

## **Disciplina: Marketing Pessoal**

### **Ementa**

Mercado e carreira: diagnose e prospecção. Você como protagonista: criando e desenvolvendo a sua marca. Network: desenvolvimento e manutenção. Postura e aparência. Administração do tempo. O falar em público. Participação em reuniões. Elaboração de projetos e relatórios. O planejamento da carreira. Curriculum vitae. Entrevista de seleção profissional. Elaboração de projeto de desenvolvimento profissional.

### **Competências / Habilidades**

Identificar e aplicar as estratégias de marketing pessoal de modo a auxiliar no planejamento da carreira, no desenvolvimento da própria imagem profissional e na ampliação do potencial de empregabilidade.

Tornar-se apto quanto à adequada postura/comportamento frente às situações de mercado: entrevista de seleção, elaboração de projetos, pontualidade, comprometimento, concorrência, ética.

Minimizar aspectos negativos quanto à imagem profissional.

Reconhecer necessidade de treinamento para desenvolvimento e atualizações de habilidades necessárias para a manutenção no mercado.

### **Bibliografia Básica**

BOLLES, Richard N. Como conseguir um emprego e descobrir sua profissão ideal: qual a cor do seu pára-quadras?. 6.ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

BORDIN FILHO, Sady. Marketing pessoal: 100 dicas para valorizar sua imagem. Rio de Janeiro: Record, 2002.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Plano de carreira foco no indivíduo: como elaborar e aplicar para ser um profissional de sucesso: no indivíduo: como elaborar e aplicar para ser um profissional de sucesso. São Paulo: Atlas, 2009. 211 p.

### **Bibliografia Complementar**

BOOG, G. G. **Faça a diferença**: Como construir sua competência pessoal e transformar seus potenciais em realidade. São Paulo: Infinito, 2000.

GRION, L. **Etiqueta e marketing pessoal**. São Paulo: Madras, 2008.

LAURINDO, M. **Marketing pessoal e o novo comportamento profissional**. 3.ed. São Paulo: Altana, 2004.

MILIONI, B. **Carreira profissional vencedora**: planejando o desenvolvimento, escapando das armadilhas organizacionais, fazendo o próprio marketing. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.

SCHEIN, E. H. **Identidade profissional**: como ajustar suas inclinações as suas opções de trabalho. 3. ed. São Paulo: Nobel, 1996.