

RESPUESTAS POSIBLES AL CURSO: GESTIÓN AVANZADA DE LA IDENTIDAD, REPUTACIÓN ONLINE E INFLUENCIA DIGITAL

- La construcción de nuestra identidad digital, será por lo tanto un proceso activo que consistirá en las siguientes acciones, excepto: Participar en congresos sanitarios
- Antes de obtener nuestro código en ORCID resulta recomendable consultar las recomendaciones realizadas por la: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT)
- ¿Qué herramienta nos puede ayudar a monitorizar nuestra identidad digital sin consumir tiempo? Google Alertas
- Señale la opción falsa sobre el servicio de Alertas de Google: No sirve para monitorizar la identidad digital
- Aunque la reputación online es algo externa que se escapa a nuestro control, ¿Cómo podemos ayudar a construirla? Incorporando hechos relevantes que influyan sobre el colectivo al que nos dirigimos
- ¿Cuáles serán los resultados más relevantes sobre nuestra identidad digital al realizar una búsqueda en Google? Los primeros resultados
- La red profesional por excelencia, en la que todo profesional que desee tener una identidad digital sólida debería estar, se denomina: LinkedIn
- Sobre la red social LinkedIn es falso que: Es una red cuya característica principal es que otros usuarios incluyen contenidos sobre nuestro curriculum
- El proceso avanzado de construcción de la marca personal es al que nos referimos cuando hablamos de: Branding
- El resultado del proceso de análisis y descubrimiento de aquello en lo que aportamos valor, junto con las acciones empleadas para darnos a conocer, dan como resultado: Marca personal
- ¿Qué herramienta es similar a Feedly y a través de ella podemos configurar fuentes de información e intereses, de forma que la herramienta se encargará de mostrarlos como si estuviéramos leyendo una revista? Flipboard

- Para desarrollar nuestra identidad digital, después de establecer nuestros objetivos profesionales, deberemos responder a la pregunta: ¿Qué grado de visibilidad queremos tener en internet?
- ¿Cómo se denomina el servicio de tarjeta de visita visual que podemos compartir con otras personas para que sepan quienes somos, a qué nos dedicamos y en qué redes sociales estamos compartiendo información?
- ¿Qué red dirigida a científicos e investigadores y dedicada a facilitar el acceso al conocimiento, también resulta de gran ayuda a la hora de dar una mayor visibilidad a nuestros artículos científicos? ResearchGate
- La capacidad para generar opinión y tener impacto en lo que otros dicen se denomina: Influencia
- ¿Qué red social tiene un tono cercano y emocional? Facebook
- Según la guía de identidad digital de INTECO, ¿Cuál de las siguientes opciones no es uno de los componentes de la identidad digital de un profesional sanitario?
Interactiva
- La llamada curación de contenidos: Es una de las acciones más eficaces a la hora de posicionarnos como expertos en redes sociales
- ¿Qué herramienta es ideal para suscribirnos a los canales de difusión RSS de las páginas web? Feedly
- La mejor red para generar conexiones con otros profesionales y conversar sobre cualquier tema, gracias a la inmediatez y las posibilidades que ofrece, se denomina: Twitter
- La identidad digital se construye con: Nuestras acciones y omisiones
- ¿Qué herramientas nos puede ayudar a monitorizar los resultados sobre nosotros en redes sociales? Hootsuite
- A lo largo de los años se han desarrollado distintas iniciativas con el objetivo de crear un registro único permanente de autores, que permita identificar todos sus artículos con independencia de cómo aparezcan escritos en cada artículo. Entre ellas podemos destacar las de: Scopus Autor ID (Elsevier) y Research ID (Thompson Reuters)
- ¿Cuál es el último paso a la hora de empezar a desarrollar nuestra identidad digital como profesionales sanitarios? Establecer medidas correctoras y de mejora continua
- ¿Cuál de las siguientes redes sociales aglutinan a personas con intereses comunes?
Facebook, LinkedIn y Google+

- ¿Por qué el establecimiento de nuestra identidad digital es un proceso imparable? Porque no solo depende de la información que podamos añadir nosotros mismos, sino que se nutre de las aportaciones de otras personas
- ¿Cuál es la red social más utilizada por profesionales sanitarios? Facebook
- ¿Qué red social tiene un tono cercano y profesional? LinkedIn
- ¿Cómo se denomina a la suma de toda la información que existe y está expuesta en internet acerca de una persona, marca u organización? Identidad Digital
- ¿Cuál de las siguientes opciones no es un identificador académico? TORVID
- Generar contenidos sobre todos aquellos temas y términos relacionados con nuestro campo, nos hará: Mucho más visibles a los ojos de los buscadores
- ¿Cómo se denomina la búsqueda en Google sobre uno mismo con el fin de valorar la identidad digital propia? Ego-surfing
- Al desarrollar nuestra identidad digital optamos por tener un perfil de alta visibilidad, habrá que definir: El grado de exposición y espacios en los que nos queramos mostrar
- ¿Cuál de las siguientes herramientas no es útil para monitorizar nuestra presencia digital como profesionales sanitarios? Teseo
- La red social más utilizada y que permite establecer contacto con otras personas de la red y sementar las publicaciones hacia uno o varios contactos a través de listas, se denomina: Facebook
- La primera pregunta que debemos hacernos a la hora de desarrollar nuestra identidad digital como sanitarios debe ser: ¿Cuál es nuestro objetivo profesional?
- La red profesional por excelencia, en la que todo profesional que desee tener una identidad digital sólida debería estar, se denomina: LinkedIn
- Las Altmetrics, además del número de citas miden otros aspectos entre los que no se incluye: Impactos directos
- ¿Cómo se denominan las herramientas compuestas por algoritmos basados en la medición y ponderación de distintos parámetros relacionados con la actividad de los usuarios en las distintas redes sociales? Indicadores de actividad
- Si queremos ofrecer una imagen profesional que nos permita conectar con otros profesionales sanitarios, nuestra identidad digital debe hacer hincapié en: Definir los campos en los que somos expertos y empezar a trabajar en aquellas redes sociales que aglutinen a otros profesionales de nuestro ámbito

- La puntuación en Altmetric es calculada en función de tres parámetros, entre los que no se encuentra: Tipo de artículo publicado
- ¿Cuál de las siguientes opciones es una de las aplicaciones más completas que existen para la gestión de redes sociales? Hootsuite
- ResearchGate es una excelente herramienta para los siguientes fines, excepto: Crear grupos de trabajo colaborativo
- ¿Qué supone disponer de un perfil en LinkedIn? Aparecer en los primeros resultados de una búsqueda de Google
- ORCID es por tanto un identificador que dota a cada autor de un código permanente e inequívoco formado por: 16 dígitos
- Antes de empezar a publicar en una Red Social es importante conocer las siguientes premisas, excepto: Estimar el número posible de seguidores a conseguir
- ¿En qué año surgió ORCID? 2009
- ¿Qué herramienta nos muestra una selección de contenidos de interés en función de nuestro perfil en la red profesional? LinkedIn Plus
- Por defecto, salvo que se indique lo contrario, cualquier publicación electrónica (publicación, imagen, audio, video) está sujeta a una licencia de tipo: Copyright
- Twitter se suele utilizar por los profesionales sanitarios para los siguientes fines, excepto: seguir anuncios publicitarios mediante hashtag
- ¿Para qué son útiles los identificadores académicos? Para monitorizar y conocer el valor que tiene nuestro perfil investigador digital
- Si queremos contactar con pacientes, entonces nuestra identidad digital debe centrarse en: Mostrar nuestra experiencia y el valor que podemos aportar como profesionales, en aquellas redes y espacios digitales por los que transitan los pacientes
- ¿Cuál de las siguientes opciones no es una herramienta que nos permite monitorizar lo que dicen de nosotros en las redes sociales? Socialmotion
- Si ya has empezado a entrar en contacto con algunas redes sociales, pero quizás no tengas todavía bien configurada tu privacidad, lo más habitual es que al realizar una búsqueda sobre tu persona como profesional: Aparezcan uno o dos perfiles en redes sociales, pero poco más
- ¿Cuál de las siguientes opciones no es uno de los riesgos a la hora de gestionar la identidad digital? Trabajar la identidad digital

- LinkedIn dispone de muy buenas herramientas para buscar empresas en las que poder trabajar, pudiendo: Localizar ofertas y contactar con aquellos profesionales que se encarguen de la selección
- ¿Cómo se denominan a las personas más influyentes en un ámbito? Influencers o Key Opinion Leaders
- Se puede ganar visibilidad dentro de un grupo de LinkedIn, de las siguientes maneras, excepto: Siguiendo a más profesionales sanitarios
- LinkedIn no solo es un currículum online sino que va más allá, potenciando sus características de red social y facilitando que gracias a ella: Podemos ampliar fácilmente nuestra red de contactos como profesionales sanitarios
- Si queremos llegar a un público joven, ¿Qué red social podría ser una buena opción? Facebook
- En el caso de personas que tienen una identidad profesional muy fuerte y que suelen tener asociada una buena reputación profesional, lo más habitual es que al realizar una búsqueda sobre tu persona: Aparezcan perfiles sociales, imágenes, aportaciones y publicaciones propias de tipo profesional o videos y noticias dedicadas
- Si eres un profesional sanitario con una presencia digital fuerte, construida a base de aportaciones en distintos medios, lo más habitual es que al realizar una búsqueda sobre tu persona: Aparezcan además de perfiles sociales, imágenes y aportaciones en páginas, foros y alguna noticias
- Si al desarrollar nuestra identidad digital optamos por tener un perfil de baja visibilidad, tendremos que iniciar acciones de tipo: Correctivo
- Las acciones empleadas para darnos a conocer, se denomina: Marketing
- La curación de contenidos no consiste solo en la filtración de información, sino que deberíamos: Añadirles nuestro propio valor, comentándolo o generando debate y conversación sobre ellos
- ¿Para qué sirve la herramienta Klout? Para medir nuestra actividad e impacto de publicaciones en redes sociales
- Respecto a la presencia en resultados de un buscador es cierto que: Si aparecen publicaciones propias de tipo profesional o videos y noticias dedicadas es algo propio de personas con una fuerte identidad digital
- ORCID es una organización sin ánimo de lucro que permite a los investigadores (señale la incorrecta): Mejorar la forma en que elaboran sus trabajos científicos

- ¿Cuál de los siguientes no es un paso a la hora de establecer nuestra identidad digital? No establecer medidas correctoras y de mejora continúa
- Sobre las notificaciones en LinkedIn, señale la incorrecta: LinkedIn no permite que nadie nos invite a participar en grupos
- Sobre la red social LinkedIn es falso que: Es una red cuya característica principal es que otros usuarios incluyen contenidos sobre nuestro currículum
- La producción de contenidos podemos realizarla de muy diferentes formas, aunque los más utilizados en este momento son: Los blogs y páginas web
- Sobre las opciones de privacidad de nuestro perfil en LinkedIn, señale la falsa: Los perfiles son siempre públicos
- Respecto a la presencia en resultados de un buscador es cierto que: Si aparecen publicaciones propias de tipo profesional o videos y noticias dedicadas es algo propio de personas con una fuerte identidad digital.
- Sobre las redes sociales en las que tener presencia, señale la falsa: Google Plus es la red social con mayor presencia y que más repercute en nuestra identidad digital
- Una de las siguientes opciones no es un servicio de construcción de identificador académico: Pubmed
- ¿Cómo se denominan los lugares a los que acuden los pacientes en busca de profesionales que trabajen en su ámbito geográfico y que están muy bien posicionados entre los resultados de buscadores? Directorios profesionales
- Una de las siguientes redes sociales no repercute directamente en nuestra identidad digital: Slack
- Respecto a la monitorización social indique la respuesta incorrecta: Las redes sociales no participan de la construcción de la identidad digital
- Una de las siguientes opciones no es correcta sobre el posicionamiento en buscadores: Google ordena los resultados en función de criterios de calidad de la información