



Evaluación formativa

Unidad 2: Creación de Marca Personal

Objetivo	Presentar individualmente su estrategia de Marca Personal.
Modalidad	Individual
Formato de presentación	Informe en formato Word.

Instructivo para la elaboración del trabajo

1. Revisa los contenidos de la semana.
2. Analiza el video en donde exponen las principales herramientas de comunicación, lo cual te permitirá incorporar nuevos elementos a tu estrategia de Marca Personal.
3. Examina previamente la rúbrica de evaluación que será utilizada para la revisión de tu trabajo.
4. Una vez desarrollado el trabajo, súbelo a la plataforma en el *link* de la semana 4.



Desarrollo del trabajo

Recuerda que el desarrollo del proyecto de Marca Personal es un **producto individual** que se construye en base a la apreciación que las demás personas tengan de tu comportamiento.

Durante la semana 4 avanzaremos en la evaluación formativa que tendrá foco en definir acciones concretas para llevar a cabo tu estrategia de Marca Personal. Estas acciones deben conectarse con aquellos atributos únicos de ti.

En este sentido, debes comprender que cada uno de nosotros es distinto, con motivaciones, gustos y habilidades diferentes, por eso, tal como su nombre lo indica, la Marca Personal es solo tuya, es tu sello, es como la firma que dejas con tu nombre en cada cosa que haces.

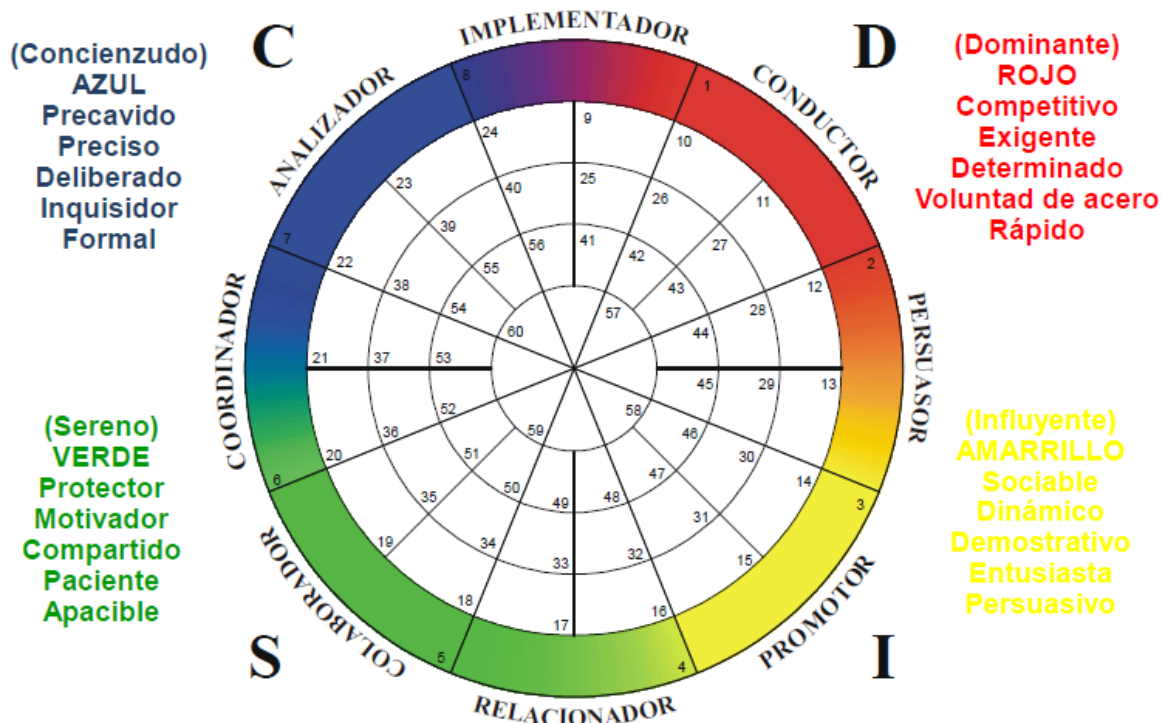
Para concretar lo anterior, en el desarrollo de esta evaluación, deberás trabajar los siguientes pasos:

1. Anota 5 actividades que más te gustan, las que más disfrutas, o las que te provocan mayor motivación:

Ejemplo:

Nº	Actividad que más te gusta hacer
1	Ej. Leer un libro a la semana
2	
3	
4	
5	

2. Ahora, analiza la siguiente imagen. Mira los colores que aparecen en este círculo, y revisa cuáles de los atributos que allí aparecen se relacionan contigo:



Simplificaremos este círculo con los cuatro colores que lo conforman:

Azul: es la persona detallista, orientado al análisis, con sentido de precisión. Detecta errores, omisiones, faltas de acentuaciones, errores de alineado en el texto. Presta atención a las cifras, identifica inconsistencias en la información. Le gusta planificar, tener todo bajo control, contar con tiempo para realizar el trabajo, por el contrario, se sentirá estresado(a) con el cambio abrupto. Cuando reciba una instrucción preguntará todos los detalles posibles, será inquisidor, formal, preferirá correos, o el respaldo a través de la comunicación escrita. Tendencia a la introversión.

Verde: sensible, prefiere las relaciones interpersonales uno a uno. Es la persona que buscamos para contarles algo que consideramos importante, porque sabemos que nos escuchará. Apegado(a) a los valores, es consistente entre lo que piensa y lo que hace. Cuenta con necesidad de afecto, buscará saber del otro con interés genuino, no por conseguir un determinado propósito. Espera reciprocidad. Tendencia a la introversión.

Rojo: orientado a la acción, acelerado, con mucha energía. No terminará de escuchar una instrucción y ya irá corriendo a la acción. Es poco preciso, avanza rápido, pero con un margen de error importante, sobre todo en la forma. Su valor es la voluntad, la energía y la capacidad que tiene de energizar a los demás en base a su estilo altamente motivado. Busca la recompensa social, el reconocimiento de los demás. Quiere ser reconocido como el más rápido, como el mejor, es competitivo. Necesita la interacción social. Tendencia a la extroversión.

Amarillo: extremadamente sociable. Es quien se ofrece a leer en público, a presentar ante grandes grupos de personas. Es esa persona que escuchamos de mucha distancia reír de forma contagiosa. Logra movilizar a los demás. Es la persona que siempre es invitada a una fiesta, porque es muy



divertida, graciosa y positiva. Busca y necesita el reconocimiento de los demás. Busca su podio de sociable. A diferencia del rojo, su principal foco es el reconocimiento social.

2.1 Con esta información y de acuerdo con los **atributos distintivos individuales** identificados en el trabajo de la semana 3, indica qué estilo de color predomina. Para ello, completa el siguiente cuadro:

N°	Atributo distintivo individual	Color predominante

2.2 A continuación, de acuerdo con las actividades que identificaste que son de tu mayor gusto, que registraste en el punto 1, asócialas igualmente con el color predominante.

N°	Actividad que más te gusta hacer	Color predominante
1		
2		
3		
4		
5		

3. Como consecuencia de este ejercicio de análisis, identifica cuál de los estilos es el que más predomina en ti. Si bien podemos encontrar gradientes entre uno y otro color, siempre habrá uno de estos colores que sea el más representativo de nosotros. Identifícalo y anótalo.

Ese estilo es el “color de base” sobre el que desarrollarás tu Marca Personal. Por ejemplo, si tu color predominante es el azul, entonces tu idea fuerza será consistente con los atributos de ese color.

4. Finalmente, define 3 acciones que empezarás a realizar desde ahora para comunicar el “color base” de tu sello.

N°	Acciones para comunicar tu sello de Marca Personal
1	
2	
3	

Estructura del trabajo

La presentación de tu trabajo deberá considerar los siguientes elementos:

1. Creatividad en las acciones propuestas
2. Coherencia entre tus atributos y las actividades propuestas
3. Pulcritud en la ortografía y redacción.

Indicadores/ Niveles de logro:	No logrado 0%	Medianamente logrado 60%	Logrado 100%
1. Ortografía y redacción.	El trabajo presenta más de dos problemas de ortografía y redacción.	El trabajo presenta uno o dos problemas de ortografía o redacción.	El trabajo se presenta sin problemas de ortografía y redacción.
2. Vincula los aspectos personales (atributos distintivos individuales) con un color determinado.	Vincula menos del 60% de los atributos distintivos individuales con un color determinado.	Vincula más del 60% de los atributos distintivos individuales con un color determinado.	Vincula la totalidad de los atributos distintivos individuales con un color determinado.
3. Vincula las actividades de mayor interés con un color determinado.	Vincula menos del 60% de las actividades de mayor interés con un color determinado.	Vincula más del 60% de las actividades de mayor interés con un color determinado.	Vincula la totalidad de las actividades de mayor interés con un color determinado.
4. Define 3 acciones relacionadas con el estilo que predomina en ti.	Define menos del 60% de las acciones solicitadas y que se asocian con el estilo predominante.	Define más del 60% de las acciones solicitadas y que se asocian con el estilo predominante.	Define el 100% de las acciones solicitadas y que se asocian con el estilo predominante.
5. Creatividad de las acciones para comunicar tu sello de Marca Personal.	Las acciones NO presentan un diseño creativo y están desconectadas de los atributos declarados.	Algunas de las acciones presentan un diseño creativo y coherente con los atributos declarados.	La totalidad de las acciones presentan un diseño creativo y coherente con los atributos declarados.