

MARKETING PESSOAL E ETIQUETA

Ementa

Definição de marketing pessoal. Valorização da imagem. Qualidade profissional e adoção de comportamentos de excelência. Regras básicas de etiqueta em ambientes formais. Desenvolver a autoconfiança, competência e credibilidade nos negócios. Conduta e ética. Entrando no mercado de trabalho. Comunicação visual, verbal e escrita.

Plano de Aula

1. O marketing pessoal e a comunicação no ambiente corporativo
2. Valorização da própria imagem profissional
3. Regras de etiqueta no mundo corporativo
4. Mercado de trabalho
5. Comunicação oral e escrita em contextos formais

Bibliografia

BENDER, Arthur. Personal branding: Construindo sua marca pessoal. 8. ed. São Paulo: Integrare, 2009. CILETTI, Dorene. Marketing pessoal: Estratégias para os desafios atuais. São Paulo: Cengage Learning, 2017. BIDART, Lucia de Biase. Marketing pessoal: Manual prático. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 2006. ANDERSON, Chris. TED Talks: o guia oficial do TED para falar em público. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2016. ARAÚJO, Maria Aparecida A. Etiqueta empresarial. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004. COBRA, Rubem Q. Boas maneiras, etiqueta e cerimonial: suas definições e seu lugar na filosofia. Brasília: Valci, 2002. RITOSSA, Claudia M. Marketing pessoal. Tópicos especiais em marketing. Curitiba: Contexto, 2015. KOTLER, Philip. Administração de marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.