



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR
DIRECÇÃO-GERAL DO ENSINO SUPERIOR
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

Gestão de Comércio e Serviços
SEMINÁRIO
2005-2006

Regime: Semestral

Ano/Semestre: 4.º ano/2.º semestre

Carga Horária Semanal: 3P

Docente: Eq. Assist. do 1.º Triénio Ana Luísa Fernambuco

OBJECTIVOS

Considerando a valorização progressiva que a sociedade actual, em geral, e o mundo do trabalho, em particular, dá à imagem pessoal e à forma como esta é gerida pelos indivíduos, torna-se importante intervir a este nível. Este seminário destina-se a estudantes do 4º ano que se aproximam do momento de integração no mundo do trabalho, sendo possibilitada a participação de estudantes de outros anos que estejam interessados em desenvolver as suas estratégias a este nível.

- Promover o auto-conhecimento de competências pessoais e profissionais;
- Identificar as diferentes componentes da imagem pessoal e respectiva influência no relacionamento com os outros;
- Promover competências de comunicação verbal e não-verbal;
- Desenvolver a criatividade na gestão da imagem pessoal;
- Abordar e desenvolver aspectos importantes na realização de apresentações em público, nomeadamente de carácter empresarial;
- Desenvolvimento de apresentações em público, a partir da elaboração de plano de negócios.

PROGRAMA

1. MARKETING PESSOAL

- 1.1. Competências pessoais e profissionais;
- 1.2. Imagem pessoal e relacionamento com os outros;
- 1.3. Comunicação verbal e não-verbal;
- 1.4. A criatividade na gestão da imagem pessoal;
- 1.5. Apresentações em público (em sala e/ou actividades práticas do curso de GCS);

2. REALIZAÇÃO DE PROJECTO

- 2.1. Concepção, elaboração e apresentação de um plano de negócios.
- 2.2. Definição dos diferentes conteúdos de um plano de negócios;
- 2.3. Análise da viabilidade e credibilidade de um plano de negócios.

AVALIAÇÃO

Os alunos deverão dominar a temática sob o ponto de vista teórico e prático, aplicando as aprendizagens conceptuais através da elaboração de um projecto empresarial real, apresentado publicamente aos docentes e discentes do curso. Este momento será gravado em vídeo de forma a ser visualizado e analisado com em grupo, constituindo desta forma o momento de auto e hetero-avaliação e determina a nota final, em conjunto com a entrega do referido projecto por escrito.

Será ainda tido em consideração a participação na organização/execução de outras actividades de divulgação do Departamento de Gestão de Comércio e Serviços, a realizar no decurso do segundo semestre do ano lectivo.

BIBLIOGRAFIA

A bibliografia aqui apresentada, será completada nas aulas, ao longo do ano, com outras obras de referência e artigos.

DIONÍSIO, Pedro et al. (2000), Mercator – Teoria e Prática do Marketing, Lisboa, Publicações Dom Quixote

FACHADA, M.Odete (1998), Psicologia das relações interpessoais, Lisboa, 2ª edição, Rumo

GOFFMAN, Erving (1993), A apresentação do Eu na vida de todos os dias, Lisboa, Relógio d'Água

GONÇALVES, Roger (1998), Marketing Pessoal, São Paulo, Press/Sucesso Consultoria

HILL, Sam e Glenn Rifkin (1999), Marketing Radical. Lisboa, Presença

JOHNSON, Spencer, (2001), Quem Mexeu no meu Queijo?, Lisboa, Pergaminho

ROGERS, Carl (1984), Tornar-se Pessoa, Lisboa, Moraes Editor

VAYER, Pierre (2000), Psicologia das Actividades Corporais, Lisboa, Instituto Piaget

Setembro de 2005


Ana Fernambuco