

Agradecimentos

Prefácio

Introdução

I MARKETING PESSOAL

O que é e porquê?

1.1 O que é *marketing* pessoal?

1.2 Porque tem que ter uma marca pessoal?

1.3 *Marketing* pessoal não é «vender»

1.4 Quando deve começar com a criação da sua marca pessoal?

II Como construir uma marca pessoal de sucesso

2.1 Introdução

2.2 *Marketing* de marcas *corporate*

2.3 *Marketing* pessoal – um caso de sucesso

2.4 Os elementos da marca pessoal

III VALOR INTERIOR

Como construir a sua marca pessoal

3.1 Introdução

3.2 Paixões, talentos e habilidades

3.3 Quem sou eu?

3.4 Objetivos

3.5 Grupo-alvo e nicho

3.6 *Personal brand statement*

IV VALOR EXTERIOR

Parte 1: Como comunicar a sua marca pessoal presencialmente

4.1 Introdução

4.2 Primeiras impressões

4.3 Comunicação com impacto

4.4 Comunicação não-verbal

4.5 Etiqueta no contexto profissional

4.6 Conclusão

V VALOR EXTERIOR

Parte 2: Como comunicar a sua marca *online*

5.1 Introdução

5.2 As ferramentas *online*

5.3 Conclusão

VI VALOR EXTERIOR

Parte 3: Como vestir a sua marca pessoal

6.1 Introdução

6.2 A importância da imagem pessoal

6.3 A escolha das cores certas

6.3.1 A psicologia da cor

6.3.2 A teoria da cor e o diagnóstico

- 6.4 Morfologia
 - 6.4.1 Morfologia da mulher
 - 6.4.2 Morfologia do homem
- 6.5 As proporções e a estrutura óssea
- 6.6 Estilo pessoal
- 6.7 Os acessórios
- 6.8 Os *dress codes*
- 6.9 Finalizar a imagem

VII VALOR ATRIBUÍDO

Como fortalecer a sua marca pessoal

- 7.1 Introdução
- 7.2 Interação Valor interior – Valor exterior – Valor atribuído
- 7.3 Fortalecer a marca pessoal
 - 7.3.1 Aumentar a sua visibilidade
 - 7.3.2 Continuar a crescer
 - 7.3.3 Dicas para pensar melhor, agir melhor e ser mais feliz

ANEXO

Plano de ação

Bibliografia