



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS  
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO**

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE FORMAÇÃO CONTINUADA  
COMUNICAÇÃO E MARKETING PESSOAL:  
AUTOPROMOÇÃO PROFISSIONAL E PROCESSOS ELETIVOS<sup>1</sup>**

**Modalidade EaD**

**Arcos - MG**

**Outubro 2021**

---

<sup>1</sup> Formação relacionada ao seguinte curso do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (CNCT): Técnico em Marketing.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**  
**INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS**  
**PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO**

**Reitor:** Kléber Gonçalves Glória  
**Pró-Reitor de Extensão:** Carlos Bernardes Rosa Júnior  
**Diretor do campus:** Charles Martins Diniz  
**Coordenador do curso:** Viviane Lima Martins

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE FORMAÇÃO CONTINUADA**  
**COMUNICAÇÃO E MARKETING PESSOAL:**  
**AUTOPROMOÇÃO PROFISSIONAL E PROCESSOS ELETIVOS**

**Modalidade EaD**

Projeto Pedagógico do curso “Comunicação e Marketing Pessoal: autopromoção profissional e processos eletivos”, submetido ao Setor de Extensão do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais, como requisito parcial para a aprovação de Curso de Formação Continuada.

**Arcos - MG**  
**Outubro 2021**

## Sumário

1. Dados institucionais
2. Dados gerais do curso
3. Justificativa
4. Objetivos do curso
5. Público-alvo
6. Pré-requisitos e mecanismos de acesso ao curso
7. Matriz curricular
8. Procedimentos didático-metodológicos
9. Descrição dos principais instrumentos de avaliação
10. Definição dos mínimos de frequência e/ou aproveitamento da aprendizagem para fins de aprovação/certificação
11. Infraestrutura física e equipamentos
12. Referências

Anexo I – Plano de Ensino

## 1. Dados Institucionais

Razão Social	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – IFMG
CNPJ	10.626.896/0001-72
Esfera Administrativa	Federal
Endereço	Av. Juscelino Kubitscheck, 485 - Distrito Industrial II, Arcos - MG, 35588-000
Telefone/Fax	(37)3351-5173
Site da instituição	www.ifmg.edu.br/arcos

## 2. Dados Gerais do Curso

Nome do curso	Comunicação e Marketing Pessoal: autopromoção profissional e processos eletivos
Área temática (conforme FORPROEXT)	Comunicação
Atuação relacionada à seguinte Classificação Brasileira de Ocupações (CBO)	- Especialista de comunicação em relações públicas CBO 1423-25; - Diretor de marketing CBO 1233-10; - Analista de marketing CBO 1423-35.
Número de vagas por turma	Fluxo contínuo
Periodicidade das aulas	Semanal
Carga horária	40h
Modalidade da oferta	A distância
Local das aulas	Ambiente Virtual de Aprendizagem
Coordenador do curso / demais docentes	Viviane Lima Martins <a href="mailto:Viviane.martins@ifmg.edu.br">Viviane.martins@ifmg.edu.br</a> Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC SP); Especialista em Língua Portuguesa – Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP); Graduada em Letras – Universidade de São Paulo (USP).  George Henrique S. de Paula Lima <a href="mailto:George_mkt@hotmail.com">George_mkt@hotmail.com</a> Especialista em Marketing – Universidade Brás Cubas (UNIBRAS), Graduado em Administração e Marketing – Faculdade Metropolitana de Santos (UNIMES), Professor Formador SEBRAE.

### **3. Justificativa**

A boa comunicação e o marketing pessoal são fundamentais para o desenvolvimento de toda carreira profissional. Do pequeno padeiro ao megaempresário, do conselheiro tutelar de uma cidadezinha de interior ao presidente de um grande país, todos precisam saber como se autopromover para terem sucesso.

A utilização de técnicas de autopromoção ajuda o indivíduo a ascender na carreira empresarial, assim como em carreiras públicas, sobretudo em se tratando de postos ocupados através de processos eletivos, como: conselhos, coordenações, cargos de direção, presidências de agremiações, dentre outros.

A autopromoção é uma das estratégias que compõem o marketing pessoal. Saber mostrar e transmitir as habilidades e o valor que você pode agregar ao ocupar um cargo eletivo é muito importante para seu desenvolvimento em qualquer área de atuação. Além disso, é um processo de avaliação constante de si mesmo, com análises de suas próprias habilidades, o que você faz, gerenciando suas potencialidades para o desenvolvimento próprio.

Neste curso trabalharemos os conceitos de marketing pessoal e suas técnicas de forma teórica e prática, através de fóruns e atividades de reflexão, com a finalidade de desenvolver autoconfiança e estratégias para transmitir uma imagem positiva e verdadeira de si mesmo no meio profissional.

### **4. Objetivos do curso**

O curso tem como objetivo geral mostrar a importância que a comunicação e a autopromoção da imagem proporcionam para o sucesso em carreiras profissionais e para concorrência em cargos eletivos, assim como mostrar de forma prática como treinar as habilidades necessárias para estes propósitos.

Como objetivos específicos, pretende-se:

- Conscientizar sobre a importância da boa comunicação e da autopromoção como via de reconhecimento no meio.
- Demonstrar como o Marketing Pessoal pode ser utilizado de formas instintivas e intencionais.
- Trabalhar a autoconfiança dos alunos, com atividades de reflexão para aprimoramento das habilidades necessárias.

### **5. Público-alvo**

Como público-alvo o curso busca atender interessados com ensino médio completo, que pretendam melhorar e promover uma boa imagem pessoal no mercado de trabalho, ou que desejam ocupar cargos através de processos eletivos.

### **6. Pré-requisitos e mecanismos de acesso ao curso**

Para o curso, em termos de seleção, o pré-requisito é ter o Ensino Médio completo.

## 7. Matriz curricular

Componentes Curriculares	
1ª Semana – 10 horas	1. A importância da comunicação e do marketing pessoal. 2. Contextualização e conceitos.
2ª Semana – 10 horas	3. Autopromoção, Networking e Gestão de Carreira.
3ª Semana – 10 horas	4. Autopromoção voltada para Processos Eletivos.
4ª Semana – 10 horas	5. O papel das mídias digitais na comunicação e no Marketing para autopromoção.

## 8. Procedimentos didático-metodológicos

Através do uso da plataforma Moodle, enquanto Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), será disponibilizado em módulos semanais, os conceitos acerca dos conceitos propostos na matriz curricular do curso. Além da teoria conceitual sobre estratégias de marketing pessoal, serão disponibilizadas atividades para acompanhamento do aprendizado através exercícios de fixação, fórum de discussão entre os cursistas e sugestões de leitura complementar.

## 9. Descrição dos principais instrumentos de avaliação

Como forma de avaliação, serão propostas atividades em forma de questionários diversos, além da participação nos fóruns.

## 10. Definição dos mínimos de frequência e/ou aproveitamento da aprendizagem para fins de aprovação/certificação

A frequência mínima para aprovação será de 75% do número de dias úteis do curso (4 semanas, 5 dias úteis por semana).

Para fins de certificação, o discente além de manter a frequência mínima exigida deverá obter rendimento global mínimo de 70%. O rendimento global será calculado pela média aritmética simples dos aproveitamentos de cada um dos módulos.

## 11. Infraestrutura física e equipamentos

O Instituto Federal de Minas Gerais, em seus variados *campi*, possui estúdios de EaD equipados com modernos sistemas de captação de vídeo e áudio, sistemas de iluminação e

sistema de isolamento acústica.

Além disso, possui equipe técnica multidisciplinar que atua na definição de políticas e padrões para o ensino a distância, acompanhando as etapas de pré-produção, produção e pós-produção.

As videoaulas ficam armazenadas em uma plataforma de streaming e as salas virtuais em servidores dedicados na reitoria da instituição, constantemente acompanhados por técnicos especializados.

## **12. Referências**

- KOTLER, Philip. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- KUNTZ, Ronald. A. Marketing político: manual de campanha eleitoral. 11ª ed. São Paulo: Global, 2016.
- RITOSSA, Claudia Monica. Marketing pessoal: quando o produto é você. Curitiba: Ibpx, 2009.
- YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de marketing e comunicação: Avanços e Aplicações. São Paulo: Saraiva, 2012.

## Anexo I – Plano de Ensino

<b>NOME DO CURSO:</b>		
<b>Comunicação e Marketing Pessoal: autopromoção profissional e processos eletivos</b>		
<b>CH teórica:</b> 30 h	<b>CH prática:</b> 10 h	<b>CH total:</b> 40h
<b>Ementa:</b> A importância da comunicação e do marketing pessoal. Contextualização e conceitos. Autopromoção, Networking e Gestão de Carreira. Autopromoção voltada para Processos Eletivos. O papel das mídias digitais na comunicação e no marketing para autopromoção.		
<b>Objetivos gerais:</b> Mostrar a importância que a comunicação e a autopromoção da imagem proporcionam para o sucesso em carreiras profissionais e para concorrência em cargos eletivos, assim como mostrar de forma prática como treinar as habilidades necessárias para estes propósitos.		
<b>Objetivos específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conscientizar sobre a importância da boa comunicação e da autopromoção como via de reconhecimento no meio.</li><li>• Demonstrar como o Marketing Pessoal pode ser utilizado de formas instintivas e intencionais.</li><li>• Trabalhar a autoconfiança dos alunos, com atividades de reflexão para aprimoramento das habilidades necessárias.</li></ul>		
<b>Bibliografia Básica:</b> <p>KOTLER, Philip. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.</p> <p>RITOSSA, Claudia Monica. Marketing pessoal: quando o produto é você. Curitiba: Ibpex, 2009.</p> <p>YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de marketing e comunicação: Avanços e Aplicações. São Paulo: Saraiva, 2012.</p>		
<b>Bibliografia Complementar:</b> <p>KUNTZ, Ronald. A. Marketing político: manual de campanha eleitoral. 11ª ed. São Paulo: Global, 2016.</p>		