerisine Etkisi. Milli Eğitim Dergisi, 49(227), 117-140.
- Çetin, B. (2005). Portfolio Değerlendirme: tanımı, özellikleri uygulanması, üstünlükleri ve sınırlılıkları. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 5(2), 175-187.
- Jenson, J. D., & Treuer, P. (2014). Defining the E-Portfolio: What it is and why it matters. Change: The Magazine of Higher Learning, 46(2), 50-57.
- Jwaifell, M. (2013). A proposed model for electronic portfolio to increase both validating skills and employability. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 103, 356-364.
- Kan, D. (2007). Portfolyo değerlendirme. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 32(32), 133-144.
- Mıdık, Ö. (2021). Öğrenme ve ölçme-değerlendirmeye odaklı başarılı bir E-portfolyo nasıl tasarlanır?. Tıp Eğitiminde Yeni Konular, Ankara: Türkiye Klinikleri, 58-63.



Creación de un portfolio digital y formación en línea

Auto-evaluación

1. ¿Cuál de las siguientes no es una ventaja de un portfolio digital?
 - a) aumenta las capacidades digitales
 - b) ofrece oportunidades de aprendizaje permanente
 - c) crea un proceso interactivo entre profesor-alumno y empresario-trabajador
 - d) influye directamente en la contratación sin necesidad de hacer nada más**

2. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones no se recomienda incluir en un e-portafolio?
 - a) Información breve y descriptiva sobre ti mismo
 - b) Información breve y descriptiva sobre su familia**
 - c) Información breve sobre tus aptitudes personales
 - d) Información breve sobre el premio que has recibido o el contenido que has producido.

3. ¿Cuál de los siguientes no es un tipo de e-portfolio?
 - a) Productivo**
 - b) Reflexivo
 - c) Individual
 - d) Auténtico

Conclusión

En conclusión, esta unidad sobre portafolios digitales ofrece un enfoque global para mejorar las competencias digitales de los NINI. Las actividades presentadas proporcionan una gama de opciones para que los formadores, trabajadores juveniles y coordinadores las incorporen en sus sesiones de formación, desde actividades más cortas a más largas. A través de estas experiencias interactivas, los jóvenes estudiantes pueden mejorar su competencia digital, relacionarse con sus compañeros y comprender la importancia del trabajo en equipo y la colaboración en la era digital.

Además, la creación de un portafolio digital sirve como una valiosa herramienta para el desarrollo personal y profesional, proporcionando a los jóvenes la oportunidad de reflexionar sobre su trayectoria de aprendizaje, establecer objetivos y mostrar sus competencias digitales a posibles empleadores.

El objetivo de este capítulo es ayudar a los jóvenes a navegar por un panorama digital en rápida evolución y a seguir siendo competitivos en el mercado laboral.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPÍTULO VI

GESTIÓN DEL TIEMPO EN LÍNEA



R2: KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Gestión del tiempo en línea

Desarrollado por INDEPCIE

Resumen del curso:

Gestionar nuestro tiempo de forma eficaz puede tener un gran impacto en nuestra forma de navegar por la vida y lograr un mejor equilibrio entre la vida personal y el trabajo. Sin embargo, la mayoría de las veces nos encontramos perdiendo el tiempo en actividades innecesarias, también llamadas "timekillers", que pueden interferir en nuestros niveles de productividad y en nuestro bienestar general.

Según Sodexo (s.f.), uno de los principales problemas de muchas personas hoy en día es la sensación de estar siempre trabajando. Avances como la digitalización, si bien han agilizado el trabajo e impulsado la eficiencia, también han traído consigo la creciente sensación de insatisfacción que sufren muchos jóvenes.

Sólo hay 168 horas a la semana, por lo que es crucial que los jóvenes piensen en cómo aprovecharlas al máximo para vivir una vida equilibrada y gratificante. Con frecuencia, las personas sobrestiman la cantidad de tiempo de que disponen para sus diversas obligaciones y actividades, lo que les deja poco tiempo para el autocuidado y el cuidado de los demás. En este capítulo, el formador guiará a los jóvenes participantes para que tomen conciencia de cómo emplean su tiempo y piensen en distintas estrategias para adecuar sus acciones a sus objetivos.

La primera parte se centrará en algunos contenidos teóricos que el formador podrá explicar a lo largo de diferentes sesiones en función de las necesidades del grupo. Mientras que la segunda parte incluirá un plan de clase con diferentes ejercicios que ayudarán a los participantes a reflexionar sobre el tiempo que dedican a realizar determinadas actividades en su vida diaria para que, en primer lugar, sean conscientes de cómo emplean su tiempo.

Todas estas actividades pueden utilizarse tanto en la educación formal como en la no formal y requieren que todos los participantes se conecten en línea a través de una plataforma digital, ya que el objetivo principal de este capítulo es mejorar la gestión del tiempo en línea.



Materiales necesarios

Para llevar a cabo las actividades presentadas en este capítulo, los participantes sólo necesitarán un dispositivo electrónico que les permita conectarse en línea a través de una plataforma en línea como Zoom.

Grupo destinatario

Los grupos destinatarios serán trabajadores y formadores juveniles, así como profesores, directores de centros escolares, consultores psicológicos, académicos de formación del profesorado, centros educativos y ONG educativas para el desarrollo personal. Se hará especial hincapié en los formadores de jóvenes con discapacidades físicas o dificultades educativas, así como en los formadores de jóvenes que tengan en sus aulas alumnos/aprendices refugiados o inmigrantes.

Por otra parte, los beneficiarios serán jóvenes NINI, estudiantes y alumnos de centros de formación, centros de aprendizaje permanente y proveedores de educación no formal relacionados, directores de centros escolares, profesores, representantes de ONG y expertos.

Duración

Todas las actividades prácticas presentadas en este capítulo tendrán una duración total de tres horas como máximo, dependiendo del tamaño de los grupos. Los ejercicios prácticos pueden seguirse en secuencia o, si el formador lo prefiere, pueden modificarse y aplicarse a lo largo de diferentes lecciones.

Resultados de aprendizaje

Al final de este capítulo, el formador ayudará a los jóvenes a

- Entender qué significan la gestión del tiempo y el equilibrio entre la vida laboral y personal
- Aprender los beneficios de tener un equilibrio adecuado entre la vida laboral y personal
- Identificar estrategias para lograr un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida privada
- Intercambiar ideas y encontrar estrategias para la gestión del tiempo

Análisis de necesidades

Tal y como se recoge en el informe de la encuesta realizada por los socios del proyecto Digi4you, uno de los principales objetivos del proyecto Digi4you es aumentar las habilidades de gestión del tiempo y de trabajo en equipo de los jóvenes NINI. En este sentido, la gestión del tiempo en línea ha evolucionado hasta convertirse en una de las competencias digitales más fundamentales para los jóvenes en un contexto en el que la multitarea se ha convertido en la norma.

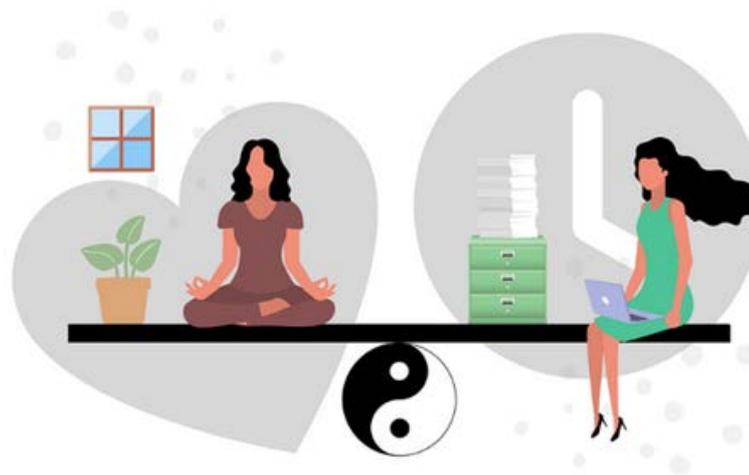
Este capítulo será también una guía para que los coordinadores juveniles mejoren sus competencias con conceptos y técnicas de habilidades digitales, ya que les ayudará a aumentar las capacidades cognitivas y la enseñanza de habilidades blandas a través de herramientas TIC.



Procedimiento

PARTE 1 : ¡APRENDAMOS ALGUNOS CONCEPTOS!

¿Qué son la gestión del tiempo y la conciliación entre la vida laboral y familiar?



El proceso de gestión del tiempo consiste en planificar y regular cuánto tiempo se debe dedicar a distintas tareas. Una carrera profesional de éxito es el resultado de una gestión eficaz del tiempo, que permite lograr más en menos tiempo, reduce el estrés y disminuye la carga de trabajo.

Por otra parte, el equilibrio vital es la relación proporcional entre el tiempo que se trabaja y el tiempo que se dedica a la familia, el ocio, el descanso, el tiempo libre y el autocuidado, según la OCDE. El equilibrio entre trabajo y vida personal consiste en ser capaz de crear un equilibrio entre los compromisos familiares, el ocio y el trabajo, incluyendo tanto el trabajo remunerado como el no remunerado.

La OCDE también señala que encontrar un equilibrio adecuado entre el trabajo y la vida cotidiana es un reto al que se enfrentan todas las personas. Las familias se ven especialmente afectadas. Por lo tanto, la capacidad de combinar con éxito el trabajo, los compromisos familiares y la vida personal es importante para el bienestar de todos los miembros de un hogar (OCDE, s.f.).

Consejos para identificar la falta de equilibrio entre la vida laboral y personal

¿Cómo puedes identificar las principales consecuencias de la falta de conciliación y cómo afecta a tu vida? Aquí tienes algunas pistas:

1. Estrés y manifestaciones psicósomáticas

El estrés puede manifestarse de diferentes maneras, desde un marcado carácter irritable hasta manifestaciones psicósomáticas. Según un informe elaborado por Eurofound (2010), el estrés se identifica como un problema grave en la mayoría de los países europeos, figurando entre las principales causas de absentismo laboral.

2. Síndrome de Burnout

Los trabajadores que más sufren el agotamiento profesional, ya sea porque realizan largos desplazamientos diarios o porque asumen diversas responsabilidades, son los más vulnerables a esta enfermedad. Sus síntomas son la fatiga crónica y la ineficacia, aspectos que reducen la productividad.

3. Aumento de la depresión

Muchos problemas personales son consecuencia de la incompatibilidad de horarios y la sobrecarga de trabajo.

4. Insomnio y alcoholismo

Aunque no son enfermedades "per se", son factores que pueden perjudicar su salud.

5. Falta de motivación por desconexión con el propósito de tu vida

6. Malestar y distanciamiento de los seres queridos





Beneficios de una buena conciliación entre la vida laboral y familiar

1 Buen ambiente de trabajo

Numerosos estudios demuestran que las empresas con empleados contentos son más rentables y productivas, y sus empleados tienen más probabilidades de permanecer en sus puestos de trabajo actuales más tiempo.

2. Vida social de calidad

La satisfacción de que tu trabajo no sea una carga, sino que te permita tener una vida social. Existe una correlación directa entre el número de interacciones sociales que una persona tiene cada día y sus sentimientos de alegría y pertenencia.

3. Mejora de la salud

Las personas que tienen opciones de trabajo flexibles, por ejemplo, tienden a estar menos estresados, mantienen una mejor salud física y mental y duermen mejor.





Estrategias para conciliar mejor la vida laboral y familiar

Toma nota de estos 10 consejos y compártelos con tus amigos y familiares para que puedan tener una vida equilibrada!

1. Establece objetivos diarios para evitar el exceso de trabajo

Haz un plan de trabajo diario con objetivos claros y alcanzables. Así te aseguras de no marcarte más de lo que eres capaz de hacer.

2. Revisa a fondo lo que te funciona y lo que no

Intenta ser sincero sobre lo que realmente necesitas. Empieza haciendo pequeños cambios y, cuando te sientas seguro, avanza en esa dirección.

3. Delega responsabilidades

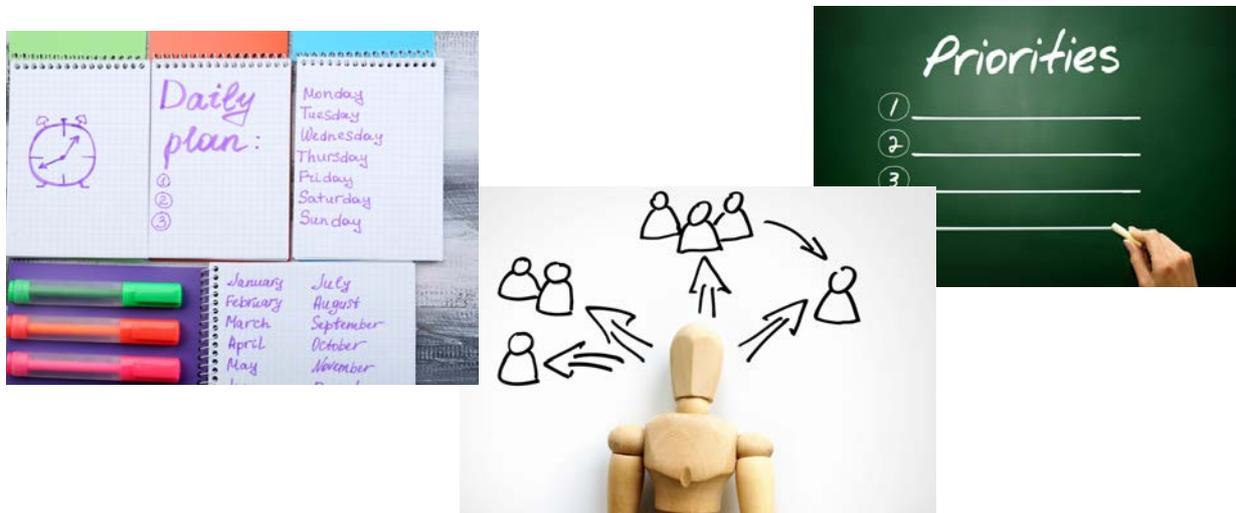
Aprende a delegar aquellas tareas que pueden hacer otros, tanto en casa como en el trabajo. Despídete del atributo de "ser perfecto" y no cargues con todas las obligaciones. Esto es clave para la convivencia en cualquier lugar.

4. Prioriza

Aunque todas tus tareas son importantes, no todas son igual de urgentes o necesarias al mismo tiempo. Ordena tus tareas y céntrate en una a la vez.

5. Expresa tus opiniones

Si crees que estás haciendo demasiado, si no tienes tiempo suficiente, si no puedes poner orden en el caos, comunícate con tus colegas y superiores, y con profesionales que puedan ayudarte.



6. Relájate y descubre qué actividades aumentan tu energía

Reserva tiempo para el placer.

Quizá deberías ir a bailar, hacer ejercicio, dedicarte a un hobby, comer más sano, dormir lo que deberías, pasar más tiempo con tu familia, respirar o meditar.

7. Sé flexible y práctico

Comprender que las cosas no siempre suceden según lo previsto es clave para no sobrecargarse. Cuando surjan problemas, busca soluciones prácticas.

8. Aprende a decir "no"

Está bien ayudar a los demás u ofrecerse a hacer trabajo extra, pero no te excedas, reconoce cuánta carga de trabajo puedes soportar y no la aceptes cuando comprometa tu tiempo libre.

9. Establece horarios

No sólo con tus jefes, sino también con tus compañeros de trabajo y, aún más, contigo mismo. Determina cuándo vas a trabajar y cuándo vas a desconectar para estar con los tuyos.





PARTE 2 : ¡MANOS A LA OBRA!

1. Comienza dando a los participantes una visión general de la lección. Infórmeles de que el tema de hoy se centrará en cómo utilizamos el tiempo disponible. **"Para aprovechar al máximo nuestro tiempo y ser el tipo de personas atentas, satisfechas y comprometidas que queremos ser, vamos a debatir algunas estrategias"** (5 minutos)
2. Haz el siguiente ejercicio adaptado de **"Soulwork Finding the Work You Love, Loving the Work You"** de Bloch & Lee (1998) para ayudar a los participantes a reflexionar sobre su gestión del tiempo (10 minutos)
 - a) En la columna titulada **"Nivel actual"**, diles que calculen la cantidad relativa de tiempo que dedican a ese rol vital.
 - b) A continuación, deben considerar si es así como quieren emplear su tiempo. Deben modificar los porcentajes de la columna **"Nivel preferido"** para que reflejen cómo quieren emplear su tiempo.

Rol	Nivel actual	Nivel preferido
Trabajador/a	<input type="checkbox"/> %	<input type="checkbox"/> %
Estudiante/aprendiz	<input type="checkbox"/> %	<input type="checkbox"/> %
Persona religiosa o espiritual	<input type="checkbox"/> %	<input type="checkbox"/> %
Persona en tiempo libre	<input type="checkbox"/> %	<input type="checkbox"/> %
Ciudadano/a	<input type="checkbox"/> %	<input type="checkbox"/> %
Amigo/a	<input type="checkbox"/> %	<input type="checkbox"/> %
Esposo/a o pareja	<input type="checkbox"/> %	<input type="checkbox"/> %
Miembro familiar	<input type="checkbox"/> %	<input type="checkbox"/> %
	= 100%	= 100%



c) Tras estimar la cantidad relativa de tiempo que dedican a los distintos roles vitales, ahora pueden meditar sobre las siguientes afirmaciones:

Tengo que:

Empezar a hacer:

Dejar de hacer:

Seguir haciendo:

Hacer más:

Hacer menos:

Hacer de forma diferente:

3. Pide a los participantes que rellenen este documento Excel con el número de horas que dedican cada semana a realizar determinadas actividades (15 minutos).

4. Reproduce el vídeo "Cómo ganar el control de tu tiempo libre" en el que la experta en gestión del tiempo Laura Vanderkam estudia cómo las personas ocupadas pasan sus vidas y ofrece algunas estrategias prácticas para ayudar a encontrar más tiempo para lo que nos importa, de modo que podamos "construir las vidas que queremos en el tiempo que tenemos". (12-15 minutos).

5. Mientras ven el vídeo, pide a los alumnos que escriban las estrategias para gestionar el tiempo eficazmente que Laura Vanderkam propone, detalladas a continuación:

- Escribir una carta de vacaciones en familia para identificar tus principales prioridades.
- Hacer una lista de prioridades en tres categorías e incluir tus prioridades en tu agenda semanal antes de incluir otras tareas y citas
- Mantener un "diario del tiempo"
- Aprovechar al máximo los momentos "intermedios" apagando el teléfono y, en su lugar hacer lo que más valor tiene para ti



6. En grupos separados de Zoom (o cualquier otra plataforma que lo permita), dependiendo del tamaño del grupo, pide a los alumnos que piensen en las ventajas o desventajas de utilizar cada una de las estrategias mencionadas (20 minutos).

7. A continuación, todos los miembros deberán votar la mejor estrategia que consideren más eficaz (10 minutos).

8. Divídelos en dos grupos para realizar un debate en el que la mitad del equipo estará de acuerdo en que esta estrategia tiene muchas ventajas, mientras que el otro grupo tendrá que encontrar argumentos para rebatirla. Dale 10 minutos para que refuercen sus puntos de vista (15 minutos).

9. ¡Que empiece el debate! El formador decidirá quién es el ganador o, si lo prefieres, puedes sorprender a los dos equipos diciendo que ambos han ganado (20 minutos).

10. Anima a los participantes a crear su propio "registro del tiempo" para la próxima semana en una plataforma en línea. Al final de la semana, anímales a comparar su diario del tiempo real de la semana anterior con el ejercicio de gestión del tiempo que completaron al principio de esta lección. Identifique las similitudes y diferencias entre el registro actual (25 minutos).

11. Por último, reflexiona con todo el grupo sobre las siguientes cuestiones (15-20 minutos)

- ¿Cómo puedes planificarte para aprovechar mejor tu tiempo?
- ¿Cómo afecta una buena gestión del tiempo a nuestra capacidad para cuidar de nosotros mismos y de los demás?
- ¿Sobre qué aspectos de la forma en la que gestionas tu tiempo te sientes más orgulloso? ¿De cuáles está menos orgulloso?
- ¿Qué parte de tu tiempo dedicas actualmente a cuidar de los demás o de ti mismo? ¿Es la cantidad de tiempo "adecuada"?





Recursos útiles

- [¿Qué es la gestión del tiempo?](#)
- [Apps para la gestión del tiempo](#)
- [Herramientas para la gestión del tiempo](#)
- [Guía de gestión del tiempo para estudiantes en línea](#)
- [6 consejos para mejorar el equilibrio entre el trabajo y la vida personal](#)
- [Los 7 retos de la conciliación](#)
- [25 grandes empresas con mejor conciliación entre la vida laboral y familiare](#)
- [Herramientas para conciliar la vida laboral y familiar](#)
- [Las mejores herramientas para mejorar el equilibrio entre trabajo y vida privada](#)
- [Consejos para mantener un equilibrio entre vida personal y t](#)
- [Sodexo \(2021\). 10 consejos para el equilibrio laboral y personal en tu empresa.](#)
[Sodexo Servicios de calidad de vida.](#)
- [Sodexo \(n.d.\). El equilibrio entre la vida personal y profesional. Sodexo.](#)

Conclusión

A lo largo de esta lección, los formadores recurrirán a una serie de dinámicas de clase que ayudarán a los jóvenes a poner en práctica diferentes estrategias y métodos de gestión del tiempo en línea.

Los formadores y los jóvenes no sólo aprenderán algunos consejos sobre cómo mantener un buen equilibrio entre la vida laboral y personal, sino que también podrán consultar la bibliografía y diferentes recursos con herramientas en línea útiles que les permitirán gestionar su tiempo de forma más eficaz.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPÍTULO VII

CONSECUCCIÓN DE OBJETIVOS



R2: KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Consecución de objetivos

Desarrollado por Euro-net

Resumen del curso

Nunca está de más insistir en la importancia de establecer objetivos eficaces en nuestro camino personal hacia el éxito. Aprender la importancia de establecer objetivos y los beneficios de ceñirse a esos objetivos puede ser el factor determinante para que realmente asumamos la importancia de establecer objetivos. Cuanto más dispuestos estemos a adoptar este método, más probabilidades tendremos de alcanzar nuestras metas personales y profesionales. Según las investigaciones de psicólogos, neurólogos y otros científicos, fijar objetivos nos motiva a invertir en la meta como si ya la hubiéramos alcanzado. Es decir, al establecer algo como objetivo, por pequeño o grande que sea, por cercano o lejano que esté del futuro, una parte de nuestro cerebro considera que el resultado esperado constituye una parte esencial de lo que somos, lo que crea las condiciones que nos impulsan a trabajar en pos de los objetivos para satisfacer la autoimagen del cerebro. Por lo tanto, este capítulo te guiará a través de algunos de los beneficios que obtendrás al aprender a fijar objetivos siguiendo tres módulos diferentes compuestos por ejercicios.

Materiales necesarios

Para llevar a cabo las actividades presentadas en este capítulo, los participantes sólo necesitarán dispositivos portátiles (por ejemplo, teléfonos móviles, ordenadores portátiles, iPads)

Grupo destinatario

Los grupos destinatarios son trabajadores y formadores juveniles, así como profesores, directores de centros escolares, consultores psicológicos, académicos de formación del profesorado, centros educativos y ONG educativas para el desarrollo personal. Se hará especial hincapié en los formadores de jóvenes con discapacidades físicas o dificultades educativas, así como en los formadores de jóvenes que tengan en sus aulas alumnos/aprendices refugiados o inmigrantes.

Por otra parte, los beneficiarios son jóvenes NINI, estudiantes y alumnos de centros de formación, centros de aprendizaje permanente y proveedores de educación no formal relacionados, directores de centros escolares, profesores, representantes de ONG y expertos.



Consecución de objetivos

Duración

30 minutos por módulo de aprendizaje

90 minutos en total

Objetivos de aprendizaje

- Examinar las formulaciones de objetivos y sustituir las formulaciones de objetivos inútiles o ineficaces por mejores alternativas.
- Promover comportamientos orientados a objetivos aumentando las expectativas de éxito del grupo destinatario, potenciando la motivación y la implicación emocional, e iniciando acciones de planificación y resolución de problemas.
- Ayudar al grupo objetivo a crear hábitos que produzcan cambios duraderos mediante la formulación de objetivos de proceso.

Análisis de necesidades

Este capítulo se compone de actividades dirigidas a las necesidades del grupo destinatario con el fin de ayudarles a potenciar el desarrollo de capacidades para alcanzar los objetivos de su trayectoria vital.





Consecución de objetivos

Procedimiento

1. Análisis avanzado de objetivos

Objetivo : Cómo aprender a identificar los objetivos

Duración : 30 minutos

Materiales : Aparatos electrónicos

Instrucciones

La formulación de un objetivo es un primer paso importante para su consecución. Los objetivos pueden clasificarse en función de varias dimensiones y dichas dimensiones pueden ayudar a explicar por qué algunas formulaciones de objetivos contribuyen al bienestar y al rendimiento y otras no (o lo hacen en menor medida). La primera dimensión en la que pueden clasificarse los objetivos es la proximidad. Mientras que los objetivos a corto plazo pueden alcanzarse en un plazo relativamente corto, los objetivos a largo plazo requieren una inversión y un compromiso a largo plazo.

La segunda dimensión es la especificidad del objetivo. Mientras que los objetivos específicos tienen un estado final claramente definido (por ejemplo, perder dos kilos), los objetivos no específicos son ambiguos o difusos en cuanto al nivel exacto de rendimiento que se requiere para alcanzarlos (por ejemplo, perder algo de peso).

La tercera dimensión que puede utilizarse para clasificar los objetivos es la orientación a la acción. Los objetivos de aproximación se centran en avanzar hacia un resultado positivo (por ejemplo, aprobar el examen), mientras que los objetivos de evitación se expresan como un alejamiento de un estado indeseable (por ejemplo, no suspender el examen).

La cuarta dimensión se refiere a la finalidad de los objetivos. Se puede distinguir entre objetivos de aprendizaje, cuyo propósito es desarrollar o adquirir un atributo, como una habilidad o un conocimiento específico para una tarea, y objetivos de rendimiento, cuyo propósito es validar atributos personales, como la capacidad, y buscar evaluaciones positivas de esos atributos por parte de los demás. En esta herramienta, el grupo objetivo utiliza estas cinco dimensiones para:

- a) Analizar sus formulaciones de objetivos
- b) Cuando sea necesario, transformar las formulaciones de objetivos poco útiles en otras más útiles.

Paso 1 - Enumera tus objetivos

Los objetivos pueden clasificarse en diferentes categorías. Por ejemplo, la especificidad. Los objetivos difieren en su grado de especificidad.

Paso 2 - Comprende los distintos tipos de objetivos

Enumera hasta 7 objetivos que estés persiguiendo actualmente. Pueden ser objetivos pequeños o grandes, cualquier cosa que te propongas conseguir.

Paso 3 - Análisis de objetivos

Ahora que ya conoces los distintos tipos de objetivos, echemos un vistazo a la lista de objetivos que hiciste en el paso 1.

Paso 4 - Evaluación de los objetivos

Cada tipo de objetivo tiene ventajas e inconvenientes. Mientras que algunos tipos de objetivos deben evitarse (como los objetivos vagos), otros funcionan mejor en determinadas situaciones o combinaciones. Si conoces los beneficios y los inconvenientes de los distintos tipos de objetivos, podrás formularlos de forma que tengas más probabilidades de hacerlos realidad. En este punto, examinaremos el paso 3 del análisis de objetivos y determinaremos el grado de eficacia y utilidad de cada uno de ellos.

Considera las cinco dimensiones de los objetivos explicadas en el paso 2. Utilizando estas cinco dimensiones, indica qué tipo de objetivos se ajusta mejor a cada uno de tus objetivos personales. ¿Es a corto o a largo plazo? ¿Aproximación o evasión? ¿Aprendizaje o rendimiento?



2. Visualización de objetivos

Objetivo : Cómo aprender a visualizar objetivos

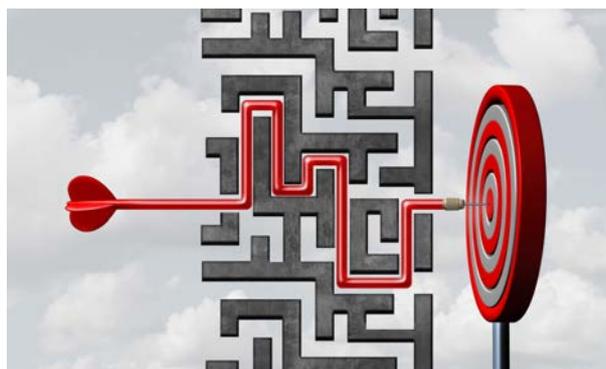
Duración : 30 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos

Instrucciones

Las visualizaciones mentales de acontecimientos futuros (también conocidas como simulación mental, visualización de objetivos y futuro imaginado) son una técnica que ayuda a las personas a "imaginar posibilidades y desarrollar planes para llevarlas a cabo". Se ha demostrado que este ejercicio fomenta el comportamiento orientado a objetivos al aumentar las expectativas de éxito, potenciar la motivación y la implicación emocional, e iniciar acciones de planificación y resolución de problemas. Las visualizaciones mentales pueden centrarse en los resultados, generando visualizaciones de los resultados o los objetivos, o en el proceso, generando visualizaciones de los pasos que conducen a los resultados y los objetivos. Las visualizaciones centradas en los resultados pueden ayudar a prever el resultado deseado y a identificar planes específicos y concretos. Las visualizaciones centradas en el proceso ayudan a visualizar el proceso por el que se alcanzará un objetivo y, a su vez, a elaborar planes de acción para su consecución.

Por ejemplo, se ha demostrado que las visualizaciones mentales de posibles "yos" (es decir, en las que uno genera imágenes de lo que podría llegar a ser) aumentan la motivación al ayudar a las personas a identificar objetivos y a desarrollar comportamientos orientados a la consecución de metas, así como a mejorar el rendimiento al imaginar el futuro exitoso de una persona.



Paso 1 - Guía al grupo objetivo a través del ejercicio utilizando el siguiente guión

Para empezar, acomódate en tu asiento y cierra suavemente los ojos. Respira lenta y profundamente unas cuantas veces y relájate. Voy a hablarte durante un rato y lo único que tienes que hacer es escuchar e imaginar. Intenta no dormirte. Simplemente relájate e imagina.

Bien, me gustaría que pensaras en un objetivo que quieres alcanzar el año que viene. Puede ser un objetivo relacionado con una relación, un objetivo educativo, un objetivo personal o un objetivo relacionado con el trabajo. Tómate un momento para plantear ese objetivo y visualizarlo en tu mente. **(30 segundos)**

Ahora, con este objetivo personal en mente, me gustaría que te imaginaras avanzando en el tiempo hacia el futuro... avanzando una semana... dos semanas... tres semanas.... Y cuatro semanas... ahora ya has empezado a trabajar para conseguir tu objetivo: estás en el camino del éxito. ¿Qué decisiones has tomado? ¿Qué acciones ha emprendido? ¿Cómo te sientes en el camino hacia el éxito? **(30 segundos)**

Ahora, usando tu imaginación, continúa avanzando en el tiempo hasta dentro de 6 meses en el futuro. Cada vez estás más cerca de conseguir tu objetivo. Empiezas a sentir los beneficios de todos tus esfuerzos. ¿Qué se siente? ¿Qué se siente al estar mucho más cerca de tu objetivo? Permítete percibir cualquier sentimiento o emoción relacionados con este momento. **(30 segundos)**

Ahora, me gustaría que siguieras avanzando en el tiempo hasta llegar a dentro de un año. Aquí, habrás cumplido plenamente tu objetivo. Has alcanzado el éxito. Visualízate en tu mente. ¿Dónde estás y qué estás haciendo? ¿Con quién estás, si es que estás con alguien? ¿Qué te dice la gente? ¿Qué les dices tú? **(15 segundos)**



¿Qué se siente al alcanzar el objetivo? ¿Qué emociones están ligadas a este logro? Quizás haya sentimientos de orgullo, alegría, satisfacción o contento. **(30 segundos)**

Ahora me gustaría que echaras la vista atrás. Recuerda el proceso que has seguido hasta alcanzar este objetivo. Piensa en todo el trabajo duro y el esfuerzo que has hecho y en cómo has llegado a tu objetivo, paso a paso. ¿Cuáles fueron los pequeños pasos que diste, día a día, para alcanzar el éxito? ¿Qué hiciste en el trabajo? ¿Qué hiciste en tus relaciones? **(15 segundos)**

¿Qué hiciste internamente para alcanzar el éxito? ¿Cómo gestionaste los pensamientos difíciles y los obstáculos emocionales? ¿Qué estrategias de afrontamiento utilizaste? Dedicar un momento a considerar todas las cosas que te ayudaron a gestionar los retos personales que aparecieron en el camino. **(30 segundos)**

Paso 2 - Evalúa el ejercicio

Preguntas de reflexión:

- ¿Cómo te resultó este ejercicio de visualización?
- ¿Has aprendido algo de este ejercicio?
- ¿Hay alguna idea que puedas utilizar para acercarte a tus objetivos?



Consecución de objetivos

3. Lograr cambios duraderos fijando objetivos de proceso

Objetivo : Cómo aprender a visualizar el objetivo

Duración : 30 minutos

Materiales : Dispositivos electrónicos

Instrucciones

Los objetivos difieren en la duración que se necesita para alcanzarlos. En general, cabe distinguir entre objetivos finales y objetivos de proceso. Los objetivos finales son aquellos que, una vez alcanzados, no requieren acciones adicionales. Un ejemplo de objetivo final es la publicación de un artículo. Por lo tanto, los objetivos finales representan un cambio puntual o momentáneo. Los objetivos de proceso, en cambio, son objetivos que requieren una acción continua. Un ejemplo de objetivo de proceso es mantenerse sano. Para alcanzarlo, una persona debe seguir realizando determinadas acciones, como comer sano todos los días e ir al gimnasio dos veces por semana. Así pues, los objetivos de proceso implican un cambio duradero.

Paso 1 - Elige un objetivo

Piense en algo que le gustaría cambiar para siempre; algún objetivo que implique un cambio duradero. Quizá te gustaría sentirte con más energía durante el día o estar y mantenerte más sano.

Paso 2 - Elige la acción

Ahora centrémonos en lo que se necesita para realizar este cambio. Piense en la siguiente pregunta: ¿Qué acción, si se llevara a cabo repetidamente, te ayudaría a alcanzar este objetivo? Intenta pensar en cosas que podrías hacer y no en cosas que ya no deberías hacer.



Paso 3 - Elige un enfoque

- Cambio drástico
- Cambio gradual
- Fragmentación

¿Cuál de los enfoques mencionados para crear hábitos te parece más atractivo y viable? Piensa en la acción que has enumerado en el paso 2. Imagina cómo podrías utilizar este enfoque concreto para convertir esta acción en parte de tu rutina diaria o semanal. ¿Cómo podrías llevar a cabo este comportamiento? ¿Con qué frecuencia? ¿Durante cuánto tiempo? ¿Qué días? Intenta ser lo más específico posible.

Paso 4 - Ponte manos a la obra

Empieza por llevar a cabo el plan que describiste en el paso 3. Recuerda que, por pequeña que parezca tu acción, lo más importante es que actúes.

Crear hábitos requiere paciencia. Se necesita tiempo para que el nuevo hábito evolucione. Dale tiempo. No te desanimes si no consigues cumplir tu plan original. Siempre puedes retomarlo donde lo dejaste.

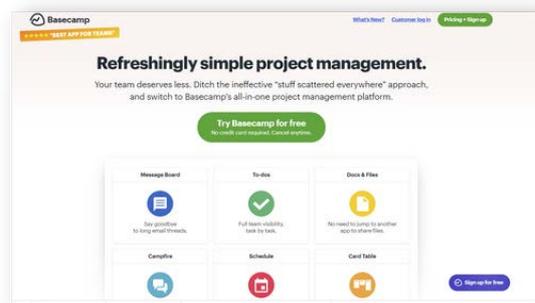
El truco está en centrarse en el hecho de que te estás acercando a tu objetivo, no en lo lejos que estás de él. Sigue avanzando.



Consecución de objetivos

Recursos útiles

1. Basecamp



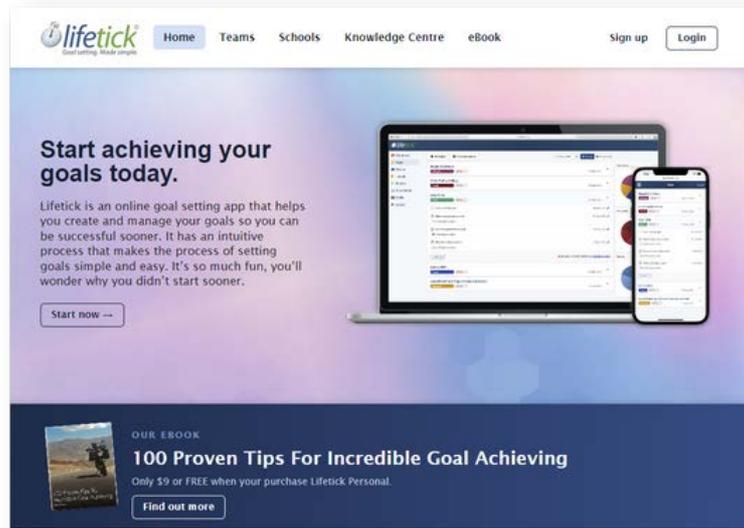
Basecamp es una plataforma creada por Google para la gestión de proyectos. Aunque está pensada para ayudar a los grupos a organizar equipos, hay funciones que ayudan a un individuo a establecer objetivos. A través de esta herramienta, podrás crear múltiples listas de tareas pendientes que cubran varias secciones de tu vida. Y lo que es mejor, podrás fijarte plazos y asignar varios objetivos a esas secciones. Lo que esto hace es establecer hitos para que los completes. Lo mejor de todo es que su uso es gratuito siempre que tengas una cuenta de Gmail.

2. Goal Buddy



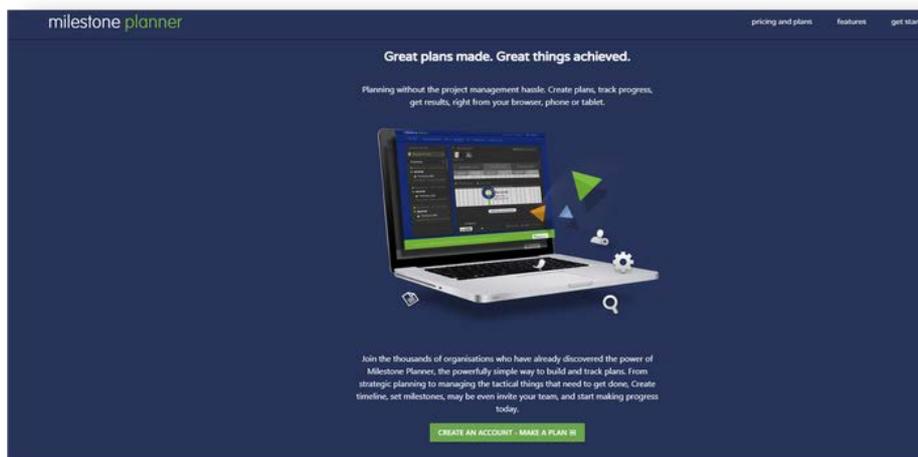
Goal Buddy es una potente pero sencilla plataforma de seguimiento y fijación de objetivos. Es una herramienta digital, tu amigo de confianza, que te llamará semanalmente y te guiará a través de los objetivos elegidos. Esta herramienta puede ayudarte a ti y a tu equipo a rendir mejor en el trabajo, a la vez que recibes apoyo y consejos continuos de tus compañeros.

3. Lifetick



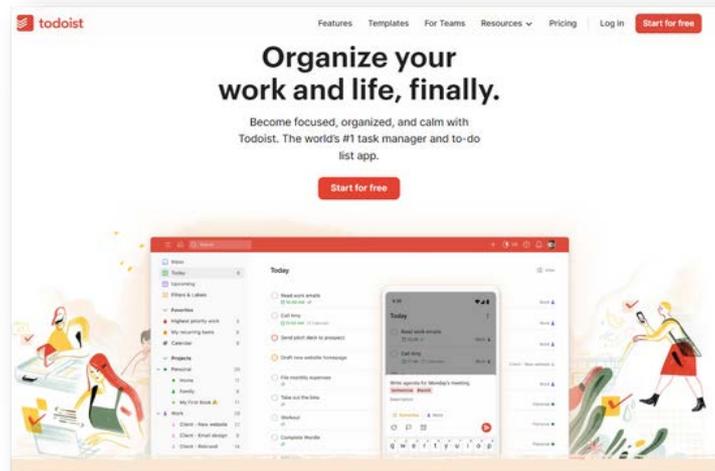
Para quienes estén considerando una de las herramientas más avanzadas para fijar objetivos, Lifetick es una opción que merece la pena. Esta aplicación es ideal para quienes no conocen sus valores fundamentales o no saben qué hacer. Esta aplicación se sumerge en la identificación de tus valores fundamentales y, a continuación, te ofrece una plataforma para que establezcas objetivos SMART y comiences a hacer un seguimiento de los mismos.

4. Milestone Planner



Milestone Planner es una plataforma de fijación de objetivos que facilita el establecimiento de metas y su seguimiento. Te da la oportunidad de aportar ideas, visualizar y hacer un seguimiento de tus objetivos, todo en uno.

5. Todoist



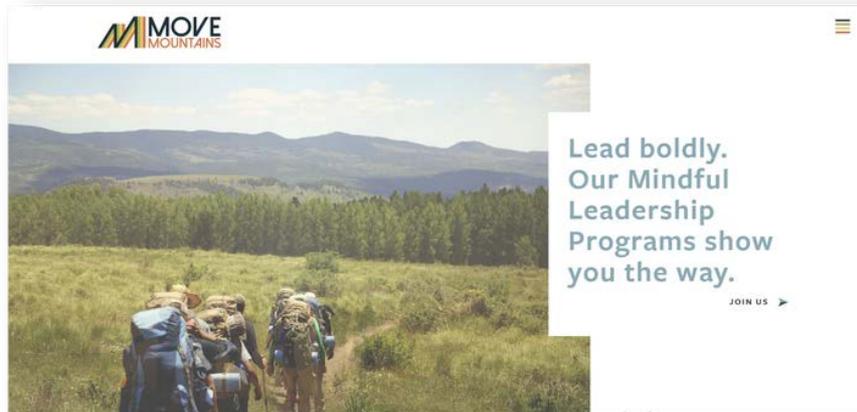
To-do lists son mini-objetivos que conducen a tus objetivos más grandes. Todoist te da la oportunidad de establecer objetivos más importantes. De esta forma, puedes hacer un seguimiento de tus pequeños objetivos sin tener que dejarlos a un lado o intentar recordarlos cada vez debido a las limitaciones de la aplicación.

6. Single Step



Otra aplicación exhaustiva a tener en cuenta es Single Step ya que esta plataforma identifica las áreas de tu vida que son importantes para ti y por las que merece la pena esforzarse. La aplicación también te ofrece gráficos, tablas y otras ayudas visuales para ayudarte a seguir y controlar el progreso.

7. Move Mountains



Esta plataforma es impactante. Move Mountains es una plataforma gratuita que ofrece varios cursos para ayudarte a mantener la motivación en tus objetivos. Es ideal para personas que necesitan un entrenador que les haga rendir cuentas.

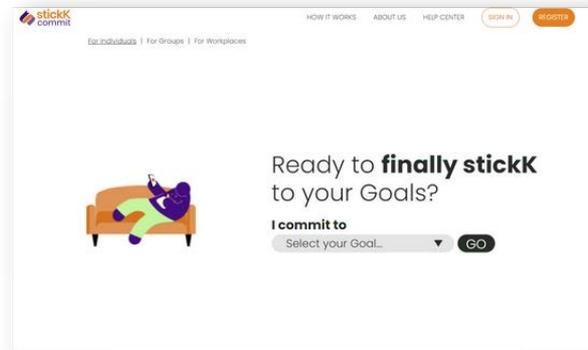
8. Habit List



Otra perspectiva de los objetivos es que éstos no son más que una acumulación de hábitos. Por ejemplo, si quieres perder peso, desarrollarás el hábito de hacer más ejercicio o cambiarás tus hábitos alimentarios si es necesario. Habit List se centra en el aspecto de los hábitos.

Sólo está disponible en iPhones, pero sigue siendo una herramienta intuitiva para fijar objetivos que merece la pena probar si puedes.

9. Stikk



Stikk es una plataforma que añade un poco más de responsabilidad a quienes la necesitan. Utilízala para ti mismo o en grupo, y podrás empezar a priorizar tus objetivos. A primera vista, puedes utilizarla para hacer un seguimiento y establecer tus objetivos, pero donde puedes sacarle el máximo partido es a través de esa responsabilidad adicional. Stikk te lo pone fácil para que establezcas tus objetivos de tal manera que si no los completas a tiempo, donarás dinero.

Es una idea similar a la de dar dinero a un amigo y pedírselo de vuelta después de completar tu objetivo en un periodo de tiempo. Pero si no lo completas a tiempo, se lo quedan ellos. En definitiva, añade un incentivo extra, ya que nadie quiere dar dinero gratis, especialmente cuando se puede evitar.

10. Goalscape



Parecida a Lifetick, Goalscape, Goalscape te ofrece una interfaz más refinada y detallada. Tiene en cuenta todos las áreas de tu vida y te permite priorizar ciertos aspectos. En general, proporciona una gran información que te ayuda a visualizar lo que debes hacer en tu vida.



Referencias

- Johnson, M. K., & Sherman, S. J. (1990). Constructing and reconstructing the past and the future in the present. In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior* (Vol. 2, pp. 482-526). Guilford Press.
- Oyserman, D., Bybee, D., & Terry, K. (2006). Possible selves and academic outcomes: How and when possible selves impel action. *Journal of personality and social psychology*, 91(1), 188.
- Ruvolo, A. P., & Markus, H. R. (1992). Possible selves and performance: The power of self-relevant imagery. *Social cognition*, 10(1), 95-124.
- Taylor, S. E., Pham, L. B., Rivkin, I. D., & Armor, D. A. (1998). Harnessing the imagination: Mental simulation, self-regulation, and coping. *American psychologist*, 53(4), 429.
- Frese, M., & Zapf, D. (1994). Action as the core of work psychology: A German approach. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 4, 271-340.
- Lally, P., Van Jaarsveld, C. H., Potts, H. W., & Wardle, J. (2010). How are habits formed: Modelling habit formation in the real world. *European Journal of Social Psychology*, 40, 998-1009.
- Dweck, C. S. (1999). *Essays in social psychology. Self-theories: Their role in motivation, personality, and development*. Psychology Press.
- Elliot, A. J., & Church, M. A. (1997). A hierarchical model of approach and avoidance achievement motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 218.
- Elliot, A. J., & McGregor, H. A. (2001). A 2 × 2 achievement goal framework. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 501-519.
- Hollenbeck, J. R., & Klein, H. J. (1987). Goal commitment and the goal-setting process: Problems, prospects, and proposals for future research. *Journal of Applied Psychology*, 72, 212-220.
- Stock, J., & Cervone, D. (1990). Proximal goal-setting and self-regulatory processes. *Cognitive Therapy and Research*, 14, 483-498.
- Wright, P. M., & Kacmar, K. M. (1994). Goal specificity as a determinant of goal commitment and goal change. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 59, 242-260.

Conclusión

Las actividades seleccionadas son herramientas eficaces en el ámbito de la identificación de objetivos, ya que proporcionarán algunas ideas a los trabajadores y formadores en el ámbito de la juventud sobre cómo alcanzar los objetivos en el ámbito de la orientación laboral. Los formadores podrán elegir entre una variedad de 3 actividades para incluir en sus sesiones de formación o trabajo, dando la oportunidad a los jóvenes de interactuar con sus compañeros y aprender de la importancia de tener un espíritu de trabajo en equipo positivo.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPÍTULO VIII

CREACIÓN, ORGANIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE RECURSOS DIGITALES



R2: KIT DE HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Creación, organización y difusión de recursos digitales

Desarrollado por Science and Human Foundation (Turquía)

Resumen del curso

Los recursos digitales son una poderosa herramienta que puede mejorar el aprendizaje y el desarrollo de los jóvenes que no trabajan ni estudian. A medida que el mundo se vuelve cada vez más digitalizado, la capacidad de crear, organizar y compartir recursos digitales se está convirtiendo en una habilidad esencial para los jóvenes. Mediante el uso de recursos digitales, los jóvenes pueden adquirir una serie de habilidades y conocimientos que pueden ayudarles a tener éxito en el mundo digital actual.

En este capítulo, pretendemos proporcionar a los participantes las habilidades y conocimientos necesarios para crear, organizar y compartir recursos digitales de forma eficaz, incluyendo documentos de texto, imágenes, audio y vídeo, mediante el uso de herramientas de software, sistemas de gestión de archivos, bases de datos, servicios en línea, sitios web, blogs, redes sociales y programas para compartir archivos.

Los participantes aprenderán los fundamentos de la creación y el formateo de recursos digitales como documentos de texto, imágenes, audio y vídeo. También desarrollarán habilidades en el uso de software y aplicaciones para formatear y editar recursos digitales. Comprenderán la importancia de organizar los recursos digitales para aumentar la eficacia y la productividad y aprenderán a utilizar las plataformas de almacenamiento en la nube y de intercambio de archivos para organizar y acceder a los recursos digitales. Además, los participantes comprenderán la importancia de la privacidad y la seguridad a la hora de compartir recursos digitales y la importancia del uso responsable de los recursos digitales y de la alfabetización digital y la ciudadanía digital.

Cada una de las tres actividades incluye objetivos, duración, materiales e instrucciones que pueden seguir los monitores, formadores y coordinadores juveniles.

Estas actividades pueden utilizarse tanto en contextos de educación formal como no formal y requieren que todos los participantes se conecten en línea a través de una plataforma digital, ya que el objetivo principal de este capítulo es crear, organizar y compartir recursos digitales.



Creación, organización y difusión de recursos digitales

Materiales necesarios

Para llevar a cabo las actividades presentadas en esta sección, los participantes sólo necesitarán un dispositivo electrónico (ordenador portátil, tablet, smartphone) que les permita conectarse en línea a través de una plataforma en línea como Zoom, que les permitirá entrar en las salas de reunión de los miembros del grupo.

También podrán trabajar en la creación, organización y distribución de recursos digitales con estos dispositivos, ya que algunas formaciones también serán presenciales.

Tipos de recursos digitales

Grabación de audio, Bibliografía: referencias bibliográficas a fuentes secundarias o primarias, Bibliografía de búsqueda: formato de base de datos, Blog, Catálogo: (por ejemplo, para archivos, bibliotecas, imágenes), Base de datos de origen colectivo, Formato de lista. Base de datos con opción de búsqueda, Diccionario/Glosario, Edición digital, Lista de discusión, Datos descargables: sitio que permite descargar datos, Software descargable: Sitio que permite/requiere la descarga de software (nombrado en Notas), Libro electrónico, Imágenes, Manuscritos/Facsímiles, Moderno: fotografías, imágenes digitales, diagramas de material medieval, Datos abiertos enlazados, Mapa, Multimedia: incluyendo 3D, Datos numéricos, Revista/Webzine en línea, Portal/Pasarela, Base de datos relacional, Sociedad académica, Recursos didácticos, Texto: Medieval: Transcripciones o ediciones de fuentes primarias, Text: Moderno: ensayos interpretativos, Vídeo, Wiki

Grupo destinatario

Este programa está dirigido a trabajadores, formadores y coordinadores juveniles, así como al personal de organizaciones educativas no gubernamentales dedicadas al desarrollo personal. Se prestará especial atención a los formadores que tengan discapacidades físicas o dificultades de aprendizaje, así como a los que trabajen con jóvenes refugiados o inmigrantes.

Los beneficiarios del programa serán jóvenes que no estén estudiando, trabajando o formándose, así como jóvenes estudiantes de centros de formación, centros de aprendizaje permanente y otros proveedores de educación no formal, junto con representantes de organizaciones no gubernamentales y expertos en la materia.

Creación, organización y difusión de recursos digitales

Duración

Todas las actividades presentadas en este capítulo tendrán una duración total de cuatro horas y 20 minutos como máximo, dependiendo del tamaño de los grupos. No obstante, las actividades no son secuenciales y podrían alternarse a lo largo de diferentes sesiones. Para cada una de las actividades presentadas a continuación, se especificará la duración estimada.

Resultados de aprendizaje

Al final de este capítulo, el formador guiará a los participantes para:

- Comprender los aspectos básicos de la creación y el formateo de recursos digitales como documentos de texto, imágenes, audio y vídeo.
- Desarrollar habilidades en el uso de software y aplicaciones para formatear y editar recursos digitales
- Comprender la importancia de organizar los recursos digitales para aumentar la eficiencia y la productividad
- Aprender a utilizar el almacenamiento en la nube y las plataformas de intercambio de archivos para organizar y acceder a los recursos digitales
- Comprender la importancia de la privacidad y la seguridad a la hora de compartir recursos digitales
- Comprender la importancia del uso responsable de los recursos digitales y la importancia de la alfabetización digital y la ciudadanía digital.





Análisis de necesidades

Tal y como se recoge en el informe de la encuesta realizada por los socios de Digi4you, con la llegada del siglo XXI y los nuevos conceptos, como el internet de las cosas, los lugares de trabajo virtuales y el trabajo en equipo en línea se han convertido en habilidades fundamentales que se exigen cada vez más a los empleados y a los jóvenes.

Tras la crisis de 2008, la tasa de jóvenes NINI alcanzó su punto máximo en el primer trimestre de 2013 y mantuvo una tendencia a la baja antes de Covid-19 que empezó a aumentar a raíz de la pandemia de Covid-19.

Al examinar el análisis de las necesidades en los siguientes ámbitos, se requiere en primer lugar un amplio autoconocimiento digital: cómo encontrar y utilizar recursos (en línea) que sean beneficiosos para la planificación de las clases y la enseñanza; cómo promover el acceso al mercado laboral; cómo utilizar Internet y los dispositivos móviles como valor añadido en situaciones de aprendizaje en lugar de como fuente de perturbación dentro de los temas principales; cómo desarrollar la autorreflexión de los alumnos; la gestión de medios sociales (para uso personal o empresarial); la alfabetización informacional y de datos; la creación de contenidos digitales, marca personal (marketing personal a través de los medios sociales. ..), entre otros. Para contar con profesiones y competencias digitales reconocidas internacionalmente en el mundo laboral, sería primordial que la formación se organizara a través de plataformas digitales, además de ofrecer certificación. Debería fomentarse el seguimiento de las plataformas educativas internacionales. En este sentido, es evidente la importancia de la formación en línea, así como de la formación presencial para la capacitación.

De este modo, es fundamental tener en cuenta los siguientes aspectos:

- 1) Narrativa digital
- 2) Creación de portfolios digitales
- 3) Desarrollo de contenidos digitales auténticos y atractivos
- 4) Trabajo virtual en equipo, organización y difusión de recursos digitales
- 5) Gestión del tiempo online y consecución de objetivos.



Creación, organización y difusión de recursos digitales

Procedimiento

La creación de recursos digitales implica crear y recopilar material digital, como texto, imágenes, audio y vídeo. Esto puede hacerse mediante el uso de herramientas y aplicaciones informáticas, como procesadores de texto, editores de fotos y programas de edición de audio y vídeo.

Conviene explicar con más detalle algunas características específicas y formas de utilizar herramientas y aplicaciones informáticas como Adobe Photoshop, Audition, Gimp, Paint y Pixlr.

Mediante la creación de recursos digitales, los jóvenes pueden desarrollar su creatividad y sus habilidades de alfabetización digital y pueden crear materiales que pueden ser utilizados para uso personal o profesional.

Organizar los recursos digitales implica almacenar y organizar el material digital de forma que sea fácil acceder a él, encontrarlo y compartirlo. Esto puede hacerse mediante el uso de almacenamiento en la nube, gestión de archivos y copias de seguridad y recuperación. Al organizar los recursos digitales, los jóvenes pueden desarrollar sus habilidades organizativas y de gestión, y pueden acceder y compartir recursos fácilmente con los demás.

Compartir recursos digitales implica poner el material digital a disposición de los demás, ya sea mediante el uso de servicios en línea, como sitios web, blogs y redes sociales, o mediante el uso de soportes físicos. Esto puede hacerse mediante el uso de herramientas y aplicaciones, como navegadores web, clientes de correo electrónico y programas para compartir archivos. Al compartir recursos digitales, los jóvenes pueden desarrollar sus capacidades de comunicación y colaboración y pueden relacionarse con los demás de diversas maneras.

En resumen, utilizar recursos digitales para crear, organizar y compartir es una habilidad esencial para los jóvenes que no trabajan ni estudian ya que puede ayudarles a desarrollar una serie de habilidades y conocimientos que favorecerán su desarrollo personal y profesional en el mundo digital.



Creación, organización y difusión de recursos digitales

1. Creación de recursos digitales

Objetivo : Dotar a los participantes de las habilidades y conocimientos necesarios para crear y dar formato a recursos digitales, como documentos de texto, imágenes, audio y vídeo.

Duración : 2 horas

Materiales : Plataforma en línea como Zoom, ordenador con acceso a Internet y acceso a programas de diseño gráfico y edición de audio y vídeo.

Instrucciones

1. Empieza la formación introduciendo la importancia de crear recursos digitales y los diferentes tipos de recursos que se pueden crear.
2. Explica los aspectos básicos de la creación de contenidos digitales, incluido el uso de herramientas y aplicaciones informáticas como procesadores de texto, editores fotográficos y programas de edición de audio y vídeo. Facilita formación práctica sobre cómo utilizar estas herramientas para crear recursos digitales básicos.
3. Introduce los conceptos de diseño gráfico, incluida la maquetación, la tipografía y la teoría del color. Ofrecer información sobre el uso de programas de diseño gráfico, como Adobe Photoshop e Illustrator, para crear recursos digitales atractivos y visualmente atractivos.





4. Aborda los aspectos básicos de la producción de audio y vídeo, incluido el uso de herramientas de software y equipos para grabar, editar y producir recursos de audio y vídeo. Imparte una formación práctica sobre el uso de software de edición de audio y vídeo, como Adobe Premiere y Audition.
5. Establece un diálogo sobre las diferentes formas de formatear y publicar recursos digitales, como el uso de plataformas web, aplicaciones móviles y libros electrónicos. Ofrecer formación sobre cómo dar formato y publicar recursos digitales utilizando diferentes plataformas y herramientas de software.
6. Añade una sesión práctica, ya sea una tarea pequeña o un proyecto y proporcione orientación según sea necesario.
7. Finaliza la formación realizando una evaluación, recogiendo opiniones y respondiendo a cualquier pregunta. Ofrezca apoyo de seguimiento según sea necesario y programa una sesión de formación de seguimiento en unas semanas para revisar el progreso y responder a cualquier pregunta adicional.

Nota: Asegúrate de adaptar el plan a las necesidades específicas y al nivel de conocimientos de los participantes, y sé lo suficientemente flexible como para hacer ajustes en función de sus comentarios.

Creación, organización y difusión de recursos digitales

2. Organización de contenidos digitales

- Objetivo** : Enseñar a los participantes a organizar eficazmente los recursos digitales mediante el uso de sistemas de gestión de archivos, bases de datos y otras herramientas y aplicaciones.
- Duración** : 1 hora
- Materiales** : Una plataforma en línea que permite compartir pantallas, como Zoom, y acceder a plataformas de almacenamiento en la nube como Google Drive, Dropbox y OneDrive.

Instrucciones



1. Comienza la formación presentando la importancia de organizar los recursos digitales y los beneficios que puede aportar, como el aumento de la eficacia y la productividad.
2. Trata los aspectos básicos de la gestión de archivos, incluidas las convenciones de nomenclatura, la estructura de archivos y cómo crear y organizar carpetas.
3. Introduce el concepto de almacenamiento en la nube y las diferentes opciones disponibles, como Google Drive, Dropbox y OneDrive. Muestra a los participantes cómo crear y compartir archivos y carpetas utilizando estas plataformas.



4. Explica la importancia de crear copias de seguridad y los distintos métodos para hacerlo. Proporciona instrucciones sobre cómo recuperar archivos en caso de pérdida de datos.
5. Debate con el grupo cómo optimizar la búsqueda y recuperación de archivos, incluyendo el uso de palabras clave, metadatos y etiquetado.
6. Muestra a los participantes cómo compartir archivos y colaborar con otros utilizando plataformas de almacenamiento en la nube y otras herramientas de colaboración como Asana o Trello.
7. Proporciona formación práctica para ayudar a los participantes a aplicar lo que han aprendido. Asigna una tarea o proyecto pequeño y proporciona orientación según sea necesario.
8. Finaliza la formación realizando una evaluación, recogiendo opiniones y respondiendo a cualquier pregunta.
9. Ofrece apoyo de seguimiento según sea necesario y programa una sesión de formación de seguimiento en unas semanas para revisar los progresos y responder a cualquier pregunta adicional.

Es importante tener en cuenta que este plan de actividades debe adaptarse a las necesidades específicas y al nivel de conocimientos de los participantes, y debe ser lo suficientemente flexible como para ajustarse en función de sus comentarios.



3. Difusión de recursos digitales

Objetivo : Enseñar a los jóvenes a compartir eficazmente recursos digitales mediante el uso de servicios en línea, sitios web, blogs, redes sociales y programas de intercambio de archivos.

Duración : 1 hora

Materiales : Una plataforma en línea que permite compartir pantallas, como Zoom, y acceder a navegadores web, clientes de correo electrónico, plataformas de redes sociales y programas para compartir archivos.

Instrucciones

1. Comienza la formación presentando la importancia de compartir los recursos digitales y las diferentes formas de hacerlo, como a través de servicios en línea, sitios web, blogs y medios sociales, o a través de medios físicos.
2. Explica los conceptos básicos del uso de navegadores web y correos electrónicos para compartir recursos digitales. Ofrece formación práctica sobre cómo navegar y utilizar estas herramientas de forma eficaz.
3. Presenta el concepto de redes sociales y las diferentes plataformas disponibles, como Facebook, Instagram y Twitter. Ofrece formación sobre cómo crear y compartir recursos digitales utilizando estas plataformas, y orientación sobre el uso responsable de las redes sociales y la importancia de la alfabetización digital y la ciudadanía digital.





4. Menciona el uso de programas para compartir archivos y recursos digitales, como Dropbox y Google Drive. Haz una formación práctica sobre cómo utilizar estos programas para compartir recursos digitales.

5. Explica la importancia de la privacidad y la seguridad cuando se comparten recursos digitales, y proporciona orientación sobre cómo proteger los recursos digitales de acceso o uso compartido no autorizado.

6. Ofrece una formación práctica para ayudar a los participantes a aplicar lo que han aprendido. Asigna una tarea de formación práctica sobre cómo utilizar estos programas para compartir y colaborar en recursos digitales.

7. Finaliza la formación realizando una evaluación, recogiendo opiniones y respondiendo a cualquier pregunta.

8. Proporcione apoyo cuando sea necesario y programa una sesión de formación de seguimiento en unas semanas para revisar los progresos y responder a cualquier pregunta adicional.

Es importante tener en cuenta que el plan de formación debe adaptarse a las necesidades específicas y al nivel de conocimientos de los jóvenes, y debe ser lo suficientemente flexible como para ajustarse en función de sus comentarios.



Recursos útiles

A continuación se ofrece una lista de referencias que pueden ser útiles para crear, organizar y compartir recursos digitales:

- [Herramientas educativas digitales para profesores y alumnos](#)
- [Consejos para profesores sobre cómo crear sus propios recursos digitales](#)
- [Seis formas de crear contenidos educativos digitales](#)
- [Las 4 mejores prácticas para la entrega de recursos digitales de aprendizaje](#)
- [Tipos de recursos](#)
- [Organización de archivos y material digital](#)
- [Recursos digitales de aprendizaje: Infografía](#)
- [3 consejos para crear recursos digitales para el aula](#)
- [Cómo crear recursos digitales para TPT | TPT Seller Tip](#)
- [Creación de recursos digitales con productos Microsoft en 2022](#)
- [Cómo prepararse para crear recursos digitales: guía para principiantes](#)
- [Creación de recursos digitales](#)
- [Consejos para crear recursos digitales atractivos](#)
- [Organización de recursos digitales](#)

Conclusión

Crear, organizar y compartir recursos digitales son habilidades esenciales para los jóvenes ninis en el mundo digital actual. Estas habilidades les permiten crear recursos atractivos y visualmente atractivos, almacenarlos y organizarlos de manera eficiente, y compartirlos con los jóvenes a través de diversas plataformas en línea y medios físicos. Al dominar estas habilidades, los trabajadores en el ámbito de la juventud pueden apoyar el aprendizaje y el desarrollo de los jóvenes ninis de una manera más eficaz. En general, la capacidad de crear, organizar y compartir recursos digitales es crucial para que puedan navegar y participar en la era digital.



**CONJUNTO DE HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS
DIGITALES PARA AUMENTAR LA EMPLEABILIDAD DE LOS JÓVENES NINI**

www.digi4you.eu

