

MARKETING PESSOAL E ETIQUETA

DisciplinalID - 101446

Descrição da disciplina e código do produto

MARKETING PESSOAL E ETIQUETA - (ID 60230)

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.

Conteúdo programático

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 básica

- 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.