FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E ATUÁRIA
PROGRAMA DE ENSINO

Curso: Administração de Empresas **Ano:** 2024 (1º semestre)

Disciplina: Marketing Pessoal - você importa! **Código: OPTATIVA – 3ª feira**

Créditos: 3 **Carga Horária:** 54 H/A

EMENTA

Marketing Pessoal é, indiscutivelmente, uma ferramenta essencial para o profissional pós-moderno, como autopromoção, apresentando ao mercado suas qualidades e competências, demonstrando-se um empreendedor atuante, criativo, ousado e gestor de inovações em cada uma de suas atividades. É necessário saber quem você é e aonde você quer chegar, cuidando para que sua marca pessoal seja valorizada cada vez mais pelo mercado.

OBJETIVO

A disciplina objetiva apresentar e promover o desenvolvimento das habilidades pessoais de liderança através da análise dos comportamentos, pensamentos e sentimentos fundamentais elevando o profissional ao seu melhor desempenho, ressaltando seus valores, atributos e diferenciais, posicionando-o melhor no mercado altamente competitivo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. O conceito de Marketing e Marketing Pessoal: fundamento e conceito
2. Ambiente do Marketing Pessoal
3. Marketing Produto X Marketing Pessoal
4. Marketing Mix relacionado a pessoa
5. O ciclo de vida do produto pessoa.
6. A inteligência emocional na liderança
7. A Neurociência influência o Marketing Pessoal
8. Personal Branding e seus canais de comunicação
9. Estratégia de Comunicação do Personal Branding

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BORDIN FILHO, Sady Maria. Marketing Pessoal: Dez etapas para o sucesso! 1. Ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2013

MELO, Rodrigo Pessoa. Desenvolva sua Inteligência emocional. Rio de Janeiro: Bibliomundi, 2022.

RIZZO, Claudio. Marketing Pessoal no contexto Pós-Moderno. 4ª ed.. São Paulo: Trevisan, 2017.

PERSONA, Mário. Marketing Pessoal, abr/2010. Disponível em: <http://mariopersona.com.br/entrevista-marketing-pessoal-revistaes.html>.

COMPLEMENTAR

CORTEZ, Eduardo Vieira. A magia do marketing pessoal - o segredo das pessoas bem-sucedidas. São Paulo: Alaúde Editorial, 2004.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson Universidades, 2019.

RITOSSA, Claudia Monica. Marketing Pessoal - quando o produto é você. 1ª ed. Curitiba, 2009.

METODOLOGIA

Metodologias Ativas, sala de aula invertida, trabalhos em grupo, seminários, leitura de textos.
Recursos Tecnológicos Plataforma TEAMS, e vídeos.

AVALIAÇÃO

Participação em sala e palestras
Relatório final e apresentação dos trabalhos
Exercícios
Leitura de textos