



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A MARCA E O CONSUMIDOR

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2022

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
A MARCA E O CONSUMIDOR

MÓDULO GESTÃO DA MARCA

GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

ESTUDANTE:

Paulo Sérgio Felipe Jr, RA 1012021200025

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2022

SUMÁRIO

3.1 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA	3
3.1.1 CONSTRUINDO SUA MARCA	3
3.1.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	3
REFERÊNCIAS	5
ANEXOS	6

3.1 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA

A Formação para a Vida é um dos eixos do Projeto Pedagógico de Formação por Competências da UNIFEQB.

Esta parte do Projeto Integrado está diretamente relacionada com a extensão universitária, ou seja, o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

3.1.1 CONSTRUINDO SUA MARCA

- **Tópico 1:** Marca pessoal

Sabemos o que significa marca, todos podemos identificar um produto e seu criador quando o vemos na televisão ou nas redes sociais. A marca pessoal é exatamente a mesma, mas é levada ao terreno específico do perfil profissional. Devemos estar cientes de que nossa marca está registrada desde que nascemos. Então, poderíamos dizer que a marca pessoal é o nosso caminho. Tudo o que faz de você quem você é e que é reconhecido ou “desconhecido” na área que atua.

A marca pessoal é a marca que deixamos nos outros e a memória que eles têm de nós. Sempre que intervimos em uma situação específica, deixamos um rastro. Embora essa trilha seja percebida da maneira que houver pessoas presentes, podemos trabalhar nela e abordá-la de uma maneira que nos beneficie.

- **Tópico 2:** Vitrine pessoal

Quando o assunto é visual merchandising, a conhecida frase de que “nada se cria, tudo se copia”, é muito utilizada por aqui, mas para profissionais mais conceituados, pode soar uma teoria conveniente e mediana). A culpa pode estar em

como esta área é vista aqui. “A área de visual merchandising é interpretada de forma distorcida no Brasil.

Essa comunicação é uma necessidade e não apenas uma alternativa. “O ponto de venda é uma mídia expressiva que influencia a venda do produto e passa a mensagem da marca naquele momento”.

- **Tópico 3: Networking**

Networking é a ação de trabalhar sua rede de contatos, trocando informações relevantes com base na colaboração e ajuda mútua.

Essa ação inclui diferentes atividades voltadas à carreira e negócios, através da manutenção de relacionamentos interpessoais produtivos.

Networking serve para construir e estreitar relacionamentos, auxiliando e obtendo suporte para uma série de demandas. Afinal, a rede dispõe de informações e acessos que podem ajudar a encontrar vagas de trabalho, conseguir uma promoção, contatar e convencer investidores e clientes em potencial.

Em tempos de internet, bastam alguns cliques para se conectar com um universo de profissionais e empresas, por isso, é preciso fazer diferente e se destacar. Investir em networking é uma solução inteligente nesse contexto, pois atrai a atenção sem deixar o profissionalismo de lado.

- **Tópico 4: Redes sociais profissionais**

Como o objetivo das redes sociais é aumentar o número de contatos, os “amigos dos seus amigos” podem se tornar “seus amigos” também. Por meio destas conexões, as possibilidades de acesso a outras pessoas são infinitas, assim como as oportunidades de negócios e carreira.

É importante que o perfil esteja bem configurado e com informações relevantes para transmitir credibilidade.

O LinkedIn é a rede social focada em profissionais mais famosa da atualidade. Mas, não basta apenas criar uma conta e preencher algumas informações. Para criar um perfil interessante é necessário dar atenção aos detalhes.

Informando corretamente quais são suas qualificações, quais idiomas domina, os cursos que concluiu ou está cursando, projetos que realizou, publicações (caso tenha relação com sua área de interesse), Aplicando estes ajustes, você destacará seu perfil entre tantos que existem nas redes sociais, pois demonstrará todo o seu potencial e transmitirá credibilidade aos seus contatos.

3.1.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Depois de estudar e analisar o Personal Branding foram escolhidas algumas características fundamentais para ter uma marca de sucesso.

- **Invista em autoconhecimento.**
- **Saiba como as pessoas te enxergam.**
- **Remova conteúdos prejudiciais.**
- **Conheça seu público-alvo.**
- **Defina quem você é e sua marca pessoal.**
- **Trace uma estratégia digital.**
- **Escolha bem seus canais de comunicação.**

Segue em mais detalhes as características no anexo:

REFERÊNCIAS

RHAcademy. **O que é marca pessoal e como construir a sua.** Disponível em em:

<[Napratca. **Networking.** Disponível em:](https://www.rhacademy.com.br/2021/06/13/marca-pessoal-o-que-e-e-como-construir-a-sua/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20uma%20marca,coisas%20que%20associam%20a%20n%C3%B3s.> Acesso em: 18/04/2022</p></div><div data-bbox=)

<[## ANEXOS](https://www.napratca.org.br/networking/> Acesso em: 18/04/2022</p></div><div data-bbox=)

<https://youtu.be/M8GLOqJvBXY>