



Gerencia de marca profesional

Dirija y gestione su propia carrera

Por: Guillermo Ariza

Formato: Impreso, Digital

ISBN: 978-958-12-0510-3, 978-958-12-0509-7

Facultad: [Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas](#)

Colección: Cátedra # 22

DOI: <https://doi.org/10.5294/978-958-12-0509-7>

Idioma: Español

Precio en dólares: USD \$20,00

Número de páginas: 194

Palabras clave: [Capacitación de empleados](#), [Desarrollo profesional](#),

[Entrenamiento personal](#), [Orientación profesional](#)

\$55.000

Reseña del Producto

"[...] los ejecutivos deben trabajar constantemente para construir, desarrollar y gerenciar una marca profesional, lo cual es una tarea que requiere planeación, disciplina, perseverancia y continua revisión.

[...] Guillermo Ariza logra que este texto estructurado sea una guía integral, práctica y holística para que el lector se concientice y trabaje en el desarrollo de su propia marca profesional. Además, expone con un equilibrado nivel de profundidad los diferentes temas, y hace un símil de lo que significa gerenciar una marca profesional versus lo que pasa en la gerencia de una empresa".

Ingresa al canal de YouTube del autor para consultar contenido adicional
<https://www.youtube.com/@DesarrolloProfesionalbyGAM/videos>

Información Adicional

- **Peso:** 2 kg
- **Tamaño:** 22 x 28.5 x 5 cm
- **SKU:** 9789581205097
- **Código topográfico:** 658.3124

Tabla de contenido

Agradecimientos

Prólogo

Introducción

Capítulo 1. Visión general de los ambientes ocupacionales

Capítulo 2. Visión general de la marca (branding overview)

Capítulo 3. Construyendo su propia marca profesional

Capítulo 4. Desarrollo avanzado de las soft skills

Capítulo 5. Profesionales del siglo XXI

Capítulo 6. Principios de la gerencia para professional branding

Capítulo 7. Introspección/autoconocimiento del perfil profesional

Capítulo 8. Desarrollo de los pilares para gerenciar la carrera profesional

Capítulo 9. Comportamiento correcto para profesionales con marca

Capítulo 10. Marketing de la propia marca profesional

Conclusiones

Terminología y locuciones de uso internacional utilizadas en esta obra

Referencias