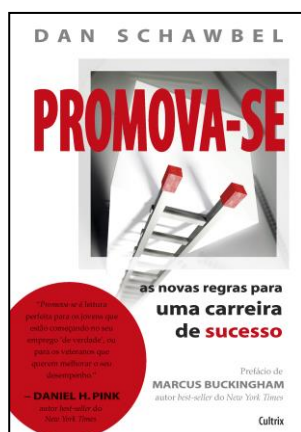


Mídias sociais são decisivas na construção da marca pessoal, defende Dan Schawbel em novo livro

O especialista destaca as novas habilidades dos gestores para lidar com os jovens da Geração Y, o desenvolvimento profissional no local de trabalho e fora dele e o papel das mídias sociais na construção da marca pessoal



Promova-se: as novas regras para uma carreira de sucesso

Autor: Dan Schawbel

Prefácio: Marcus Buckingham

Preço: R\$ 42,00

Páginas: 256

Editores: Cultrix

www.editoracultrix.com.br

Reconhecido como o guru da marca pessoal pelo *New York Times*, o especialista em carreira e trabalho, Dan Schawbel, considerado o consultor número um nos Estados Unidos quando o assunto é Geração Y é, antes de tudo, um otimista. Mesmo em um mercado de trabalho marcado pelos desafios da globalização, pela constante interferência tecnológica e por uma crise econômica global, Schawbel argumenta em seu novo livro, **Promova-se: as novas regras para uma carreira de sucesso** – lançado no Brasil pela Editora Cultrix – que o cenário econômico mundial nunca esteve tão favorável para aqueles que realmente desejam progredir na carreira.

Com prefácio de Marcus Buckingham, mestre em ciência política e social pela Universidade de Cambridge e autor do *best-seller Descubra Seus Pontos Fortes*, *Promova-se* apresenta as novas regras para o sucesso no marketing pessoal de uma forma inovadora e em sintonia com o mercado de trabalho da atualidade.

Segundo o autor, hoje as empresas buscam, por exemplo, profissionais que reconheçam que a descrição do cargo é apenas o começo. A boa notícia é que, se o mercado está mais exigente, os profissionais estão mais completos. São mais inteligentes, bem informados, conectados, rápidos e mais precisos na construção da carreira.

Presença positiva nas mídias

Em um mundo de pessoas conectadas, a internet e mídias sociais ampliaram a capacidade de criar uma marca pessoal. Entre as pesquisas exclusivas apresentadas no livro destaca-se estudo que revela: um funcionário típico da Geração Y está conectado com 16 colegas de trabalho no Facebook. Isso significa que ao deixar o emprego, o colaborador continua conectado aos seus colegas de trabalho. Assim, o que se faz no tempo livre pode afetar a carreira de forma decisiva. O especialista enumera também os benefícios de cultivar uma presença positiva na web e aproveitá-la para construir a marca pessoal: as redes sociais permitem o contato de pessoas com interesses semelhantes, possibilitam a busca por especializações e podem ajudar a construir uma reputação.

Estar atento à inteligência emocional e dominar habilidades como otimismo, ética, delicadeza, humor; desenvolver relações produtivas com as gerações mais velhas, ser generoso e autêntico são outras questões para as quais o autor dedica especial atenção.



**INFORMAÇÕES
PARA A IMPRENSA**

(11)3081-1260 | 3062-9951 |
98657.6894

Julia Ramos
julia@parceria6.com.br

Raquel Magalhães
raquel@parceria6.com.br

Antoune Nakkhle
parceria6@parceria6.com.br
(11) 7717.5802
(11) 98585.5551

Destinado a um público mais jovem, com elevado potencial de crescimento, o livro também promete agradar veteranos com temas que englobam trabalho em equipe, autoconfiança, ambição, aprendizado dentro e fora do setor de trabalho e até o equilíbrio saudável entre a carreira e a vida pessoal.

Sobre o autor

Dan Schawbel é colunista das revistas Time e Forbes, e sócio-diretor da Millennial Branding, uma empresa de pesquisa e consultoria da Geração Y. reconhecido como o "guru do branding pessoal" pelo New York Times e citado na "30 Under 30 List" da Forbes e na Inc. Magazine, ele também é fundador do PersonalBrandingBlog.com e autor do *best-seller* ME 2.0. Schawbel mora em Boston, Massachusetts.

Sobre a Editora Cultrix

Fundada em 1956, a Editora Cultrix tem como objetivo lançar títulos voltados para a área de ciências sociais e humanas, especialmente literatura, linguística, sociologia, psicologia, administração e marketing. Hoje, figura entre as editoras que mais contribuem para o fortalecimento de uma cultura voltada à sustentabilidade.

A editora integra o Grupo Editorial Pensamento, nascido em 1907 e reconhecido pelo pioneirismo e inovação na seleção de temas e títulos para publicação.