

# MEMORIA FINAL de Proyectos de Innovación 2018-19 Universidad de Zaragoza

## 1 - Identificación del proyecto

Código	Título
PIEC_18_382	Formación en la red social LinkedIn para futuros egresados de la Facultad de Veterinaria

## 2 - Coordinadores del proyecto

Coodinador 1	Doña Ana Isabel Allueva Pinilla
Correo Electrónico	allueva@unizar.es
Departamento	Matemática Aplicada
Centro	Facultad de Veterinaria

## 3 - Resumen del proyecto

LinkedIn es una de las redes sociales más importante entre las orientadas al empleo, empresas y negocios. La Facultad de Veterinaria, a través de su Vicedecanato de Tecnología e Innovación Educativa y Cultura Digital ha abierto canales en diversas redes sociales, y particularmente en LinkedIn, con el objetivo de mantener un perfil general del Centro que proporciona visibilidad a la institución, así como el contacto y ofrecer información a sus egresados. Además, en el curso 2017-18 se han abierto dos grupos en LinkedIn específicos para cada una de las titulaciones de grados (Veterinaria y CTA) para vehicular la red profesional mediante cada uno de ellos, y mantener un contacto y seguimiento con los estudiantes egresados del centro. Los grupos están administrados por la vicedecana y los coordinadores de grado, estableciendo las pautas de gestión, de difusión y procedimientos para añadir a los miembros. En este contexto, con el apoyo de este proyecto de innovación docente se ofrecerá una formación específica en el uso y elaboración del perfil en LinkedIn a los a los estudiantes de los últimos cursos de los grados en Veterinaria y Ciencia y Tecnología de los Alimentos. El objetivo es desarrollar una estrategia de comunicación específica para mantener el contacto y seguimiento de los estudiantes una vez egresados, mediante su participación en los Grupos para Egresados del perfil institucional LinkedIn de la Facultad.

## 4 - Participantes en el proyecto

Nombre y apellidos	Correo Electrónico	Departamento	Centro/Institución
Don José Luis Alejandro Marco	jlalejan@unizar.es	Matemática Aplicada	Facultad de Veterinaria
Doña Cristina Acín Tresaco	crisacin@unizar.es	Patología Animal	Facultad de Veterinaria
Don Diego García Gonzalo	Diego.Garcia@unizar.es	Producción Animal y Ciencia de los Alimentos	Facultad de Veterinaria

<b>5 - Rellene, de forma esquemática, los siguientes campos a modo de ficha-resumen del proyecto</b>	
Otras fuentes de financiación sin detallar cuantía	No hay financiación complementaria específica. La Facultad de Veterinaria aporta los medios materiales como material fungible, equipamiento necesario, cartelería para realizar la difusión, sitio web, etc.
Tipo de proyecto (Experiencia, Estudio o Desarrollo)	Experiencia y desarrollo
Contexto de aplicación/Público objetivo (titulación, curso...)	El público objetivo son todos los estudiantes de los últimos cursos de las titulaciones impartidas en la Facultad de Veterinaria: - estudiantes de 3º y 4º del grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, - estudiantes de 4º y 5º del grado en Veterinaria. La actividad de formación propuesta se desarrolla de forma voluntaria.
Curso académico en que se empezó a aplicar este proyecto	2018-19
Interés y oportunidad para la institución/titulación	Facilita el contacto y seguimiento con los estudiantes una vez egresados. Visibiliza la institución. Sirve como elemento vehicular de la información para las empresas, así como para la difusión de ofertas de empleo. Facilita la proyección social.
Métodos/Técnicas/Actividades utilizadas	Manejo de la Red Social LinkedIn: Mejora del perfil de centro y grupos de egresados con información, ofertas de empleo, etc. Elaboración de información para la difusión de los perfiles en LinkedIn tanto offline en cartelería como online en la web de centro y las RRSS. Elaboración de materiales informativos y de apoyo para la creación del perfil y uso de LinkedIn por los estudiantes. Desarrollo de encuesta y resultados.
Tecnologías utilizadas	Internet, Redes Sociales (LinkedIn, Twitter y Facebook para difusión) Herramientas de presentación e imagen para cartelería y difusión. Encuestafacil para el diseño e implementación de las encuestas. Hoja de cálculo para elaboración de estadísticas con resultados de encuestas e informe final de la actuación. Procesador de texto, imágenes y presentaciones para difusión y elaboración de informe.
Tipo de innovación introducida: qué soluciones nuevas o creativas desarrolla	Uso de redes sociales por los estudiantes. Inmersión temprana de los estudiantes en una red social profesional. Seguimiento de egresados. Nueva herramienta vehicular de la información.
Impacto del proyecto	Los estudiantes han tenido oportunidad de acceder al plan de formación y materiales, elaborando su perfil en LinkedIn. Se consigue una base de datos de graduados y se realiza el seguimiento de egresados. Los grupos de LinkedIn son una herramienta para el contacto con egresados desde el centro, de los egresados entre sí y con la empresa, para la difusión de información y ofertas de empleo. Toda información se gestiona a través de la Facultad.
Características que lo hacen sostenible	El proyecto tiene continuidad en los cursos sucesivos, en los mismos términos, con los nuevos estudiantes de los últimos cursos de las dos titulaciones impartidas en la Facultad. La sostenibilidad del proyecto precisa también alimentar los grupos de LinkedIn de forma paralela controlando los egresados que se unen a los grupos y enviando invitaciones para hacerlo a otros graduados en cursos anteriores.
Posible aplicación a otras áreas de conocimiento	El proyecto se puede aplicar en cualquier otra área de conocimiento o centro que decida desarrollar una política de inmersión en las redes sociales y seguimiento de egresados similar, ya que la Red LinkedIn es de ámbito profesional general y no específico de las titulaciones del centro.

## 6 - Contexto del proyecto

### **Necesidad a la que responde el proyecto, mejoras obtenidas respecto al estado del arte, conocimiento que se genera.**

El proyecto se enmarca dentro de la línea estratégica iniciada por el equipo decanal para diseñar y potenciar el uso de las redes sociales en el centro a través del vicedecanato de Tecnología e Innovación Educativa y Cultura Digital en un contexto de visibilización de la institución y su proyección social. La Facultad de Veterinaria tiene presencia en las principales Redes Sociales: Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn. El objetivo desde su inicio ha sido ofrecer un servicio dinámico de comunicación e interacción con el usuario para la difusión de actividades, noticias y contenidos que puedan ser de interés para la comunidad universitaria, especialmente en las áreas relacionadas con el Centro, y también otro público externo. Además, en 2017 se ha focalizado la atención en las posibilidades de las Redes, particularmente LinkedIn, para la atención y el seguimiento de estudiantes egresados. Con estos objetivos se han abierto dos grupos en LinkedIn: Egresados Veterinaria UNIZAR y Egresados CTA UNIZAR. De este modo se pretende además obtener información e indicadores sobre el grado de inserción laboral de los graduados en las titulaciones del centro detectando fortalezas y debilidades del grado en relación con las posibles salidas laborales y empleabilidad.

## 7 - Objetivos iniciales del proyecto

### Qué se pretendía obtener cuando se solicitó el proyecto.

- Difundir entre los estudiantes del Centro (futuros egresados) las ventajas y posibilidades de uso de las Redes Sociales, y particularmente LinkedIn, para la interacción entre profesionales, el intercambio de experiencias, la colaboración en los círculos de contacto, la búsqueda y selección de empleo, etc.
- Desarrollar formación específica en el uso y elaboración de perfil en la red social LinkedIn dirigida a estudiantes de los últimos cursos de los grados en Veterinaria y en Ciencia y Tecnología de los Alimentos.
- Desarrollar formación específica en el uso de los Grupos de LinkedIn con el objetivo de facilitar su participación en los Grupos para egresados que se han abierto desde la Facultad de Veterinaria en esta red, para mantener un contacto y seguimiento de estos estudiantes graduados.
- Desarrollar materiales de apoyo para realizar esta formación.
- Valorar la posibilidad de ofrecer esta formación en modalidad online para estudiantes ya egresados.
- Como objetivo a futuro, disponer de información sobre el grado de empleabilidad de nuestros egresados, e indicadores sobre inserción laboral.

## 8 - Métodos de estudio/experimentación y trabajo de campo

Métodos/técnicas utilizadas, características de la muestra, actividades realizadas por los estudiantes y el equipo, calendario de actividades.

- Actualización/mantenimiento del perfil de LinkedIn de la Facultad de Veterinaria
- Actualización/mantenimiento de los Grupos de LinkedIn para egresados de la Facultad de Veterinaria
- Elaboración de materiales docentes para impartir la formación
- Difusión del plan de formación entre los estudiantes de los dos últimos cursos de los dos grados impartidos en el centro (Veterinaria y CTA)
- Desarrollo de la formación
- Diseño e implementación de una encuesta dirigida a los estudiantes
- Elaboración del informe y memoria final.

## 9 - Conclusiones del proyecto

### Conclusiones:lecciones aprendidas, impacto.

Se ha constatado que, de entre todas las Redes Sociales en las que tiene presencia el centro, LinkedIn es la menos difundida entre los estudiantes, y particularmente los Grupos de egresados que ha abierto el centro en esta red social. El proyecto ha permitido dar a conocer mejor LinkedIn y el perfil disponible de la Facultad de Veterinaria, así como los perfiles de los Grupos. Tanto las sesiones de formación como los materiales desarrollados de apoyo, han facilitado que los estudiantes creen su perfil en LinkedIn y conozcan las ventajas de ello. También que participen en los Grupos de egresados. No obstante, las dificultades para encontrar fechas para realizar la formación evitando coincidir con periodos de clase o exámenes, llevan a pensar que sería muy apropiado desarrollar esta formación con una parte no presencial en la que, a partir de los materiales desarrollados y otros posibles en formato multimedia y vídeo, los estudiantes puedan conocer y estudiar las posibilidades de LinkedIn de forma más teórica, combinando con una sesión práctica para ayudar en la creación y desarrollo de su propio perfil en esta red.

## 10 - Continuidad y Expansión

**Transferibilidad (que sirva como modelo para otros contextos), Sostenibilidad (que pueda mantenerse por sí mismo), Difusión realizada .**

El proyecto desarrollado tiene continuidad en los cursos sucesivos (en los mismos términos) con los nuevos estudiantes de los últimos cursos de las dos titulaciones impartidas en la Facultad y también los alumnos de máster. La sostenibilidad del proyecto precisa también alimentar los grupos de LinkedIn de forma paralela controlando los egresados que se unen a los grupos y enviando invitaciones para hacerlo a otros graduados en cursos anteriores. El proyecto es transferible a cualquier otro centro que decida desarrollar una política de inmersión en las redes sociales y seguimiento de egresados similar, ya que la Red LinkedIn es de ámbito profesional general y no específico de las titulaciones del centro. La difusión del proyecto se ha llevado a cabo a través de la correspondiente información y convocatoria mediante cartelería distribuida en las instalaciones de la Facultad, la página web del centro, el envío de información masiva por email a todos los estudiantes a través de las listas de distribución del centro y a través de las mismas redes sociales del centro: Twitter, Facebook y LinkedIn.

## 11 - Resultados del proyecto indicando si son acordes con los objetivos planteados en la propuesta y cómo se han comprobado

### Resultados obtenidos y cumplimiento de los objetivos

#### - Difundir entre los estudiantes del Centro (futuros egresados) las ventajas y posibilidades de uso de las Redes Sociales, y particularmente LinkedIn.

La Facultad de Veterinaria tiene presencia institucional desde en las Redes Sociales desde el curso 2015-16 en el que comenzó su actividad el Vicedecanato de Tecnología e Innovación Educativa y Cultura Digital con el objetivo entre otros de mejorar la proyección social del centro. Hay perfiles abiertos actualmente en Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn. Además en LinkedIn se han abierto los grupos Egresados Veterinaria UNIZAR y Egresados CTA UNIZAR.

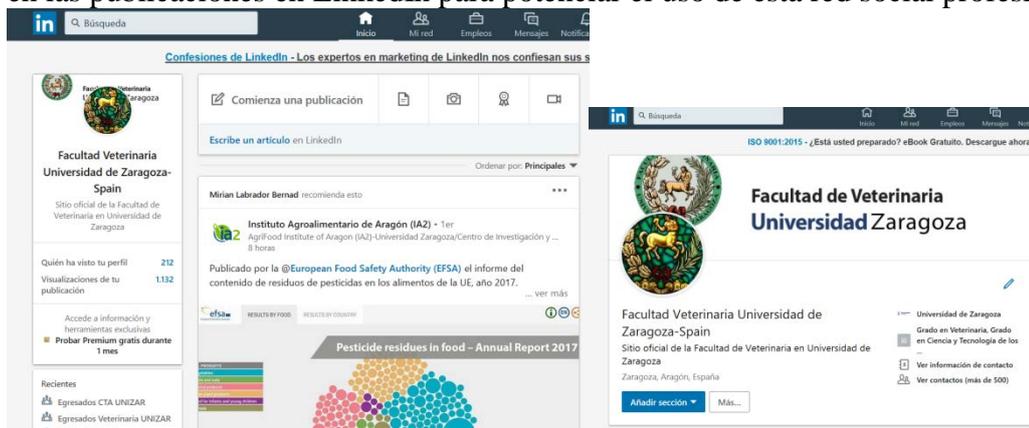


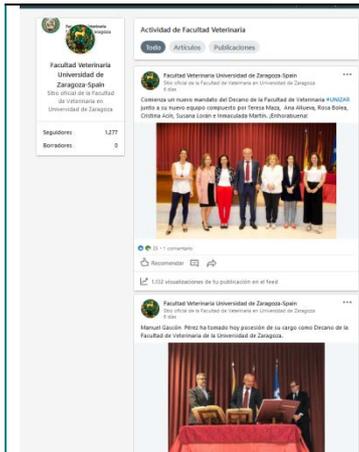
 Egresados CTA UNIZAR

 Egresados Veterinaria UNIZAR

Uno de los primeros objetivos de este proyecto ha sido difundir entre los estudiantes del Centro (futuros egresados) las ventajas y posibilidades de uso de las Redes Sociales, y particularmente LinkedIn, para la interacción entre profesionales, el intercambio de experiencias, la colaboración en los círculos de contacto, la búsqueda y selección de empleo, etc.

LinkedIn es fundamentalmente una plataforma de interacción de profesionales que permite el intercambio de experiencias y colaboración en los círculos de contacto. El Centro publica un perfil general que proporciona gran visibilidad. En la actualidad se cuenta con 1.270 contactos de profesionales. El acceso al perfil se realiza desde la dirección <https://www.linkedin.com/in/fveterinariauz>. Tanto la apertura de perfiles como todo el desarrollo, actualización y mantenimiento desde el inicio y durante todo el curso 2018-19 se ha realizado desde el vicedecanato de Tecnología e Innovación Educativa y Cultura Digital incluyendo la atención a seguidores, gestión y publicación de noticias, etc. Además de las herramientas propias de las redes también se gestionan y utilizan herramientas como Hootsuite, plataforma que permite gestionar, publicar y programar las publicaciones en las diferentes cuentas de redes sociales desde una sola aplicación, también para LinkedIn. Durante el año 2018 se ha focalizado la atención especialmente en las publicaciones en LinkedIn para potenciar el uso de esta red social profesional.



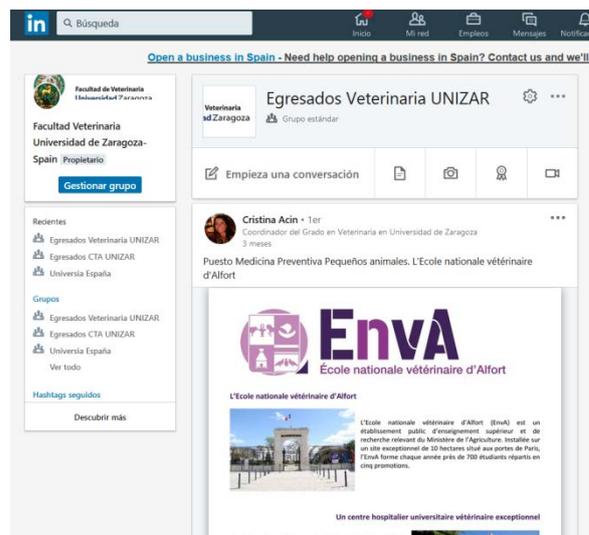
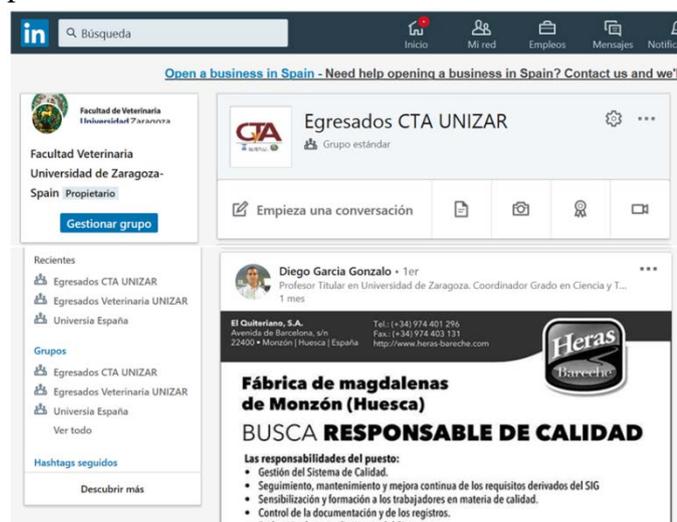


Así, en 2018 se ha iniciado una línea estratégica de comunicación utilizando esta plataforma profesional realizando publicaciones con información similar a la distribuida en el resto de Redes Sociales del Centro, algunas de ellas con gran visibilidad, alcanzando más de 1.000 visualizaciones en el feed. Dentro de esta estrategia también se encuentra el uso de la Red Social para mantener contacto y realizar seguimiento con los estudiantes egresados. Para ello se abrieron dos grupos para cada una de las titulaciones de grado (Veterinaria y CTA) como canal vehicular de comunicación. El acceso directo a los grupos se hace desde las siguientes direcciones:

**Grupo Egresados Veterinaria UNIZAR,** <https://www.linkedin.com/groups/8637243>

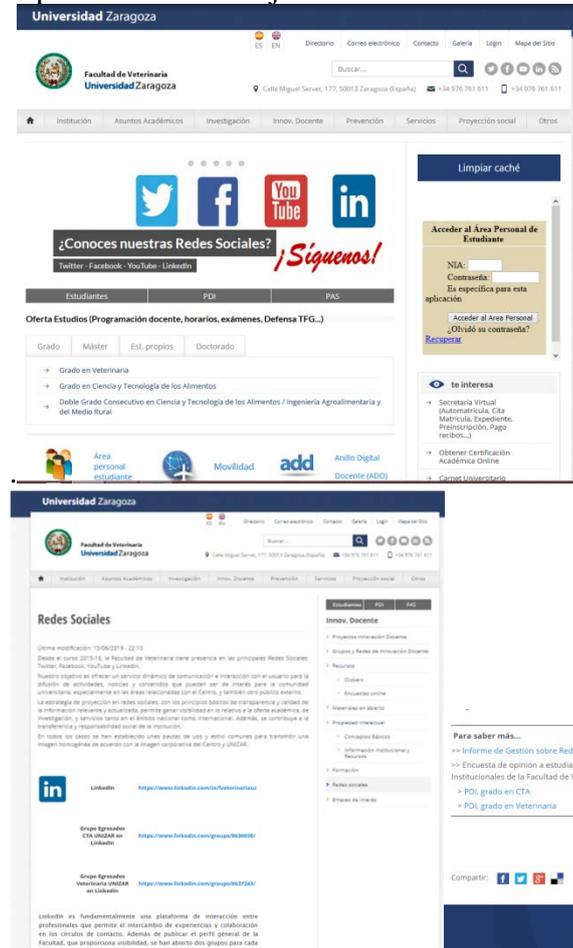
**Grupo Egresados CTA UNIZAR,** <https://www.linkedin.com/groups/8636038>

Los grupos están administrados por la vicedecana y los coordinadores de grado. En el momento actual se está procedimentando la inclusión de miembros y en el grupo de CTA se ha alcanzado hasta el momento a 108 miembros. Además, en la línea estratégica diseñada para esta Red se incluye un proyecto de innovación docente desarrollado en el curso 2018-19 con cuyo apoyo se ofrecerá una formación específica en el uso y elaboración del perfil en LinkedIn a los a los estudiantes de los últimos cursos de los grados en Veterinaria y Ciencia y Tecnología de los Alimentos. El objetivo ha sido desarrollar una estrategia de comunicación específica para mantener el contacto y seguimiento de los estudiantes una vez egresados, mediante su participación en los Grupos para Egresados del perfil institucional LinkedIn de la Facultad.



Se han realizado diversas actuaciones para la consecución de este objetivo, fomentar el uso de las RRSS del centro y difundirlas entre el personal y especialmente los estudiantes. En primer lugar se ha diseñado un plan estratégico que incluye la información dirigida por mail, la visibilización de las redes en la Web del centro, las TV instaladas en las distintas dependencias y mupis informativos. Entre las actuaciones realizadas, se ha enviado información a los estudiantes del centro y se ha actualizado la información en la web de centro relativa a Redes Sociales, especialmente la relativa a

LinkedIn y los nuevos grupos de Egresados para Veterinaria y CTA dentro del apartado de menú relativo a Innovación Docente. También se ha incluido información relativa al informe de Gestión de RRSS de centro actualizado al año 2018. Además, se ha elaborado cartelera específica distribuida por el centro, tanto en papel como en digital. Se han diseñado banner específicos para la Web e imágenes publicitarias de las redes para las pantallas informativas en TV y mupis del centro. También se han diseñado imágenes como fondo de escritorio que aparecerán en los monitores de aulas en los espacios entre clase junto con otra información de centro en rotativos

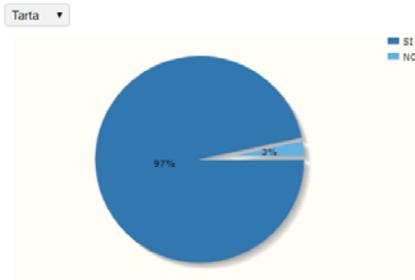


Por otra parte se ha desarrollado un cuestionario *ad hoc* dirigido a estudiantes que recogen las variables más significativas que han permitido llevar a cabo este estudio y el grado de uso y conocimiento que los estudiantes tienen de las redes sociales generales y las redes sociales institucionales, y de forma particular de la red social LinkedIn y los grupos de LinkedIn.

La encuesta se ha realizado online utilizando la tecnología encuestafacil de forma gratuita gracias el convenio de Universia con esta plataforma y se distribuyó por correo electrónico. El cuestionario consta de 25 preguntas y se estructura en 5 dimensiones: aspectos identificativos, uso general de las RRSS, uso académico de las RRSS, uso de RRSS institucionales de la Facultad de Veterinaria y evaluación de las RRSS institucionales de la Facultad de Veterinaria. Se obtuvieron 119 respuestas, cifra bastante significativa teniendo en cuenta las más bajas cifras de participación que se han obtenido en otras consultas a estudiantes, lo cual muestra el interés que tienen por esos temas. Cabe destacar que más del 90% de las respuestas recogidas se produjeron el mismo día de distribución del email.

La mayoría de las respuestas recogidas (75%) fueron de mujeres, lo cual es acorde con la distribución por género en nuestro centro. Los estudiantes son mayoritariamente usuarios de las RRSS y únicamente un 4% cree que no tienen utilidad en el ámbito universitario y más de la mitad consideran que permiten bastante o mucho la mejora del aprendizaje.

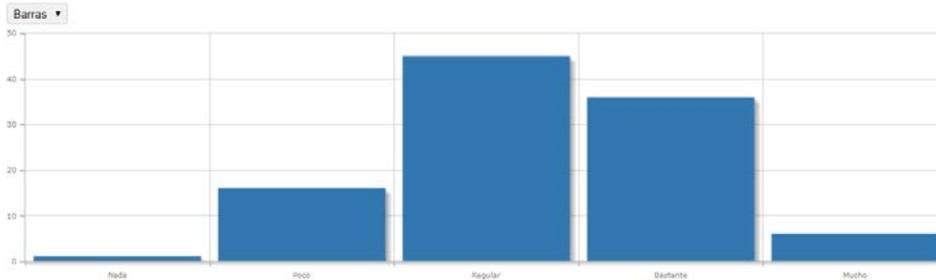
¿Eres usuario de Redes Sociales (o lo has sido en algún momento) en tu vida personal o académica?



¿Crees que las RRSS tienen utilidad en el ámbito universitario?



¿En qué grado crees que el uso de RRSS permite la mejora en el aprendizaje?



Se consultó por la variable edad como mejor identificador que el curso que se realiza para poder analizar las respuestas. Se ha realizado una desagregación por edades (que se corresponderían con mayor fiabilidad a los cursos) de modo que se han analizado los datos para todos los alumnos y para aquellos que tienen más de 23 años, que se corresponderían a los de los cursos superiores. Como red menos utilizada en los estudios o docencia en general destaca LinkedIn. Las respuestas que se observan en el gráfico muestran este grado de uso en la escala nada-poco-regular-bastante-mucho, en el primer caso para todos los estudiantes; más de un 90% manifiesta no conocer o conocer poco esta red social.

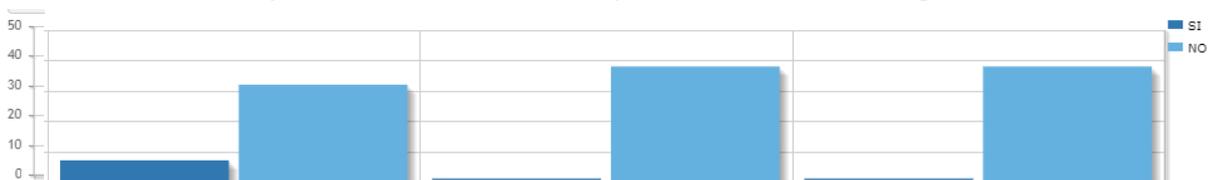
87,74%(93)                      3,77%(4)                      4,72%(5)                      1,89%(2)                      1,89%(2)

Tras desagregar los datos por edad, las respuestas de los estudiantes de los últimos cursos muestran un grado de conocimiento de LinkedIn algo mayor, pero aun así hay más del 73% que manifiesta no conocer nada de esta red social.

73,68%(28)                      7,89%(3)                      10,53%(4)                      2,63%(1)                      5,26%(2)

En particular, cuando se pregunta por el grado de conocimiento de LinkedIn o los grupos de egresados de LinkedIn en los perfiles institucionales de la Facultad, el grado de conocimiento sigue siendo mayoritariamente muy bajo.

¿Conocías antes de ahora que la Facultad de Veterinaria tiene perfiles institucionales en las siguientes Redes Sociales?



Todos estos resultados llevan a concluir que es necesario potenciar el uso y conocimiento de esta red profesional fundamentalmente entre los estudiantes próximos a graduar.

**- Desarrollo de formación específica en LinkedIn y grupos de LinkedIn dirigida a estudiantes**

Se ha desarrollado una formación específica en el uso y elaboración de perfil en la red social LinkedIn dirigida a estudiantes, así como en el uso de los Grupos de LinkedIn para conseguir el objetivo de mantener contacto con ellos y hacer el seguimiento de estos estudiantes una vez graduados. Se ha enviado información y convocado para ello a través de la lista de distribución de estudiantes del centro y desde decanato. En el correo se informaba sucintamente de las ventajas de conocer esta red social y utilizarla. La formación ha estado dirigida a todos los estudiantes, pero se indicaba que era especialmente importante para los estudiantes de los últimos cursos de los grados en Veterinaria y en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, concretamente 4ª y 5ª de Veterinaria y 4ª de CTA.

Respecto a las fechas de realización se ha valorado la conveniencia de realizar varias sesiones para facilitar la asistencia de todos los estudiantes, fundamentalmente por la imposibilidad de encontrar fechas disponibles no coincidentes con pruebas o exámenes en las dos titulaciones. Se ha optado por realizar sesiones en junio una vez finalizados la mayor parte de los exámenes y septiembre en el periodo próximo a las defensas de los TFG en el que los estudiantes ya no tienen más presión con exámenes y próximos a egresar pueden comprobar la necesidad de esta formación.

La sesión formativa se estructura en tres partes orientadas la primera de ellas a explicar qué es, las ventajas, cómo se utiliza y cómo se elabora el perfil en la red social; la segunda a mostrar y explicar los perfiles de LinkedIn y grupos de egresados que institucionalmente tiene el centro y, la tercera, a explicar qué son los grupos de LinkedIn, cómo se utilizan y cómo se participa. En todos los casos, la sesión formativa se desarrolla en el aula informática y tiene una parte práctica en la que los estudiantes pueden *in situ* abrir su propio perfil en LinkedIn, solicitar acceso a los grupos y participar en ellos. De este modo los estudiantes reciben una formación personalizada y apoyo individualizado para poder empezar a trabajar con la red social. La respuesta ha sido muy positiva e inmediatamente los estudiantes han solicitado contacto con los profesores y el perfil del centro.

La formación se ha impartido por los profesores Ana Allueva y José Luis Alejandre.

**- Materiales de apoyo para la formación**

Para el desarrollo de la formación impartida se han desarrollado materiales de apoyo en los que explica de forma muy resumida qué es LinkedIn, las principales características de LinkedIn, la cuenta LinkedIn de la Facultad de Veterinaria y sus grupos, los tipos de cuentas en LinkedIn: cuenta gratis y suscripciones Premium, cómo configurar el perfil, manejo básico y principales funcionalidades de LinkedIn, uso profesional y usos alternativos, cómo configurar LinkedIn cuando se busca empleo, etc. Además se incluye información sobre formación disponible en la red de acceso gratuito que completa esta información, así como diversos enlaces de interés.

Debido a la limitación en la extensión de estos resultados, no se adjuntan los materiales completos y se incluye alguna captura de pantalla en la que se aprecia su estructura.

### ¿Qué es LinkedIn?

LinkedIn es una comunidad social orientada a las empresas, a los negocios y el empleo. Partiendo del perfil de cada usuario, que libremente revela su experiencia laboral y sus destrezas, la web pone en contacto a millones de empresas y empleados. Fundada en diciembre de 2002 por Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant fue lanzada en mayo de 2003 (Wikipedia).

#### Características principales de LinkedIn

Uno de los propósitos de este sitio es que los usuarios registrados puedan mantener una lista con información de contactos de las personas con quienes tienen algún nivel de relación, llamado Conexión. Los usuarios pueden invitar a cualquier persona (ya sea un usuario del sitio o no) para unirse a dicha conexión. Sin embargo, si el invitado selecciona "No lo sé" o "Spam", esto cuenta en contra de la persona que invita. Si la persona que invita obtiene muchas de estas respuestas, la cuenta puede llegar a ser restringida o cerrada.

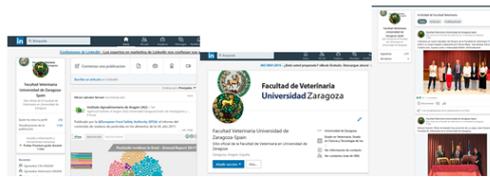
Esta lista de conexiones se puede usar de las siguientes maneras:

- Una red de contactos se construye mediante conexiones directas, las conexiones de cada una de estas conexiones (denominado conexiones de segundo grado) y también las conexiones de conexiones de segundo grado (denominadas conexiones de tercer grado). Esto se puede utilizar para introducirse en la red a través de un contacto mutuo, favoreciendo la interactividad.
- Los usuarios pueden subir su currículum vitae o diseñar su propio perfil con el fin de mostrar experiencias de trabajo y habilidades profesionales.
- Se puede utilizar para encontrar puestos de trabajo y oportunidades de negocio recomendados por alguien de la red de contactos.
- Los empleadores pueden enumerar puestos de trabajo y la búsqueda de posibles candidatos.
- Los solicitantes de empleo pueden revisar el perfil de los directores de recursos humanos y descubrir cuáles de sus contactos existentes pueden presentarse.
- Los usuarios pueden subir sus propios fotos y ver las fotos de los demás para ayudar a identificarlo.
- Los usuarios pueden seguir diferentes empresas y pueden recibir una notificación acerca de las posibles fusiones y ofertas disponibles.
- Los usuarios pueden guardar trabajos que les gustaría solicitar.
- Los usuarios pueden ver cuántos y cuántos usuarios han visto su perfil.

Fuente: Wikipedia

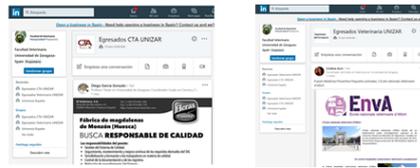
#### Cuenta en LinkedIn de la Facultad de Veterinaria, Universidad de Zaragoza

La Facultad de Veterinaria UNIZAR dispone de una cuenta con perfil general en LinkedIn a la que se accede desde la dirección <https://www.linkedin.com/in/veterinariabuz>



Además se han abierto dos grupos para cada una de las titulaciones de grado (Veterinaria y CTA) para vehicular la red profesional mediante cada uno de ellos, manteniendo el contacto y seguimiento con los estudiantes egresados.

- Grupo Egresados CTA UNIZAR en LinkedIn <https://www.linkedin.com/groups/8636038>
- Grupo Egresados Veterinaria UNIZAR en LinkedIn <https://www.linkedin.com/groups/8637243/>



Más información sobre las Redes Sociales de la Facultad de Veterinaria en <http://veterinaria.unizar.es/innovacion-docente/redes-sociales>



### Tipos de cuentas en LinkedIn: Cuentas gratis y suscripciones Premium

LinkedIn ofrece una cuenta Básica (gratis), así como suscripciones Premium que pueden probarse de manera gratuita un mes.

#### Cuenta Básica (gratuita)

Una cuenta Básica es para cualquier persona que desee crear y mantener un perfil profesional en línea.

- Crea tu identidad profesional en la web.
- Crea y mantén una amplia red de contactos profesionales de confianza.
- Encuentra y vuelve a conectar con colegas de trabajo y compañeros de clase.
- Solicita y proporciona recomendaciones.
- Busca y visita los perfiles de otros usuarios de LinkedIn.
- Recibe un número ilimitado de mensajes InMail.
- Guarda hasta tres búsquedas y recibe alertas semanales sobre esas búsquedas.

La principal limitación en una cuenta gratuita es el llamado "Límite comercial".

#### Planes de suscripción Premium

Tenemos diferentes opciones de cuentas Premium para personas que buscan trabajo, profesionales de ventas y profesionales de talento, así como para profesionales en general que quieren sacar mayor provecho de LinkedIn. Si tienes una cuenta gratuita y deseas abonarte a una cuenta, puedes comparar los diferentes tipos de cuentas

Información tomada de [LinkedIn.com](https://www.linkedin.com) actualizada con fecha 19.06.2019. Más detalles en <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/561/cuentas-gratis-y-suscripciones-premium-de-linkedin?lang=es>

En este artículo se detallan algunas diferencias clave de la cuenta Premium respecto a la cuenta gratuita. <https://www.exprimiendolinkedn.com/2018/07/linkedin-premium-versus-cuenta-gratuita/>.

La principal limitación en una cuenta gratuita es el llamado "Límite comercial". Las especificaciones sobre este límite se detallan por LinkedIn aquí <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/536797?query=C3%ADmite%20comercial>

#### Configurar el perfil, manejo básico y principales funcionalidades de LinkedIn

Para aprender a configurar el perfil de forma eficiente y manejar LinkedIn sacando partido a las diferentes funcionalidades hemos seleccionado algunos cursos que ofrece la propia red social en su portal de formación, LinkedIn Learning. Además se complementan con algunos otros enlaces de interés.



#### Cómo configurar LinkedIn cuando estás buscando empleo

<https://www.exprimiendolinkedn.com/2018/09/como-configurar-linkedin-cuando-estas-buscando-empleo/>

Además, se han seleccionado tres cursos básicos recomendados que pueden seguirse de forma autónoma que pueden servir como complemento a los materiales de esta formación inicial presencial.

- Aprende LinkedIn <https://www.linkedin.com/learning/aprende-linkedin?originalSubdomain=es>

- Curso de LinkedIn para networking <https://www.linkedin.com/learning/linkedin-para-networking>

- Curso introductorio de LinkedIn para empresas <https://www.linkedin.com/learning/linkedin-para-empresas>

### **- Formación en modalidad online**

Se ha valorado la posibilidad de ofertar la formación desarrollada de modo no presencial. Debido a las dificultades para los estudiantes de asistir a las sesiones presenciales y puesto que hay disponibles materiales de desarrollo propio como otros muchos online en este tema, se cree posible y conveniente diseñar un curso online para poder ofrecer esta formación. No obstante, creemos que sería muy conveniente que estuviera acompañado con alguna breve sesión presencial, fundamentalmente práctica, en al que se pudiera apoyar a los estudiantes para abrir o modificar su propio perfil en la red social. La experiencia desarrollada ha demostrado que lo que más han valorado los estudiantes ha sido esta ayuda personalizada.

### **- Información sobre el grado de empleabilidad de los egresados e indicadores sobre inserción laboral**

Un objetivo que se proponía a futuro con este proyecto es disponer de información sobre el grado de empleabilidad que tienen nuestros egresados y algunos indicadores sobre inserción laboral. Para poder alcanzar este objetivo se han realizado las actuaciones las explicadas y también por parte de los coordinadores se ha trabajado con los estudiantes para conseguir mantener una vía de contacto. Una de las tareas concretas puesta en marcha ha sido recoger todos los correos electrónicos personales de los estudiantes, aprovechando su inscripción para el acto de graduación, para poder invitar a participar en los grupos de egresados de LinkedIn a estos estudiantes y así animarles también a crear su propio perfil. Esperamos ver la eficacia de estas medidas y alcanzar así el cumplimiento de este objetivo en un corto plazo durante los próximos cursos académicos.

### **Asistencia a Congresos**

- CIMIE 19, VIII Congreso Internacional multidisciplinar de Investigación Educativa. 4-5 julio 2019. Universitat de Lleida. Ponencia invitada en Educación, Tecnología y la cultura audiovisual por Ana Allueva

- CIMIE 19, VIII Congreso Internacional multidisciplinar de Investigación Educativa. 4-5 julio 2019. Universitat de Lleida. Ponencia invitada en Educación, Tecnología y la cultura audiovisual por José Luis Alejandre.

- VetDoc. 8-9 julio 2019, Facultad de Veterinaria Universidad Complutense Madrid. Comunicación “Redes Sociales de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de Zaragoza: análisis de su uso por el personal docente del Grado en Veterinaria, Revista de Docencia Veterinaria”. Autores: Allueva-Pinilla, A.I, Alejandre-Marco, J.L., Acín-Tresaco, C., García-Gonzalo, D. Asisten al congreso Ana Allueva y José Luis Alejandre.

- Virtual USATIC, 4-6 septiembre 2019, Universidad de Zaragoza. Comunicación aceptada. Autores: Allueva-Pinilla, A.I, Alejandre-Marco, J.L., Acín-Tresaco, C., García-Gonzalo, D.

Además está previsto asistir y presentar comunicación en

- XIII Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa de la Universidad de Zaragoza, 5-6 de septiembre de 2019

- X Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC, organizada por la Cátedra Banco Santander de la Universidad de Zaragoza el 9 de septiembre de 2019.

- 12th annual International Conference of Education, Research and Innovation, Sevilla, 11-13 noviembre 2019.