



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Tecnológico
Departamento de Engenharia do Conhecimento

PROGRAMA DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO

Disciplina: EGC 5036 – Marketing Pessoal e Empreendedorismo

Carga Horária: 36 h/a

Horas-aulas Semanais Teóricas: 36 horas

Horas-aulas Semanais Práticas: 0 horas

Oferta: Optativa para o Curso Superior de Tecnologia em Ciência de Dados

Pré-Requisitos: não há

EMENTA:

Novas estratégias de Marketing. O profissional de sistemas de informação. Comportamento e relações humanas. Comunicação. Marketing pessoal para o profissional de sistemas de informação.

2. OBJETIVOS:

2.1. Objetivo geral

Aplicar os elementos fundamentais do marketing pessoal para o êxito profissional levando-se em consideração a prática da gestão de ferramentas de comunicação e mídias sociais.

2.2. Objetivos específicos

- Capacitar o aluno a perceber as diferenças entre Sociedade Industrial e do Conhecimento identificando a importância da gestão do marketing pessoal;
- Discutir os desafios do empreendedor e profissional de carreira organizacional quanto à construção da imagem e da presença no mercado competitivo;
- Apreender a natureza, os desafios e oportunidades que envolvem a gestão da imagem do profissional da informação na gestão do Marketing Pessoal e Profissional;
- Conhecer os conceitos e estratégias fundamentais do Marketing Pessoal do empreendedor e profissional de carreira em organizações;
- Compreender as teorias do comportamento e relações humanas;
- Aplicar os princípios de formação de Imagem e identidade do profissional.

2.3. Conteúdo programático

- Dinâmicas de Network e netweaver;
- Conceitos Basilares sobre Marketing Pessoal;
- PLANEJAMENTO. Missão. Sentido. Propósito. Estrutura de um Plano de Marketing Pessoal;
- PUBLICO ALVO. Interesses e definição de persona;
- STORYTELLING. Conceitos basilares. Técnica da história do herói;
- Desenho da Rede de Relacionamentos;
- 2P2R, o Plano de Presença na Rede de Relacionamentos;
- Plano de Marketing Pessoa;
- Elaboração do Relatório de Marketing Pessoal.

3. BIBLIOGRAFIA

As bibliografias obrigatórias estarão em pasta compartilhada na plataforma Moodle ou por acesso livre na internet. Caso não seja possível o acesso, esta será substituída por outra de igual valor para o desenvolvimento da aprendizagem.

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros**: vivendo e aprendendo com grandes nomes. 5. ed. Rio de Janeiro: Negócio, 2004. 246 p. ISBN 8586014516.

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros II**: a experiência e as lições de quem faz acontecer. Rio de Janeiro: Negócio, 2004. 169 p. ISBN 8575890182.

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8 Ps do marketing digital**: o guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2011. 904 p. ISBN 9788575222751.

4. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

VEIGA, Jean Pierre Silva da. **Como se colocar no mercado de trabalho**: marketing pessoal. Porto Alegre: Ed. do Autor, 2000. 114 p. ISBN 9788590121213.

BORDIN FILHO, Sady. **Marketing pessoal**: 100 dicas para valorizar sua imagem. 9. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro, Record, 2004. 159 p.

FASCIONI, Lúcia. **Atitude profissional**: dicas para quem está começando. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2009. 151 p. ISBN 9788573938494.

OGDEN, Michael; DAY, Chris. **100 coisas para fazer (antes de morrer)**: um guia com histórias reais de experiências transformadoras, para inspirar você a realizar seus sonhos. São Paulo: Melhoramentos, 2006. Xiv, 197 P ISBN 8506047552.

ORTIGARA, Anacleto Ângelo. **A cabeça do empreendedor**: o pensamento do fundador de uma empresa de sucesso. Florianópolis: Insular, 2008. 285 p. ISBN 9788574744001.