

Plano de Ensino

Período Letivo: 2021B

Grupo: 70D - CURSOS ESPECIAIS

Disciplina: 6773 - MARKETING PESSOAL

Ementa

Conhecendo o marketing pessoal. O marketing pessoal e o processo de comunicação, ferramentas do marketing pessoal, marketing é também manter o foco. Personalidades e valores.

Bibliografia Básica

Referência	Biblioteca Online
MARKETING pessoal e empregabilidade do planejamento de carreira ao networking. São Paulo 2014	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788536517872
CILETTI, Dorene. Marketing pessoal estratégias para os desafios atuais. 2. São Paulo 2017	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522127306
RIZZO, Claudio. Marketing pessoal no contexto pós-moderno. 4. São Paulo 2017	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788595450110

Bibliografia Complementar

Referência	Biblioteca Online/Acervo Externo
RITOSSA, Cláudia Mônica. Marketing Pessoal: quando o produto é você.	Biblioteca Universitária
NEUBURGER, Rahild. O Grande Livro das Melhores Estratégias para sua Carreira: gerenciamento de conflitos, competência gerencial, networking, marketing pessoal.	Biblioteca Universitária http://ucdb.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788578388003
MCKENNA, Regis. Marketing de relacionamento. São Paulo: Publifolha, 1999. 254 p. ISBN 8574021431 - Publifolha.	-
ORGANIZADOR ALTAIR JOSÉ DA SILVA. Gestão de desempenho, treinamento e desenvolvimento pessoal. Pearson 124 ISBN 9788543014753.	Biblioteca Universitária http://ucdb.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788543014753
LIMA, Frederico O.; TEIXEIRA, Paulo C. Direcionamento estratégico e gestão de pessoas nas organizações. São Paulo: Atlas, 2000. 156 p. ISBN 852242433-0.	-

Objetivos

Este material tem como objetivo principal esclarecer os conceitos relacionados ao Marketing Pessoal e como o mesmo pode ser utilizado de maneira positiva para o desenvolvimento das pessoas nas organizações, além de fornecer um conteúdo atualizado para que todo profissional tenha destaque no mercado de trabalho.

OBJETIVO DA UNIDADE 1: Descrever conceitos de marketing. Apresentar o que é o marketing pessoal. Relacionar os conceitos de marketing com marketing pessoal. Evidenciar a importância do marketing pessoal para a formação profissional.

OBJETIVO DA UNIDADE 2: Destacar o processo de comunicação e sua importância dentro da teoria do marketing pessoal, suas principais características e implicações organizacionais durante os processos. Descrever quais são os tipos de comunicação existentes e relações com o marketing pessoal. Apresentar os conceitos de comunicação organizacional.

OBJETIVO DA UNIDADE 3: Conceituar networking e sua relação com o marketing pessoal. Apresentar as ferramentas do marketing pessoal. Demonstrar a importância e uso correto das ferramentas de marketing pessoal e como elas devem ser usadas para melhor obter resultados na vida profissional.

OBJETIVO DA UNIDADE 4: Discorrer sobre a importância de se ter e manter foco e sua relação com o marketing pessoal. Destacar como deve ocorrer o foco na organização. Apresentar as síndromes que afetam as pessoas nas organizações.

OBJETIVO DA UNIDADE 5: Conceituar personalidade e valores, relatando como essas duas teorias estão ligadas às maneiras de agir das pessoas. Destacar qual a relação existente entre a personalidade das pessoas e seus valores com o marketing pessoal.

Conteúdo Programático

UNIDADE 1 - CONHECENDO O MARKETING PESSOAL

- 1.1 Conceitos de marketing
- 1.2 O que é o marketing pessoal?

UNIDADE 2 - O MARKETING PESSOAL E O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

- 2.1 Histórico da comunicação
- 2.2 Componentes de um processo de comunicação
- 2.3 Direção da comunicação
- 2.4 Tipos de comunicação
- 2.5 Comunicação Interpessoal
- 2.6 Comunicação Organizacional
- 2.7 Escolha do canal de comunicação
- 2.8 Barreiras para a comunicação eficaz

UNIDADE 3 - FERRAMENTAS DO MARKETING PESSOAL

- 3.1 A construção do networking
- 3.2 O cartão de visitas
- 3.3 Preparando o currículo
- 3.4 A entrevista de seleção

UNIDADE 4 - MARKETING PESSOAL É TAMBÉM MANTER O FOCO

- 4.1 A Importância do foco
- 4.2 Foco nas organizações
- 4.3 Foco no caos

UNIDADE 5 - PERSONALIDADE E VALORES

- 5.1 Personalidade
- 5.2 Valores

Instrumentos e Critérios de Avaliação

Para compor a Média Semestral da disciplina, leva-se em conta o desempenho atingido na avaliação formativa e na avaliação somativa, isto é, as notas alcançadas nas diferentes atividades virtuais e na(s) prova(s), da seguinte forma: Somatória das notas recebidas nas atividades virtuais, somada à nota da prova, dividido por 2. Caso a disciplina possua mais de uma prova, será considerada a média entre as provas.

Média Semestral: Somatória (Atividades Virtuais) + Média (Provas) / 2. Assim, se um aluno tirar 7 nas atividades e 5 na prova: $MS = (7 + 5) / 2 = 6$.

Antes do lançamento desta nota final, será divulgada a média de cada aluno, dando a oportunidade de que os alunos que não tenham atingido média igual ou superior a 7,0 possam fazer a Recuperação das Atividades Virtuais.

Se a Média Semestral for igual ou superior a 4,0 e inferior a 7,0, o aluno ainda poderá fazer o Exame Final. A média entre a nota do Exame Final e a Média Semestral deverá ser igual ou superior a 5,0 para considerar o aluno aprovado na disciplina. Assim, se um aluno tirar 6 na Média Semestral e tiver 5 no Exame Final: $MF = (6 + 5) / 2 = 5,5$ (Aprovado).