



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias Económico
Administrativas**



- 
- **Área Académica: Mercadotecnia**

- **Nombre de la asignatura:
Comportamiento Organizacional**

- **Nombre del tema: Marketing Personal**

- **Catedrático (s): Heidy Cerón Islas, Miguel Leonel Cortes Miranda, Joel Ramírez Ortega, Arlen Cerón Islas**

- **Periodo: Julio Diciembre 2018.**
- 

Objetivo general (de la asignatura):

- Diseñar un ambiente organizacional adecuado a la estructura y estrategia de la entidad económica o social, así como las implicaciones para el desarrollo de una estrategia de cambio hacia la mejora del desempeño institucional, a partir del conocimiento del individuo, el grupo y las estructuras, utilizando estrategias del aprendizaje organizacional y la administración del significado.



Objetivos específicos (tema)

- Reconocer los elementos esenciales del concepto de Marketing Personal.
- Elaborar un concepto propio del marketing personal a partir de material revisado.
- Analizar las características del marketing personal.



Tema: Marketing Personal

- El Marketing Personal se ha convertido en un factor indispensable para lograr el éxito personal y/o profesional, ya que este puede llevar a ser una persona exitosa y/o una persona altamente influyente.
- El Marketing personal es la aplicación de técnicas de comercialización, promoción y en especial difusión como un canal para promocionarse como marca para así destacar frente a la competencia y además, resaltar los valores personales diferenciales.
- Palabras clave: Marketing, marca, personal.



Tema: Personal Marketing

Abstract:

Personal Marketing has become an indispensable factor to achieve personal and / or professional success, as this can lead to being a successful person and / or a highly influential person.

Personal Marketing is the application of marketing techniques, promotion and especially diffusion as a channel to promote as a brand to stand out against the competition and also highlight the personal differential values.

Keywords: Marketing, brand, personal.



Concepto

“Consiste en, a partir de unos objetivos marcados de vida personal y/o profesional, elegir las estrategias y herramientas más adecuadas para conseguir estos objetivos, teniendo en cuenta la realidad de las personas que conviven con nosotros a nivel de relación y en muchas ocasiones en competencia, y todo ello dentro de un entorno cambiante” (Ferre, 2003. p. 27)

Concepto

- “No es apariencia, es imagen y esta se consigue con actitud, demostrando pasión por lo que hacemos, las personas con pasión tienen brillo, son personas que innovan, que crean, son personas que sorprenden.
- El Marketing Personal, básicamente es venderse a sí mismo, mostrando la mejor cara, sin mentiras, conociéndose muy bien y resaltando lo mejor de sí para ser seleccionado.” (Sánchez, 2013)



¿En qué consiste?

Se dedica a observar al ser humano desde su apariencia física, la personalidad, sus metas, las relaciones interpersonales, su diario vivir y a través de la definición de un plan de acción se logra proyectar la imagen que se desea con armonía en el interior, logrando que al sentirte bien consigo mismo sea más rápido el logro de los objetivos y el éxito que se quiere.



La imagen como MKT personal

- La imagen se crea a partir de todos los elementos de comunicación que rodean: cómo se viste, habla, mira, escribe, gesticula y se actúa, es importante mencionar que dicha imagen se construye poco a poco y que lo más importante es que sea natural sin perder de vista los pequeños detalles.



Marca personal

- Hoy en día las personas requieren adquirir “Marcas”, porque ante una incertidumbre es obvio que se acuda a una promesa confiable, lo cual brinda la asociación de un nombre con una excelente reputación; dejando siempre una buena imagen, tomando decisiones, siendo proactivos, asertivos, sinérgicos y asimilando riesgos (Serrano, 2011. p. 55).



Características del mkt personal



Objetivo

Obtener un nuevo empleo , lograr un ascenso, ser un influencer, etc. Las estrategias que usará dependerán mucho de lo que quiere conseguir , concentrarse en un solo objetivo , esto hará que su cambio sea mas llevadero y que no tenga que estar improvisando en el camino.



Imagen

Tiene que tener en cuenta que es lo que quiere proyectar , asegúrese de pulir cada aspecto , su manera de vestir, su estado físico ,su estado emocional, su empatía , su energía y resalte siempre cada aspecto que considere importante.



Público

Defina a quien vas a mostrarte ya que no es igual cambiar su imagen para una entrevista de trabajo que para ser un influencer.



Mensaje

Defienda su posición mostrando lo bueno que es y los muchos aspectos positivos que tiene, además de el valor que pueda aportar.



Ejercicio

- Revisa el video para poder hacer tu propio concepto del mkt personal.

<https://www.youtube.com/watch?v=DfVEVHi-HWw>



Referencias Bibliográficas

- Ferre Trenzano, J. M. (2003). Marketing Personal. Barcelona: Gestión 2000
- Parra, J. 2013. Manual de Marketing Personal. Tesis. Universidad ICESI. Consultado desde <http://www.centroentreparesis.com/doc/libros/Marketing%20Personal.pdf>
- Serrano, H. 2011. Marketing Personal con inteligencia emocional una oportunidad en el Mercado Laboral. Revista Ciencia UNEMI 6. pp. 50 – 61. ISSN: 1390-4272

Sitios Web consultados

- <https://www.tiposdemarketing.net/2018/07/marketing-personal.html>
- <https://www.youtube.com/watch?v=DfVEVHi-HWw>

