

Mar del Plata, 25 de septiembre de 2017.-

**RESOLUCIÓN DEL RECTORADO N° 367/17**

**VISTO:**

La nota presentada por el Sr. Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, por la cual solicita la aprobación del curso de extensión denominado *Curso Universitario de Marketing Personal. Cómo hacer de uno una Marca exitosa*”; y

**CONSIDERANDO:**

Que se han expedido la Sra. Secretaria General y el Vicerrector Académico;

Que, en función de lo relacionado precedentemente, la propuesta ha cumplido con los trámites y recaudos internos de contralor y aprobación;

Por ello y en uso de las facultades que le confiere el Estatuto Universitario,

**EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD FASTA  
DE LA FRATERNIDAD DE AGRUPACIONES SANTO TOMAS DE AQUINO**

**RESUELVE:**

**Artículo 1°.-** APROBAR el curso de extensión denominado *Curso Universitario de Marketing Personal. Cómo hacer de uno una Marca exitosa*, bajo la modalidad a distancia, con una duración de 60 horas reloj, de conformidad con la propuesta presentada por el Sr. Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad FASTA, que obra como ANEXO de la presente Resolución.-

**Artículo 2°.-** Dese a conocer, entréguese copia a los interesados y archívese.

  
PROF. MARCELA S. GRECA DE DIACAGLIA  
SECRETARIA GENERAL  
UNIVERSIDAD FASTA



  
DR. JUAN CARLOS MENA  
RECTOR  
UNIVERSIDAD FASTA

---

**ANEXO I**

**Curso de Extensión: Curso Universitario de Marketing Personal.**

**Cómo hacer de uno una Marca exitosa**

**Objetivos y Justificación.**

El Marketing Personal es la rama del marketing que toma elementos de la psicología, la gestión de empresas, la comunicación, la programación Neurolingüística (PNL) y la filosofía, y se dedica a construir y optimizar nuestra marca personal con vistas a conseguir nuestros objetivos previamente establecidos.

Todos nosotros, aunque no conscientes de ello, tenemos una marca que está proyectando un mensaje al mundo acerca de quiénes somos, qué hacemos y cómo lo hacemos.

Gestionar estratégicamente nuestra Marca Personal consiste en tener el control de los procesos que influyen en la manera en que los demás nos perciben.

En este curso te brindaremos herramientas que te permitirán implementar tu propio plan de marketing para alcanzar resultados extraordinarios en términos del desarrollo y crecimiento personal y profesional.

**Destinatarios.**

Profesionales en un área que deseen:

- Posicionar su perfil profesional como referencia dentro de su especialidad.
- Redefinirse como profesional.
- Dar una orientación clara y definida a su plan de carrera.
- Diseñar y gestionar de manera estratégica su carrera profesional.
- Dominar herramientas de búsqueda laboral.
- Relanzar su carrera.

Sea cual sea su situación profesional, siempre es necesario que su proyecto esté guiado, planificado y gestionado de manera correcta si usted quiere asegurar el éxito en lo que emprenda.

**Programa y contenidos mínimos**

---

• **Módulo 1: HERRAMIENTAS DEL MARKETING. PRINCIPIOS DEL MARKETING Y MARCA PERSONAL**

Marketing. Conceptos básicos. Principios. Herramientas. Marketing personal.

Marca Personal. Concepto.

La carrera laboral a través del tiempo.

Principios del Marketing Personal.

Qué buscan las Empresas. Qué valoran los empleadores

El proceso de búsqueda.

• **Módulo 2: AUTOCONOCIMIENTO Y AUTOIMAGEN**

Autoimagen. Un método. ¿Conoces tu Marca Personal? Diseña tu vida. ¿Qué te hace diferente?

Análisis FODA

Perfil. Definición. Diseño. Aspectos actitudinales del perfil propio. ¿Con qué herramientas cuenta como profesional para competir en el mercado?

• **Módulo 3: DESARROLLAR Y GESTIONAR MI PROPIA MARCA**

Quien eres. Como te perciben. Que quieres lograr.

Crea tu marca. Crea tu red. Crea contenido. Involúcrate.

Diseña y gestiona tu marca. Posiciónate. Distínguese de los demás.

¿Cómo darte a conocer? ¿Qué valores reflejar en la imagen profesional y como comunicarlos? Ejemplos.

• **Módulo 4: ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR MI PLAN DE MARKETING PERSONAL**

Objetivos, misión y visión. Producto. Oferta profesional.

Posicionamiento.

Canales de comunicación, mensajes y acciones de comunicación.

Plan de acción.

**Metodología y descripción de actividades de aprendizaje**

La metodología de trabajo se apoya en un marco teórico vinculado con ejercicios prácticos para facilitar así la comprensión, el aprendizaje y el desarrollo de competencias.

La parte teórica del curso será desarrollada de manera interactiva a través de espacios generados para la libre discusión, a partir del empleo de diferentes herramientas tics y/o videos para reflexionar los contenidos

presentados: en tanto, la parte práctica contempla la realización de dinámicas y ejercicios de por parte de los alumnos.

El material de trabajo se estructura en base a módulos, éstos se encuentran disponibles las 24 horas del día a través de una plataforma virtual. Asimismo se ofrece atención profesional permanente que responderá las preguntas y dudas que surjan.

### **Bibliografía básica**

1. Marco teórico-conceptual
  - Gestión del Talento Humano. 2002. Idalberto Chiavenato. Editorial Mc Graw Hill. Colombia
  - “Marca Personal”. Andrés Pérez Ortega. Edit. ESIC
  - “Marketing Personal” José M Acosta Vera. Edit. ESIC
  - El meollo del Banding! La Clave del Marketing Mix. Tom Peters. Ed. Nowtilus. 2002.
  - “Marketing Personal”. José M. Acosta Vera. ESIC Editorial Madrid. 2006.
  - “Construyendo la Propia Marca: Marketing Personal para un Profesional”. Manuel Shneer. Ed. Granica, 2003.

### **Evaluación de los aprendizajes**

Se establecerá como requisito final de cursado que el alumno apruebe la presentación de un trabajo práctico final acerca de un plan de marketing personal.