



**Fundação Educacional do Município de Assis**  
**Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis - IMESA**

ANA PAULA DE OLIVEIRA

**O INVESTIMENTO NO MARKETING PESSOAL E A INCLUSÃO  
NO MERCADO DE TRABALHO**

ASSIS  
2014



**Fundação Educacional do Município de Assis**  
**Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis - IMESA**

ANA PAULA DE OLIVEIRA

## **O INVESTIMENTO NO MARKETING PESSOAL E A INCLUSÃO NO MERCADO DE TRABALHO**

Projeto de pesquisa apresentado ao Curso de Administração do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis - IMESA e Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão.

**Orientando:** Ana Paula de Oliveira

**Orientador:** Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Elizete Mello da Silva

ASSIS

2014

## FICHA CATALOGRÁFICA

OLIVEIRA, Ana Paula

O investimento no marketing pessoal e a inclusão no mercado de trabalho / Ana Paula Oliveira. Fundação Educacional do Município de Assis – Fema : Assis, 2014

45p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Administração – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis

1. Marketing Pessoal. 2. Carreira Profissional. 3. Mercado de Trabalho.

CDD: 658

Biblioteca da FEMA

# O INVESTIMENTO NO MARKETING PESSOAL E A INCLUSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

**Ana Paula de Oliveira**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação de Administração de Empresas, analisado pela seguinte comissão examinadora:

---

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elizete Mello da Silva

---

Examinador: Prof<sup>o</sup> Paulo Sérgio da Silva

ASSIS

2014

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente quero agradecer a Deus pelo fim de mais essa etapa, pelos sonhos que se concretizam em minha vida. Sem Deus, eu nada conseguiria.

Quero agradecer aos meus queridos pais, Carlos Roberto e Rosângela, por todo apoio e incentivo, é por vocês que hoje estou aqui, os primeiros a sonhar tudo isso, agradeço por acreditarem em mim, pelo amor e carinho de sempre.

A minha Orientadora Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Elizete Mello, por todo apoio, conhecimento transmitido, e pela amizade, não poderia ter escolhido uma pessoa melhor para me orientar.

Aos meus amigos e amigas da turma de Administração, por todo companheirismo desses quatro anos juntos, vou levar sempre comigo boas lembranças e muitas histórias.

E por ultimo, não posso deixa de agradecer uma pessoa essencial em minha vida, meu amor Franchesco, por estar sempre ao meu lado, me incentivando a nunca desistir dos meus sonhos, me dando força a todo momento.

Agradeço de coração a todos.

*"Senhor, mostra-me quais são os teus caminhos; ensina-me por onde devo andar. Ajuda-me a andar na Tua verdade; ensina-me o que é certo, pois Tu és meu Deus, o meu Salvador. Confiarei em ti por toda a minha vida".*

*Salmos 25*

## **RESUMO**

Este trabalho consiste na importância e nas definições do Marketing Pessoal na carreira do profissional. Aborda as exigências no mercado de trabalho, como o desempenho do profissional e sua carreira, o desenvolvimento e as competências. Demonstra o investimento e as qualificações como um diferencial, uma forma de melhorar a si mesmo, valorizando sua carreira profissional. Além das estratégias eficientes na trajetória que o profissional pode utilizar em sua consolidação, para se alcançar o sucesso desejado.

Sendo assim marketing pessoal se torna um conjunto de ações e atitudes adquiridas pelo profissional, para aprimorar seus conhecimentos e habilidades, o preparando para a inserção no mercado de trabalho.

**Palavras chaves:** Marketing Pessoal; Carreira Profissional; Mercado de Trabalho

## **ABSTRACT**

This work is the importance and definitions of Personal Marketing professional career. Addresses the requirements in the labor market, and the performance of their professional and career development and skills. Demonstrates investment and qualifications as a differentiator, a way to better yourself, enhancing your professional career. In addition to the efficient on the trajectory that teachers may use in their consolidation strategies to achieve the desired success.

Thus personal marketing becomes a set of actions and attitudes acquired by the professional, to enhance their knowledge and skills, preparing for integration into the labor market.

**Keywords:** Personal Marketing; Professional career; Labour Market.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Tabela Definição de CHA.....	20
Figura 2- Gráfico do 1º ano de Administração.....	37
Figura 3 - Gráfico do 4º ano de Administração.....	38
Figura 4 - Gráfico do 1º ano de Administração.....	39
Figura 5 - Gráfico do 4º ano de Administração.....	40

# Sumário

AGRADECIMENTOS.....	5
RESUMO .....	7
ABSTRACT .....	8
LISTA DE FIGURAS.....	9
1. INTRODUÇÃO .....	11
2. O MERCADO DE TRABALHO E AS COMPETÊNCIAS EXIGIDAS.....	12
2.1 RECRUTAMENTO E PROCESSO SELETIVO .....	12
2.2 DESEMPENHO E CARREIRAS.....	15
2.3 DESENVOLVIMENTO E COMPETÊNCIAS .....	18
3. MARKETING PESSOAL.....	21
3.1 O QUE É MARKETING PESSOAL? .....	21
3.2 INVESTIMENTOS E QUALIFICAÇÕES .....	23
3.3 ESTRATÉGIAS EFICIENTES NA TRAJETÓRIA E CONSOLIDAÇÃO PROFISSIONAL .....	25
3.4 NETWORKING.....	28
4. MARKETING PESSOAL: A PERCEPÇÃO DOS ACADEMICOS DE ADMINISTRAÇÃO DA FEMA/IMESA .....	30
4.1 HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO. ....	30
4.2 O PERFIL DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO.....	36
4.3 ANÁLISE DE DADOS. ....	37
5. CONCLUSÃO .....	41
6. REFERÊNCIAS.....	43

## 1. INTRODUÇÃO

O profissional precisa estar cada vez mais preparado para ingressar no mercado de trabalho, suprindo suas necessidades. Devido a esse fator é necessário que o profissional busque, conheça alternativas e meios de qualificações profissionais existentes, que contribuem para a elaboração de um curriculum que se destaque entre outros.

O marketing pessoal é uma excelente alternativa de o profissional obter o que se deseja, é um importante conceito que irá preparar o indivíduo para a inserção no mercado de trabalho, um fator altamente positivo para a carreira do profissional.

Marketing pessoal possui ferramentas que podemos dizer que é o diferencial competitivo, a garantia do sucesso profissional e também pessoal, é uma estratégia específica utilizada por profissionais que deixam sua marca registrada no mercado de trabalho.

Conhecimentos e habilidades são adquiridas e aprimoradas, colocadas em prática, com o desenvolvimento do marketing pessoal, visando a melhoria de qualidade de vida, uma carreira bem sucedida e com uma imagem renovada do profissional.

O marketing pessoal capacita o indivíduo a alterar sua postura, imagem e conduta.

## **2. O MERCADO DE TRABALHO E AS COMPETÊNCIAS EXIGIDAS**

### **2.1 RECRUTAMENTO E PROCESSO SELETIVO**

Com o desenvolvimento tecnológico e com o grande fluxo de informações no mundo, aumenta a necessidade de profissionais bem qualificados, capazes de compor a organização, enfrentar desafios, dando vida a empresa, e é possível identificar esses profissionais através de um processo de recrutamento e seleção bem aplicado.

Podemos dizer que os profissionais e as empresas, são envolvidos em um círculo, onde do mesmo jeito que as empresas selecionam e tem a necessidade de um bom profissional, o bom profissional também tem a necessidade de boas organizações, eles também atraem e selecionam, formando opinião a respeito delas.

É lucrativo para ambas as partes, colaboradores e organização, selecionar bem o pessoal. Quando a mão de obra já vem qualificada para a organização os gastos para aprimora lá são menores, já para o colaborador, quanto maior seu potencial, melhor será seu reconhecimento na organização.

O recrutamento é divulgação de uma vaga que disponível, é o primeiro contato que o profissional tem com a empresa. É a busca de profissionais bem qualificados, os quais serão selecionados os futuros colaboradores da organização.

Para Chiavenato, (2006, p. 197 e 198) o conceito de recrutamento é:

Recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização. É basicamente um sistema de informação, por meio do qual a organização divulga e oferece ao mercado de recursos humanos as oportunidades de emprego que pretende oferecer ao mercado de recursos humanos oportunidades de emprego que pretende preencher. Para ser eficaz, o recrutamento deve atrair um contingente de candidatos suficiente para abastecer adequadamente o processo de seleção. Aliás, a função do recrutamento é suprir a seleção de matéria – prima básica (candidatos) para seu funcionamento.

O Recrutamento é como um sistema que visa atrair candidatos, uma convocação para a seleção. Existem dois tipos de recrutamento, o externo e interno; O externo busca candidatos do mercado de trabalho, portanto os que estão fora da organização. E o recrutamento interno atua sobre os candidatos que já estão atuando dentro da organização, para promovê-los ou transferir para outras atividades mais complexas e motivadoras, fazendo a busca entre os colaboradores da empresa.

Após o recrutamento realizado, vem o processo de seleção pessoal. Em termos mais amplos a seleção busca entre os candidatos do recrutamento, aqueles que são mais adequados a preencher aos cargos, visa aumentar ou manter a eficiência ou desempenho humano na organização. Para Aquino, Cleber (1980 p. 164).

A seleção caracteriza-se pela investigação, junto aos aprovados pelo recrutamento, dos melhores candidatos. É também um processo de pesquisa, porém realizada com maior profundidade. Inicia-se com as provas, apesar de alguns realizarem com entrevistas.

Além de ser uma ferramenta que apresenta o profissional a empresa, é uma descoberta de talentos, estimula o profissional entrevistado a demonstrar seu potencial, e se tem o perfil da empresa ou não. Entrevista pessoal em toda a seleção é o fator que mais influencia na hora do recurso humanos da empresa toma a decisão de contratar ou não.

Lobos (1979, p. 156) tem seu conceito da seguinte forma escolhe o melhor profissional através de suas características pessoais, e de suas motivações.

Seleção é o processo de administração de recursos humanos por meio do qual a empresa procura satisfazer suas necessidades de recursos humanos, escolhendo aqueles que melhor ocupariam determinado cargo na organização, com base em uma avaliação de suas características pessoais (conhecimentos, habilidades, etc.) e de suas motivações.

O processo seletivo são técnicas para se obter um resultado final. Essas técnicas de seleção podem ser aplicadas como uma entrevista coletiva ou individual, com jogos de grupo, testes de conhecimentos, testes psicológicos e testes de conhecimentos.

Para Chiavenato (2010, p.133), a seleção é a maneira que permite a organização a ingressar somente as pessoas que obtêm as características desejadas.

A seleção de pessoas funciona como uma espécie de filtro que permite que apenas algumas pessoas possam ingressar na organização: aquelas que apresentam características desejadas pela organização. Há um velho ditado popular que afirma que a seleção constitui a escolha exata da pessoa certa para o lugar certo e no tempo certo.

É feita uma avaliação para identificar cada perfil de candidato, se está adequado às necessidades da organização e exigências do cargo, dentre os recrutados é escolhido os que mais possui qualificações, habilidades, potencial e aptidões, os que mais se enquadram com a necessidade da organização.

Silva e Silva (2006, p. 11) tem uma seguinte opinião, muito importante, que seria após o recrutamento e seleção da organização investir nos colaboradores.

Enfim, recrutar e selecionar são atividades cíclicas por estarem diretamente ligadas aos processos de aplicar, recompensar, desenvolver, manter e monitorar as pessoas que de alguma forma estarão inseridas em toda a organização, do nível operacional ao estratégico, pois só com um bom acompanhamento, daquilo que foi desenvolvido no início, é que se terá uma boa qualidade de trabalho, com um ambiente satisfatório que irá refletir em um desempenho eficaz dos clientes internos, como também dos clientes externos.

Pois com o acompanhamento do profissional é possível identificar o rendimento, identificar onde há necessidade de melhorias, satisfazer as necessidades básicas do profissional, tornando seu ambiente de trabalho mais harmonioso, aumentando sua produtividade dentro da empresa.

## 2.2 DESEMPENHO E CARREIRAS

A prática de avaliação de desempenho tornou-se para as organizações uma excelente ferramenta para controlar e disciplinar a atuação do colaborador em relação a seu tempo de produtividade esperado, movimentos, motivação dentro da organização.

Desempenho é o comportamento real do colaborador, indica se está nas expectativas ou no padrão de comportamento que a organização estabelece.

O conceito de Marras (2009, p. 173) para desempenho é:

Desempenho humano é o ato ou efeito de cumprir ou executar determinada missão ou meta previamente traçada. É diretamente proporcional a duas condições do ser humano: o 'querer fazer', que explicita o desejo endógeno de realizar (a motivação), e o 'saber fazer', isto é a condição cognitiva e experiencial que possibilita o indivíduo realizar com eficiência e eficácia alguma coisa.

É necessário acompanhar o desenvolvimento do profissional, analisar seu comportamento e descobrir se há alguma necessidade de treinamento para aprimorá-lo, para que desempenhem melhor na prática de sua função, mantendo motivados os colaboradores, satisfazendo suas necessidades básicas. As empresas devem oferecer condições para que os profissionais se desenvolvam e colaborem para o alcance dos objetivos organizacionais.

Não deixar de investir na qualidade de vida dos colaboradores, mantendo-os motivados, oferecendo um ambiente de trabalho satisfatório, pois esse investimento irá refletir em um desempenho mais eficaz de maior produtividade na organização.

Desempenho tradicionalmente é observado por uma análise do cargo, reflete em um conjunto de experiências e repertórios que foram adquiridos ao longo do tempo e da vida do profissional, com maior ou menor velocidade devido ao seu potencial, se há ou não existências de determinadas características comportamentais.

Resende (2003, p. 43) tem a seguinte definição para desempenho:

Desempenho: é o resultado da aplicação prática – no trabalho e em outras atividades humanas – do conhecimento, da aptidão, e da habilidade, da capacidade, da motivação.

O desenvolvimento de pessoas está diretamente relacionado com o desenvolvimento de carreiras. Pois carreira é uma sucessão ou uma sequência de cargos ocupados por profissionais ao longo de sua vida profissional. Nos dias de hoje fica evidente que as empresas podem criar condições ou oferecer oportunidades de desenvolvimento e aprendizado, mas é o profissional quem deve cuidar do seu destino, da sua carreira.

Para Tachizawa, Ferreira e Fortuna (2006, p. 198) o desenvolvimento de carreira é essencial para o indivíduo, afirmam que:

Desenvolver se significa atingir níveis de capacitação crescentes, atender requisitos cada vez mais complexos, aumentar a própria capacitação e versatilidade. Desenvolvendo sua capacitação, o funcionário pode passar a exercer funções e cargos mais desafiadores que lhe proporcionam maior reconhecimento ou compensação e melhor status.

O profissional que busca ter o melhor desempenho e desenvolvimento de carreira se auto realiza, tem reconhecimento e proporciona a organização que atua maior produtividade. Dificilmente existe desempenho e desenvolvimento de carreira sem motivação e esforço. É para ambas as partes (organização e profissionais) os interesses e expectativas planejar seu desenvolvimento profissional, definindo metas e objetivos de carreira, obter o preparo necessário para o alcance dessas metas estabelecidas, e para a empresa a identificação dos profissionais capazes de realizar o alcance dos resultados previstos, considerando nos profissionais suas competências, habilidades, comportamento e demais pré requisitos.

Para Milkovich e Baudreau (2013, p. 98) o desempenho do colaborador reflete se no sucesso da organização, afirmando que:

Desempenho reflete se no sucesso da própria organização, e talvez, por isso é a característica mais óbvia a ser medida. O desempenho do empregado é fundamental para outras atividades de RH, tais como quem contratar, promover, despedir ou recompensar.

Há ainda para alguns profissionais as incertezas de um planejamento de carreira, não sabem ainda ao certo os motivos que os levam a ter seu plano de desenvolvimento, para alguns os fatores mais importantes se obtendo o desenvolvimento de carreira é status, reconhecimento, renumeração, prestígio, etc., e não por preferências pessoais.

Dutra (2002, p. 103) complementa com a seguinte afirmação:

Quando as pessoas falam de planos de carreira, tem em mente planos que deixam absolutamente claras as possibilidades de desenvolvimento profissional, ou que apontam com precisão para o horizonte profissional. Associa-se, portanto, a ideia de plano de carreira a de uma estrada plana, asfaltada e bem conservada, que, se trilhada pela pessoa, vai conduzi-la ao sucesso, a riqueza e a satisfação profissional. Quando olhamos para a realidade das empresas, verificamos que a carreira das pessoas é uma sucessão de acontecimentos inesperados. As pessoas, quando olham para frente, vêem um caminho tortuoso, com várias alternativas e cheio de incertezas. A carreira deve ser pensada, portanto, como uma estrada que está sempre sendo construída pela pessoa e pela empresa. Desse modo, se olhar para frente, vamos sempre ver o caos ordenado e, quando olharmos para trás, enxergaremos a estrada que já construímos [...].

O indivíduo que gerenciar sua carreira profissional se torna mais flexível ao enfrentar as mudanças que podem surgir em sua trajetória.

London e Stumph (1982 apud DUTRA, 1996, p.17) definem carreira como:

Carreira são as sequências de posições ocupadas e de trabalhos realizados durante a vida de uma pessoa. A carreira envolve uma série de estágios e a ocorrência de transições que refletem necessidades, motivos e aspirações individuais e expectativas e imposições da organização e da sociedade. Da perspectiva do indivíduo, engloba o entendimento e a avaliação de sua experiência profissional, enquanto, da perspectiva da organização, engloba políticas, procedimentos, e decisões ligadas a espaços ocupacionais, compensação e movimento de pessoas. Estas perspectivas são conciliadas pela carreira dentro de um contexto em constante ajuste, desenvolvimento e mudança.

Cada objetivo profissional do indivíduo depende de seu esforço e motivação, se desempenhar, planejar sua carreira é fatores que contribuem para o sucesso tão almejado.

### 2.3 DESENVOLVIMENTO E COMPETÊNCIAS

Desenvolvimento é o “Ser” do profissional, envolve diversos conhecimentos, recursos, conceitos e técnicas relacionadas ao desenvolvimento do potencial humano. Inserido no mercado de trabalho, é um conjunto de habilidades e conhecimentos, para a realização de atividades aos diferentes tipos de funções existentes nas organizações.

Atualmente a necessidade de evoluir e mudar são uns dos fatores que os profissionais buscam. O crescimento e a formação são essenciais nos dias de hoje, para enfrentar os desafios da trajetória profissional.

Para Oliveira e Silva (2006, p. 4)

Ao exigirem novas capacidades para a tomada de decisão em ambientes complexos, incertos e competitivos, as organizações requerem do homem pós-moderno mais instrução e o aperfeiçoamento contínuo para que se insiram no novo processo de trabalho.

A área de desenvolvimento não é apenas desenvolver novas habilidades, quando se investe no desenvolvimento o profissional colabora com o crescimento de rendimento da organização, obtêm-se melhores resultados, proporciona um ambiente de trabalho mais harmonioso com os demais colaboradores. Trata se ainda de um preparo para novos desafios, elevando sua motivação.

A competência pode ser considerada como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes, se que se relaciona com seu desempenho, podendo ser melhorado por meios de treinamentos e desenvolvimentos.

Rezende (2003, p. 32) conclui seu conceito de competência:

Competência é a transformação de conhecimentos, aptidões, habilidades, interesse, vontade, etc. em resultados práticos. Ter conhecimentos e experiência e não saber aplicá-los em favor de um

objetivo, de uma necessidade, de um compromisso, significa não ser competente, no sentido aqui sendo destacado.

Aquele que não estiver preparado, “não saber fazer”, não obterá resultados, não poderá empreender atividades e negócios.

Ultimamente a competência está relacionada com a condição diferenciada de qualificação e capacitação de pessoas na execução de seu trabalho, em desempenhar suas atividades.

Em seu livro, Leme (2006, p. 2) usa uma definição, ele extraiu os “Pilares das Competências”, que são as letras que formam o CHA:

**Conhecimento, Habilidade e Atitude:**

O **Conhecimento** é o saber, que aprendemos nas escolas, universidades, nos livros, no trabalho, na escola da vida. Sabemos muito, mais não utilizamos o que sabemos.

A **Habilidade** é o saber fazer, tudo o que utilizamos dos nossos conhecimentos, no dia – a – dia.

Já a **Atitude** é o que nos leva a exercitar nossa habilidade de um determinado conhecimento, pois ela é o querer fazer.

O CHA é o um grande diferencial competitivo no mercado atual, eleva o conhecimento e a habilidade. Determina a vida profissional e pessoal das pessoas, pois é o resultado dos comportamentos que define a trajetória profissional, não apenas em uma empresa, mas na vida toda do profissional.

*Figura 1- Tabela Definição de CHA*

COMPETÊNCIAS		
Conhecimento	Habilidade	Atitudes
C	H	A
Saber	Saber Fazer	Querer Fazer
Adquiridos através de cursos técnicos, especializações e treinamentos.	Experiências adquiridas nas execuções das atividades através dos conhecimentos.	Ter iniciativas para realização de tarefas colocando em prática conhecimentos e atitudes para atingir a eficácia de uma tarefa.

*Fonte: Rabaglio, 2001, com adaptações*

A competência profissional ira agregar o valor social para o indivíduo, é capacidade de entregar resultados. Assim, conforme observamos no quadro acima o CHA forma as competências exigidas dentro das organizações com modelos mais adequados de gestão e de administração de recursos humanos.

### 3. MARKETING PESSOAL

#### 3.1 O QUE É MARKETING PESSOAL?

Marketing pessoal é como uma importante ferramenta usada para a promoção pessoal, levando o profissional a alcançar o sucesso, é uma estratégia de “vender” a imagem, influenciando a maneira que as pessoas olhem, e reconheçam o profissional.

Marketing Pessoal avança a carreira do profissional, proporciona melhores condições de trabalho, maior reconhecimento, até mesmo atrai salários melhores. Oferece uma imagem melhor do profissional perante o mercado de trabalho e sociedade. Atualmente o mercado de trabalho está cada vez mais competitivo com profissionais cada vez mais capacitados. Assim, investir no marketing pessoal é caminhar rumo ao sucesso, vencendo momentos difíceis, passando por todos os desafios, ampliando conhecimentos, aperfeiçoando habilidades e competências, trabalhando para ser o melhor profissional, suprimindo suas necessidades e principalmente as necessidades do mercado de trabalho e exigências das empresas. Registrando a sua marca no mercado de trabalho.

O plano de Marketing Pessoal bem elaborado é fundamental para o desenvolvimento da carreira do profissional, Ritossa (2009, p. 17) expõe seu conceito;

[...] devemos entender que o Marketing Pessoal como um conjunto de ações planejadas que facilitam a obtenção do sucesso pessoal e profissional, seja para conquistar uma nova posição no mercado, seja para manter sua posição atual [...]

Todas essas ações não são apenas da apresentação de uma boa imagem, mas inclui também de ampliar conhecimentos, aperfeiçoar suas habilidades, competências, com investimentos em qualidades. O profissional converte todas essas ações para a conquista de objetivos e sucesso. Essas ações facilitam o reconhecimento e a promoção que o profissional espera por um trabalho bem feito.

Para o Marques (2013, p. 53) a importância do sucesso profissional e pessoal é a maneira de conduzir o Marketing Pessoal. O autor cita em seu livro alguns tópicos que uma boa apresentação pessoal necessita;

- Construir uma auto-imagem positiva e otimista.
- Zelar pela sua comunicação e apresentação pessoal.
- Tenha iniciativa, persistência e motivação em tudo que faz.
- Sempre lembrar que todos são importantes, faxineiro ao presidente.
- Atender bem pessoas.
- Manter a disciplina verbal de maneira cuidadora, saiba controlar a língua.
- Cuidado de ser uma pessoa que sempre esteja de mal humor ou torcendo para tudo dar errado.

O profissional irá usar qualificações em benefício a sua própria carreira. O mercado de trabalho possui profissionais com qualificações semelhantes, e algumas características podem ser decisivas no processo de seleção ou promoção no mercado e na empresa. Ribeiro (1993, p. 13) relata que:

Na competição do mercado de trabalho, entre dois candidatos com igual capacitação técnica, tem maiores chances àquele com boa apresentação e trato agradável. A prática das boas maneiras, tanto na vida pessoal como profissional, representa uma vantagem para o sucesso.

Em um mercado competitivo, profissionais devem zelar, cuidar da sua imagem, na maioria das vezes contara mais que um bom currículo, pois a apresentação pessoal contribuirá para a formação da opinião sobre o profissional na seletiva entre outros profissionais. Mas não é apenas a maneira de se vestir que será o fator que define a imagem do profissional. Ter iniciativa, dinamismo, energia, coragem, criatividade, facilidade de lidar com pessoas, com números e de se comunicar, raciocínio rápido, são fatores que agregara a imagem do profissional.

De acordo com Bordin (2008, p. 11) marketing pessoal pode ser definido da seguinte maneira:

... um conjunto de ações que ajudam uma pessoa a obter maior sucesso em sua vida pessoal, nos relacionamentos e no trabalho. É uma forma de você agregar valor a si mesmo por meio de uma observação

sistemática do ambiente onde você atua das expectativas que as pessoas têm de você, e podemos até chamá-las de "clientes", e da melhor maneira de atender a essas expectativas com um comportamento adequado.

Além do sucesso profissional o Marketing pessoal é a garantia do emprego, e da conquista do espaço profissional. As pessoas que utilizam o Marketing Pessoal têm a facilidade de identificar seus pontos fortes, fortalecendo – os, agregando valor a sua imagem, desenvolvendo talentos, habilidades e competências, consolidando uma imagem positiva no mercado.

Oliveira (1999, p.22) afirma que:

O Marketing Pessoal não trata nem reduz as pessoas a um objeto. Ao contrário, valoriza o ser humano e todos os seus atributos e características inclusive em sua complexa estrutura física, intelectual e espiritual. Na verdade possibilita a utilização plena, de divulgar e demonstrar cada uma de nossas capacidades e potencialidades é sua principal tarefa.

Marketing Pessoal valoriza o ser humano, seus atributos e características, promove uma utilização plena de capacidade e do potencial do indivíduo, não só na área profissional e como também na área pessoal.

Atualmente o marketing pessoal é uma vantagem competitiva, que facilita a inserção do profissional no mercado de trabalho que nos dias atuais se encontra ainda mais competitivo.

### 3.2 INVESTIMENTOS E QUALIFICAÇÕES

Todo profissional tem seu valor, o que os tornam diferentes um dos outros é a maneira que cada um investi em si próprio para valorizar sua carreira profissional. Aquele que deixa de investir na sua carreira, não alcançara facilmente suas metas, soluções, ideias, resultados, conhecimentos amplos, e não realizara seus sonhos, deixará de ter um diferencial competitivo. Muitos profissionais são acomodados em sua determinada função, não buscam investir em si próprio, aprimorar suas habilidades e competências. Independente se o profissional está empregado ou não é necessário investir

em sua formação, se preparar para as necessidades do mercado de trabalho ou para as necessidades das organizações.

Hofmeister (2009, p. 37) afirma que:

A qualificação profissional deve dar condições ao indivíduo de ajustar se as mutações do ambiente, ser flexível, sinalizar o alcance de objetivos e alinhar se as políticas de gestão existentes na empresa.

O profissional com as qualificações profissionais se adapta facilmente ao ambiente de trabalho, se torna mais flexível, obtém condições que contribuem para o alcance de seus objetivos, está preparado para desempenhar seu papel na organização sem se abalar por qualquer dificuldade.

Kuazaqui e Kanaane (2004, p. 30) citam as características importantes de um profissional que demonstra estar bem qualificado:

[...] Sabem mostrar seu diferencial em relação aos outros no mercado, criam uma imagem favorável perante diferentes públicos de interesse, posicionam se de maneira positiva e apresentam resultados que indicam habilidades pessoais [...]

Ter um diferencial a mais para oferecer conta muito na hora da organização escolher os seus profissionais. A qualificação prepara o profissional para a competitividade que existe no mercado de trabalho nos dias atuais, torna sua formação compatível com suas exigências.

O autor Gil (2001, p. 121) destaca que as vantagens que trazem o processo de capacitação.

O processo de capacitação é importante que se trabalhem as habilidades básicas, específicas e de gestão, ou seja além de aprender especificadamente determinada profissão, a pessoa deverá ser estimulada a exercitar suas competências básicas, que trata da sua apresentação pessoal, aparência, auto estima, comunicação, relacionamentos interpessoais e do seu processo de desenvolvimento no mercado de trabalho.

O investimento em qualificações além do fato do profissional melhorar a si próprio, é a maior aplicação com retorno que ele pode realizar, com isso se

protege do desemprego, usufrui de um crescimento pessoal e do sucesso profissional, atraindo excelentes oportunidades de emprego, trabalhando com satisfação de um trabalho bem realizado. Somente profissionais que acreditam em si próprios, tem ambição de crescer profissionalmente e pessoalmente investem em sua formação.

Chiavenato (2002, p.496) afirma que qualificação profissional “é a educação que visa ampliar, desenvolver e aperfeiçoar o homem para seu crescimento profissional em determinada carreira na empresa ou para que torne mais eficiente no seu cargo”. Alguns colaboradores buscam em alguns casos a formação para também garantir sua empregabilidade, para ampliar seus conhecimentos sobre seu trabalho e também sobre a empresa.

Kober (2004, p.154) no seu conceito de qualificação profissional, diz que se trata de aperfeiçoar a educação formal, aprimorando habilidades que o profissional já possui e adquirindo novas habilidades para atuar em outras funções específicas de acordo com a demanda do mercado de trabalho.

Yeda (2013, p. 142) em seu livro ressalta os fatores que leva o profissional a obter sucesso:

Para se chegar ao sucesso é necessário ter capacidade, qualificações, planejamento, desempenho, inteligência emocional e auto gestão de carreira. A combinação de vários fatores leva o sucesso. E o caminho para o sucesso é o trabalho, independente de qual seja.

O profissional deve lembrar que ele é o maior investimento que pode realizar. Aprimorar suas qualificações só lhe trará benefícios. Para aqueles que não investem em si próprios, perdem excelentes oportunidades de se obter sucesso profissional. As empresas buscam por profissionais preparados, com potenciais, com talentos para se alcançar resultados positivos.

### 3.3 ESTRATÉGIAS EFICIENTES NA TRAJETÓRIA E CONSOLIDAÇÃO PROFISSIONAL

Para construir uma carreira de sucesso o profissional deve ter um planejamento estruturado, com objetivos definidos, metas de futuro, estratégias

eficientes, isto não será somente importante para vida profissional, também trará benefícios para vida pessoal.

Bidart (2000, p. 88) explica a importância de ter um planejamento, estratégias para a carreira;

O conceito estratégia é igualmente apropriado às carreiras. Se você não sabe o que pretende, a direção de seus passos não faz diferença. Um funcionário pode ser brilhante no desempenho de suas atividades, trabalhar muitas horas por dia, dominar idiomas, conhecer profundamente processos informatizados, mais ainda assim não se preocupar com seu futuro profissional. Isso muitas vezes ocorre por que o indivíduo está satisfeito com suas atribuições e com o salário. Posso dizer que alguém com essa mentalidade corre risco de estagnar se ou de sofrer os afetos radicais metamorfoses nos métodos produtivos. De certa forma, pouquíssimas pessoas estão seguras em seus empregos nos dias de hoje. Acredito, portanto, que traçar uma estratégia de carreira é meio de preservação de conquistas e estabelecimento de novos pilares para desenvolvimento pessoal.

Definir objetivos a serem traçados é fundamental para o sucesso. Existem várias estratégias eficientes para que o profissional caminhe rumo ao sucesso. Alguns profissionais ficam acomodados, se contentam com o que já possuem, e deixam de buscar novas alternativas para sua carreira fluir, acreditando estar seguros em seu emprego, porém não é bem assim a realidade dos dias atuais no mercado de trabalho. Hoje podemos dizer que a profissionais estão cada vez mais bem preparados para ganhar espaço, profissionais que tem diferenciais, qualificações, habilidades e conhecimentos amplos, profissionais que possuem suas estratégias, que investem em seu o marketing pessoal como uma estratégia eficiente.

O Marketing pessoal é um conjunto de ações e atitudes adotadas pelo profissional com a finalidade de revelar o que tem de melhor a oferecer para o mercado e criar relacionamentos de confiança.

Ciletti (2011, p. 83) oferece sugestões positivas como uma estratégia para o profissional se desenvolver, em situações pessoais e profissionais:

- Educação: a educação pode ajudar na mudança de atitudes; pesquisas descobriram que ao estarem expostos a novas experiências e práticas, os indivíduos podem adaptar seus comportamentos e modificar suas atitudes.
- Pensamento e hábito positivo: você é otimista ou pessimista? Um otimista sente confiança e é positivo, acreditando que as coisas vão funcionar, enquanto um pessimista tem sempre uma visão escura e negativa da vida. Desenvolver hábitos positivos no trabalho podem ajudá-lo a se comportar positivamente, mesmo que não esteja se sentindo assim. Assim, seja cortês com as pessoas chegando no horário, complete suas tarefas, não fale sobre assuntos que não sejam importantes e seja voluntário para as tarefas menos agradáveis.
- Fale de maneira positiva consigo mesmo: as pessoas frequentemente falam para si mesmas sobre os eventos do dia e avaliam ou se arrependem de suas ações. Concentre-se nesta conversa para motivar, reconhecer suas realizações e lembrar-se de seus pontos fortes. Seja seu próprio fã. Elogie-se, encoraje-se e se estabilize.
- Linguagem corporal positiva: imaginemos a cena em que a moça se levanta para fazer um discurso, cruza os braços e olha para baixo enquanto fala. Sua linguagem corporal transmite uma atitude positiva? Lembre-se que algumas vezes seu corpo pode falar mais alto que sua voz e tenha cuidado para que sua linguagem corporal não comunique algo que você não gostaria de dizer.
- Comunicação positiva: sua habilidade de se comunicar bem é um fator importante na impressão que você passa às outras pessoas. Você emprega termos que não são entendidos por outras pessoas ou adota linguagem depreciativa? Tem dificuldade em comunicar suas idéias claramente? Quando fala com os outros, seu tom de voz e a escolha de palavras comunicam sua imagem e sua mensagem? Falar de forma delicada e polida tende a fazer com que os outros o levem mais a sério, pois demonstra mais respeito. A habilidade de articular claramente seus objetivos, ideias e pensamentos será de muita ajuda em sua vida pessoal e profissional.

A imagem, a postura do profissional está ligada diretamente com a oportunidade de emprego, nos dias atuais não basta apenas ter qualificações profissionais, é necessário estratégias diversificadas como marketing pessoal para potencializar as qualidades do profissional.

Cuidados com aparência, comunicação, linguagem, postura, agilidade e educação são essenciais, utilize todas as estratégias, todas as suas ferramentas, Se destaque entre todos, seja o melhor na sua área ou faça parte do grupo dos melhores, mostre ao mercado de trabalho que você faz a diferença.

### 3.4 NETWORKING

Umas das estratégias para a consolidação no mercado é o networking, uma corrente de conexões. Com esta estratégia o profissional aumenta sua influência, melhora sua reputação, aumenta sua rede de relacionamento entre profissionais.

Para Lèbre (1999, p. 10) relata que:

Fazer Networking é proporcionar o estabelecimento de uma rede de relações pessoais, que permite a troca de ideias, conselhos, informações, referências, contatos, habilidades e talentos são compartilhados e agregados.

Networking é o estabelecimento de relacionamentos pessoais e profissionais, tem o objetivo de compartilhar informações, como oportunidades de empregos, troca de experiências, divulgação de conhecimentos, habilidades, recursos.

Minarelli (2001, p. 25) em seu livro cita alguns benefícios que o profissional adquire pela rede de relacionamento:

É sua rede de relacionamento que poderá mantê-lo informado sobre as oportunidades do mercado de trabalho. São os amigos e conhecidos que lhe trarão informações sobre vagas existentes tanto nas grandes quanto nas pequenas e médias empresas. Além disso, essa rede também poderá mostrar-lhe a hora e a vez de montar seu negócio próprio e obter contratos.

O networking proporciona ao profissional, uma vantagem de se diferenciar entre os demais candidatos, aquele que possui um networking bem montado, se destaca, pois é possível ser selecionado para uma vaga através de sua marca. Assim como as pessoas buscam informações sobre os perfis das empresas, oportunidades de negócios e empregos, as empresas também tem sua busca por profissionais e o networking é a ferramenta utilizada nessa busca.

## **4. MARKETING PESSOAL: A PERCEPÇÃO DOS ACADEMICOS DE ADMINISTRAÇÃO DA FEMA/IMESA**

### **4.1 HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO.**

Mantido pela FEMA - Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, que tem por objetivo criar, instalar, manter e promover a expansão de Institutos de Ensino de nível superior, o IMESA - Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis foi criado pela Lei Municipal nº 2.374, de 19 de outubro de 1985, e autorizado a iniciar suas atividades por meio do parecer CEE 608/88, de 01 de julho de 1988.

Desde a sua criação, o IMESA tem procurado ser congruente com a aspiração da sociedade brasileira, que exige e urge por um papel mais firme e participativo das Instituições de Ensino Superior, na oferta de um ensino que atenda, efetivamente, aos interesses e necessidades da comunidade onde se insere e da sociedade nacional como um todo.

O IMESA - Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis iniciou seu funcionamento em 1989, com a implantação dos cursos de Ciências com Habilitação em Matemática, atualmente Licenciatura em Matemática (reconhecido pela Portaria CEE/GP 619, de 12/12/2012) e o Curso Superior de Tecnologia em Processamento de Dados, atualmente Curso Superior de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas (reconhecido pela Portaria CEE/GP 520, de 02/12/2011), tendo em vista atender às expectativas de formação profissional, tanto em área insuficientemente servida na comunidade regional, como em campo de demanda crescente, respectivamente. Em 1996, buscando atender a demanda da região por profissionais da área de publicidade e propaganda, foi implantado o curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (reconhecido pela Portaria CEE/GP 212, de 12/05/2011). Tendo em vista o mercado local e regional, cada vez mais exigente e competitivo, no ano de 1999 foram implantados cinco cursos: Administração (reconhecido pela Portaria CEE/GP 639, de 27/12/2012), Ciência da Computação (reconhecido

pela Portaria CEE/GP 61, de 02/04/2012), Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo (reconhecido pela Portaria CEE/GP 557, de 21/12/2011), Direito (reconhecido pela Portaria CEE/GP 80, de 26/03/2010) e Química Industrial - Bacharelado e Licenciatura (reconhecido pela Portaria CEE/GP 511, de 03/10/2008).

No ano de 2006, considerando a crescente busca por profissionais da área da saúde, o IMESA - Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis obteve autorização para implantar o curso de Enfermagem (reconhecido pela Portaria CEE/GP 556, de 13/11/2012), consolidando, assim, a sua importância regional para o desenvolvimento de programas de pós-graduação, a Instituição tem-se pautado nos interesses e necessidades dos concluintes da graduação para a institucionalização da continuidade de sua formação acadêmico-profissional, assim como no compromisso de atender à demanda da comunidade externa.

Ao lado do ensino de graduação e de pós-graduação, o IMESA expressa significativo investimento na oferta de cursos de atualização, seminários e atividades extensionistas, além de fomentar a realização de ações investigativas e práticas sociais e comunitárias.

Nesse sentido, a articulação e a integração do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA com o meio social se estabelecem mediante três linhas de atuação: prestação de serviços especializados, ações sociais e comunitárias e projetos acadêmico-profissionais. Com forte inserção na comunidade regional, suas linhas de atuação apresentam, nos últimos anos, sólida ampliação de parcerias e convênios contribuindo concretamente para a expansão de sua responsabilidade social.

O Programa de Iniciação Científica (PIC), o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (PIBITI), o Centro de Pesquisas em Ciências (CEPECI), Centro de Pesquisas em Informática (CEPEIN), provedor de internet FEMANET, a Revista VALE, a Agência Geração Propaganda, a TV FEMA; o Projeto de Extensão Universitária FEMA Rondon, o Centro de Radiodifusão Cultural e Educativa, o Ambiente Virtual de Aprendizado e os Laboratórios de Ensino, representam, igualmente, novos

espaços educacionais cujas atividades registram o sentido de desenvolvimento, evolução e inovação, norteadores dos princípios institucionais.

Com o objetivo de promover a inserção do discente de graduação nos estudos científicos, o IMESA desenvolve projetos de pesquisa por meio do Programa de Iniciação Científica – PIC, do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC e do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação - PIBITI.

No Programa de Iniciação Científica - PIC, o aluno desenvolve pesquisas sobre temas ligados ao seu curso. Atualmente, são 30 bolsas, com duração de 11 meses, para estudantes do segundo ao penúltimo ano de todos os cursos. Esses estudantes recebem desconto de 42,5%, da menor mensalidade da Instituição. A FEMA disponibiliza três linhas de pesquisa: Gerenciamento de Organizações e Análise Econômica, para o curso de Administração; Sociedade, Política e Comunicação, para Jornalismo, Publicidade e Direito; e Tecnologia e Educação, para Ciência da Computação, Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Enfermagem, Química e Matemática.

O Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica - PIBIC é um programa voltado para o desenvolvimento do pensamento científico e iniciação à pesquisa de estudantes de graduação do ensino superior. No ano de 2011, o IMESA/FEMA obteve a concessão de 5 bolsas oferecidas pelo CNPq, para desenvolvimento de projetos nas áreas de Ciências Exatas e da Terra, Ciências da Saúde e Ciências Sociais e Aplicadas.

O Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação – PIBITI visa estimular estudantes do ensino superior ao desenvolvimento e transferência de novas tecnologias e inovação. São duas bolsas, em parceria com o CNPq, com duração de 11 meses, para estudantes de todos os cursos.

O Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis - IMESA participou de 02 edições do Projeto Rondon no ano de 2010, nos meses de Janeiro e Julho. Em janeiro de 2010, os alunos e professores da FEMA atuaram em Tocantins e

Goiás. Em Miracema do Tocantins – Tocantins, a equipe atuou nas áreas de Comunicação, Meio Ambiente, Tecnologia e Produção/Trabalho. Em Paraúna – Goiás, a equipe atuou nas áreas de Cultura, Direitos Humanos e Justiça, Educação e Saúde. Em julho de 2010, a equipe esteve em Carnaubeira da Penha – Pernambuco, e desenvolveu atividades voltadas para capacitar multiplicadores nas áreas de Informática, Gestão Financeira, Gestão Pública, Saúde e Meio Ambiente, por meio de palestras e oficinas.

Motivado pelas experiências adquiridas com a participação no Projeto Rondon, o IMESA/FEMA, no ano de 2011, instituiu o Projeto de Extensão Universitária FEMA Rondon. Trata-se de um projeto desenvolvido por professores e alunos da instituição, que visa estimular o empreendedorismo e o voluntariado dos alunos participantes.

A FEMA presta também serviços à comunidade por meio de seu Centro de Pesquisas em Ciências (CEPECI), Centro de Pesquisas em Informática (CEPEIN) e provedor de internet FEMANET.

O Centro de Pesquisa em Ciências (CEPECI) conta com duas linhas de pesquisa, com trabalhos na área de qualidade da água e em fermentação acética.

Além disso, presta serviços nas áreas de produção agroindustrial, desenvolvimento tecnológico e controle microbiológico de alimentos e água, consumidos pela população de Assis e região. O CEPECI realiza ainda a análise da qualidade de solo, dos alimentos, das sementes e da água. É também um setor onde os alunos do Curso de Química Industrial realizam estágio. O Centro de Pesquisa em Informática (CEPEIN) tem, como principais características, o planejamento, o controle e a administração dos Sistemas de Informações da FEMA e de suas unidades; o estudo e desenvolvimento de novas tecnologias na área de informática, para a comunidade em geral. Presta serviços nas áreas de desenvolvimento de software para a área pública e privada, geoprocessamento para prefeituras, treinamentos de pessoas e Internet. O CEPEIN também é responsável pelo provedor de Internet – FEMANET, o primeiro da região de Assis.

O Centro de Pesquisa em Informática desenvolve pesquisas e presta serviços na área de informática. Nos últimos anos, diversos Programas de Iniciação Científica foram desenvolvidos por professores e alunos da Instituição com base nos recursos do CEPEIN. Tais pesquisas geraram artigos científicos publicados em congressos e simpósios. Diversos alunos que desenvolveram pesquisas científicas no CEPEIN conseguiram ingressar em cursos de mestrados em importantes centros universitários, como USP, UFSCar e o LNCC - Laboratório Nacional de Computação Científica.

Além das áreas de atuação já destacadas, cabe ressaltar que a Fundação também oferece a prestação de serviços à comunidade, por meio do desenvolvimento de diversos projetos e parcerias, tais como: a Agência Geração Propaganda, que desenvolve estratégias de comunicação para a Instituição e para a comunidade, fornece suporte de comunicação a organizações do terceiro setor e a projetos sociais voluntários e/ou financiados; a TV FEMA, a Rádio FEMA e o estabelecimento de convênios com diferentes setores públicos para o desenvolvimento de projetos e treinamento de pessoal.

Outro suporte de comunicação e informação do IMESA é o ambiente virtual de aprendizado, desenvolvido pelo ambiente “moodle”, para complementar as aulas presenciais. Nesse ambiente, os alunos podem adequar seus horários de trabalho às atividades de um curso e as aulas tornam-se mais eficazes e dinâmicas. O aluno discute e soluciona suas dúvidas com o professor e os colegas e esse tipo de interação permite uma forma inovadora de aprendizado. O material utilizado nas aulas pelo professor (slides, filmes, entrevistas, exercícios, jogos on-line etc.) é disponibilizado aos alunos por meio desse ambiente.

O envolvimento do IMESA com a pesquisa objetiva também manter o professor atualizado em sua área, uma vez que o convívio com a pesquisa, a iniciação científica e a extensão, promovem oportunidades à comunidade acadêmica de formação continuada e consolidam a excelência no ensino.

Nesse contexto, os docentes também trabalham na produção de artigos por meio da Revista VALE. Trata-se de uma publicação de cultura, arte e ciência, organizada e editada pelos professores do Instituto Municipal de Ensino

Superior de Assis - IMESA, vinculado à Fundação Educacional do Município de Assis - FEMA.

Programada para divulgar pesquisas, estudos e reflexões sobre as várias áreas do conhecimento, a Revista VALE representa mais de um instrumento de estímulo para a produção acadêmica, tendo em vista a busca constante da excelência. É também mais um canal de diálogo com outros profissionais e outras instituições, além de se constituir numa prestação de contas à sociedade, enquanto pesquisadores, intelectuais e professores.

Além disso, o IMESA/FEMA oferece diversas oportunidades para seus alunos adquirirem experiências culturais diferentes, através de estudos de 1 ou 2 semestres em universidades parceiras no exterior, ou através de estágios profissionais realizados em empresas ou universidades no exterior. A experiência possibilita aos estudantes uma imersão em outra cultura e uma ampliação da visão do mundo, criando elementos adicionais para seus estudos de graduação.

O Ciência sem Fronteiras é um programa do Governo Federal, que busca promover a consolidação, expansão e internacionalização da ciência e tecnologia, da inovação e da competitividade brasileira por meio do intercâmbio e da mobilidade internacional. O Programa Ciência sem Fronteiras visa propiciar a formação de recursos humanos altamente qualificados nas melhores universidades e instituições de pesquisa estrangeiras, com vistas a promover a internacionalização da ciência e tecnologia nacional, estimulando estudos e pesquisas de brasileiros no exterior, inclusive com a expansão significativa do intercâmbio e da mobilidade de graduandos e graduados.

Os estudantes do IMESA/FEMA podem participar do programa de Graduação Sanduíche no Exterior (SWG), que é uma bolsa dirigida a alunos de graduação para estágios de seis meses a um ano, sendo de seis a nove meses em atividades acadêmicas e o restante em laboratórios de pesquisa, empresas ou centros de P&D. Os benefícios compreendem as passagens aéreas, auxílio instalação, seguro saúde, além das mensalidades para manutenção. São elegíveis os estudantes com bom aproveitamento acadêmico e engajados em programas de iniciação científica ou tecnológica, bem como alunos premiados

em olimpíadas de matemática ou ciências, feiras científicas e atividades similares, de mérito reconhecido.

O IMESA/FEMA também é parceiro do programa de intercâmbios IAESTE, com presença em mais de 80 países. A IAESTE é uma entidade não governamental, sem fins lucrativos, fundada em 1948 na Inglaterra, e hoje presente em 80 países. O principal objetivo é promover o intercâmbio cultural, através de uma experiência de trabalho remunerada, dentro da área de formação do estudante. Através da IAESTE, os estudantes do IMESA/FEMA podem ter uma experiência profissional no exterior, de 2 a 12 meses de duração, dentro da sua área de estudo e ainda recebem uma bolsa auxílio suficiente para cobrir as despesas básicas com acomodação, transporte e alimentação.

As práticas sociais e comunitárias no IMESA visam contribuir para a qualidade de vida da população que abrange, por meio de programas e projetos, alguns em parceria com outras instituições, buscando a integração contínua ao ensino e à pesquisa, considerando a responsabilidade social da Instituição. Deste modo, o IMESA/FEMA é uma referência como centro educacional, polo regional de pesquisa e extensão de serviços prestados à comunidade.

#### 4.2 O PERFIL DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO.

Os alunos já se encontram inseridos, na sua maioria, no mercado de trabalho, numa faixa etária de 18 a 25 anos, que procuram o curso como uma forma de ascensão profissional, garantindo sua empregabilidade e aprimorando seus conhecimentos, habilidades e atitudes.

O profissional de Administração ou "Gestor de Conhecimentos" deve ser um agente de condução do cotidiano, de mudanças e transformações das organizações bem como de novos rumos, novos processos, objetivos, estratégias e tecnologias. Deve, ainda, exercer um papel de educador e orientador capaz de modificar comportamentos e atitudes das pessoas e, conseqüentemente, com seu estilo de administração influenciar a cultura organizacional. Em suma, o administrador precisa ser criativo, inovador,

ousado, ágil, capaz de se modificar e adaptar continuamente, sem perder o foco empreendedor.

Atualmente o administrador deve estar mais atento, aos novos desafios, as novas tendências e exigências do mercado de trabalho atual, possuindo uma visão globalizada para atender desde um consumidor a um serviço, que possui muita exigência.

#### 4.3 ANALISE DE DADOS.

A pesquisa de campo consiste na aplicação de um questionário entre alunos de graduação em administração da FEMA/IMESA, matriculados no 1º e 4º ano do curso. Optamos por questões objetivas que foram respondidas aleatoriamente por grupo de 20 alunos de cada turma.

- (1) Entre as opções abaixo, escolha aquelas que você investiria como prioridade em sua carreira profissional.

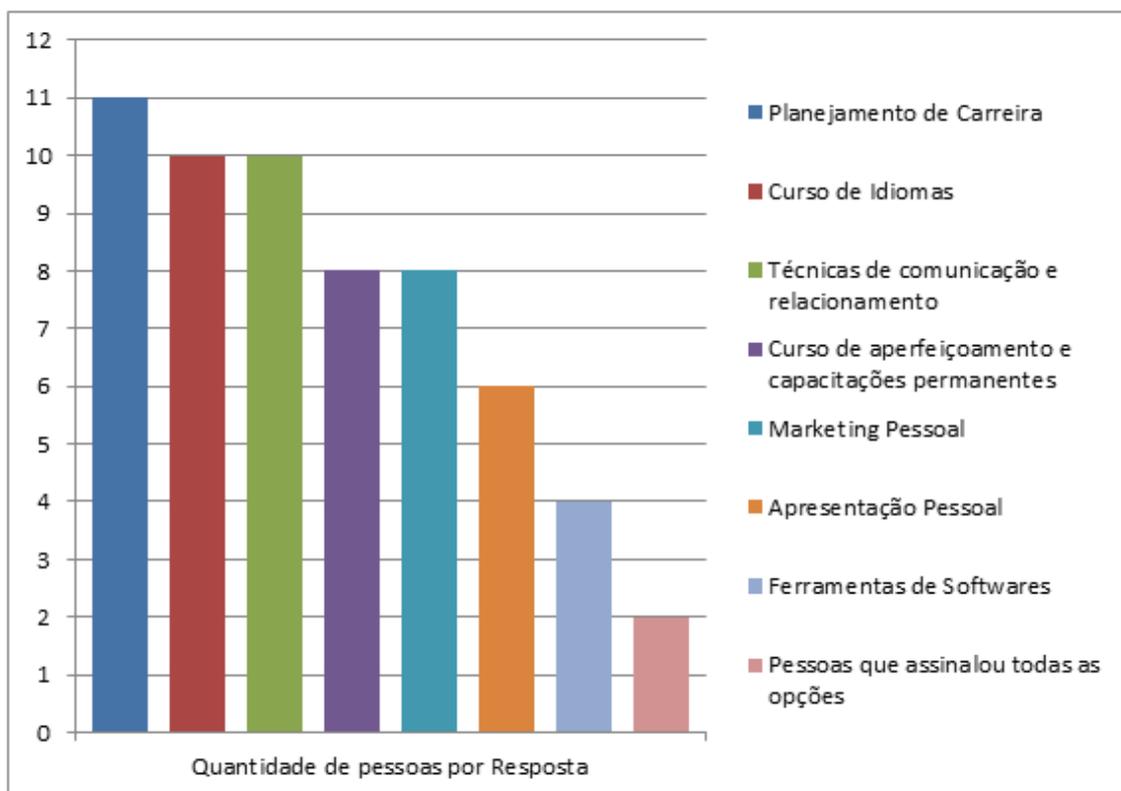
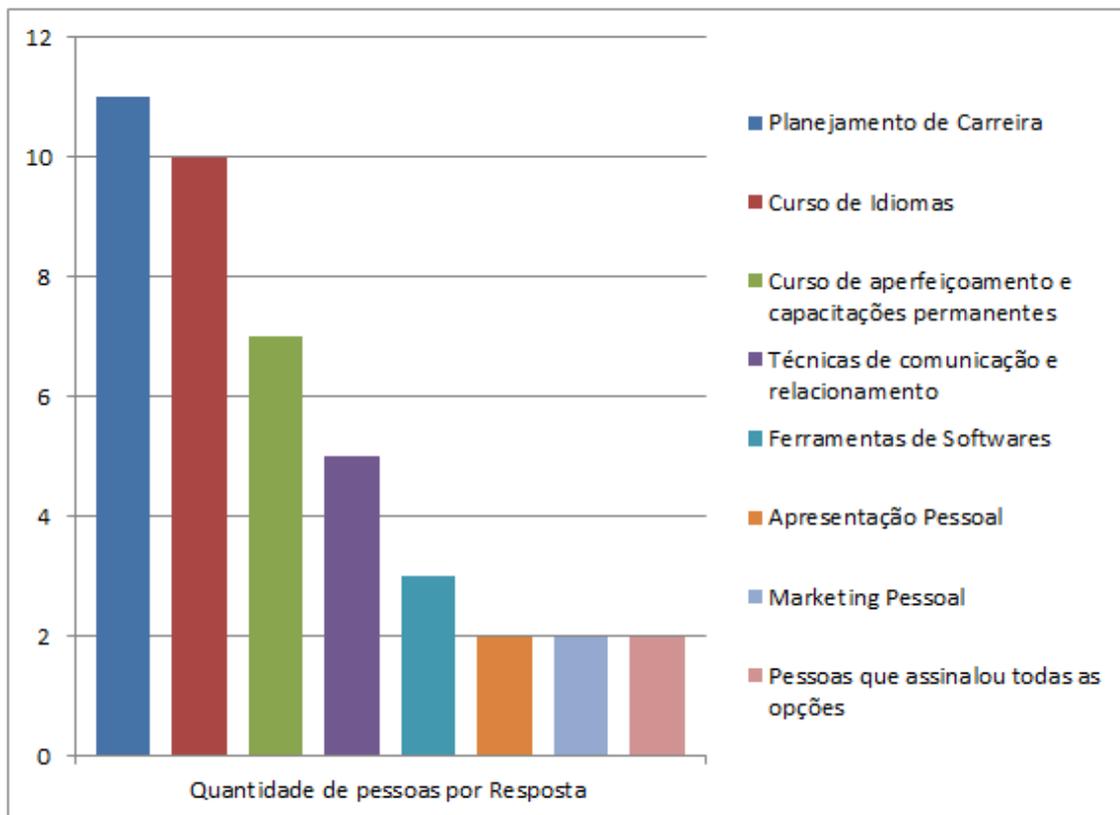


Figura 2- Gráfico do 1º ano de Administração



*Figura 3 - Gráfico do 4º ano de Administração*

Podemos constatar no grupo de alunos do 1º ano que entre as prioridades de investimento nas suas carreiras profissionais o planejamento de carreira foi o mais valorizado.

As opções de técnicas de comunicação e relacionamento, juntamente com cursos de idiomas aparecem como segundos itens mais votados. Como terceira prioridade na mesma escala de valor, apareceu o marketing pessoal e o curso de aperfeiçoamento e capacitações permanentes.

Finalizando apareceu apresentação pessoal, depois, o ultimo entre os itens, o conhecimento das ferramentas de softwares.

Nesse âmbito é curioso perceber que apesar de estar cursando a serie inicial de um curso de nível superior em Administração de Empresas, a percepção sobre a importância do Marketing Pessoal fica evidente nas opções elencadas como prioritárias.

No entanto foi surpreendente a percepção dos alunos matriculados no 4º ano. Observamos que em suas escolhas de prioridades no que diz respeito ao investimento profissional alguns itens são comuns com a turma do 1º ano, como por exemplo, o planejamento pessoal e o curso de idiomas. Mas o que abrange ao marketing pessoal apareceu como o item menos valorizado, empatando com a apresentação pessoal. Ambas as turmas consideraram o Planejamento de Carreira como investimento prioritário em suas carreiras.

Para reafirmar esse posicionamento, os gráficos abaixo demonstram como os alunos do 1º ano estão mais atentos as novas tendências exigidas pelo mercado de trabalho, enquanto os alunos do 4º ano ainda demonstram uma visão um pouco mais tradicional, assim como a formação e qualificação é importante para a carreira do profissional, a experiência no mercado de trabalho.

(2) O que você considera mais importante na carreira do profissional?

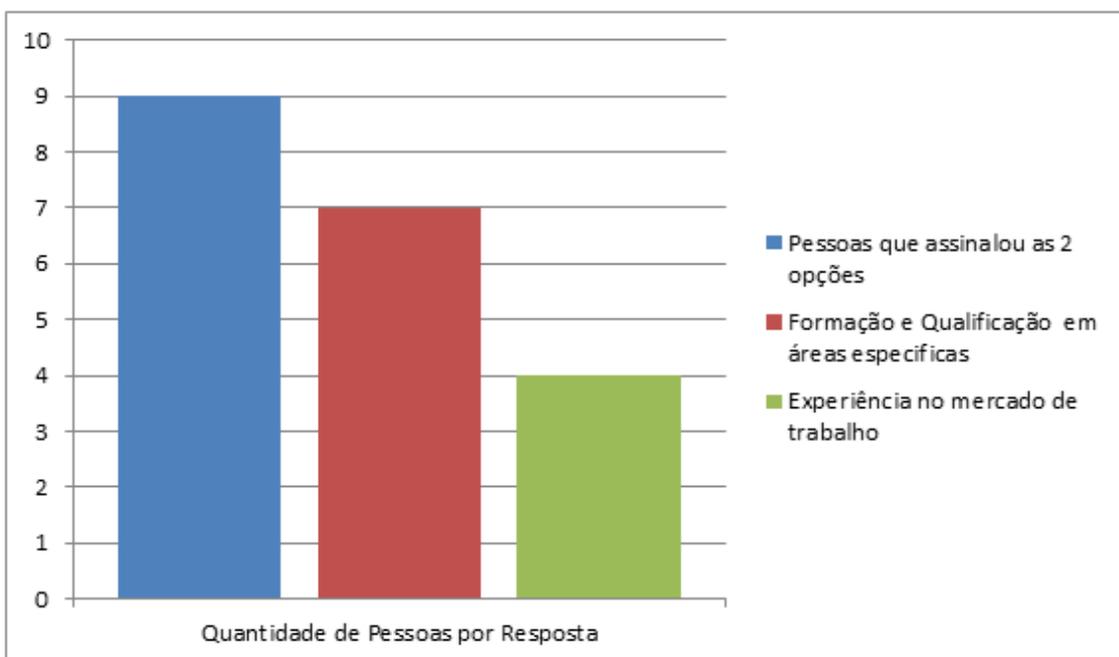


Figura 4 - Gráfico do 1º ano de Administração

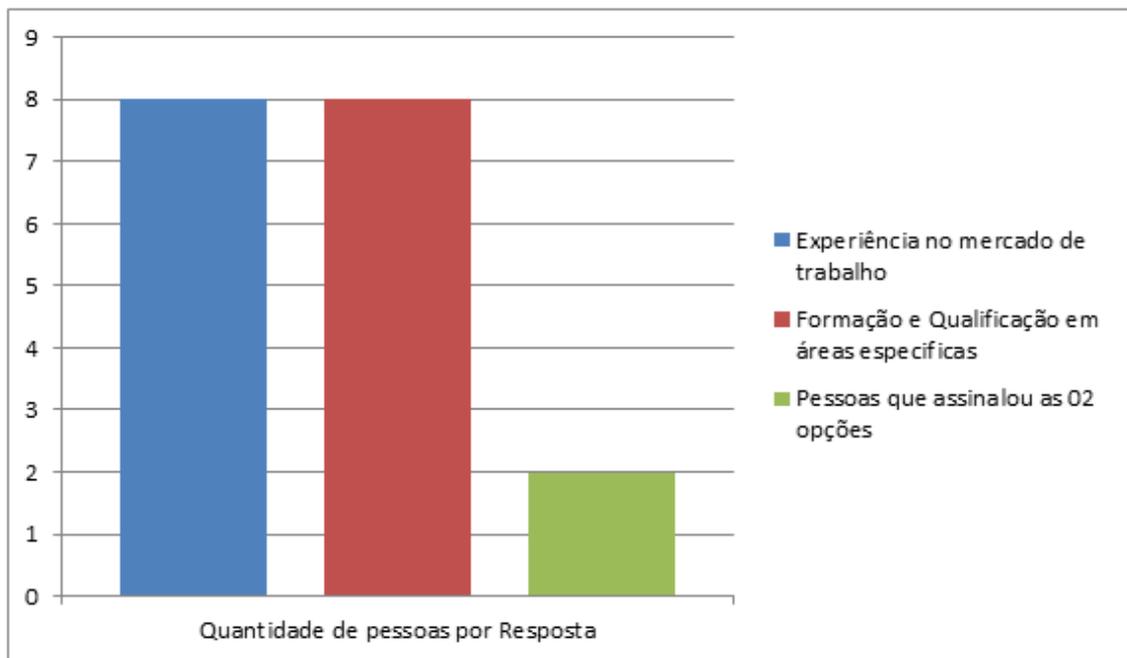


Figura 5 - Gráfico do 4º ano de Administração

Sendo assim pode afirmar que o 1º ano já possui uma visão bem adiantada, amadurecida em relação a sua carreira profissional, já tem uma perspectiva relevante que o profissional necessita investir em si mesmo, em sua formação e qualificação profissional, além das experiências adquiridas no mercado de trabalho.

O 4º ano possui uma visão que podemos considerar tradicional, dando a mesma importância para o profissional à experiência no mercado de trabalho, quanto a sua formação e qualificação.

Nos dias atuais o investimento em si próprio se torna fundamental, quando o profissional deseja obter um potencial a mais em sua carreira.

## 5. CONCLUSÃO

Com este trabalho podemos concluir que com o desenvolvimento tecnológico e com o grande fluxo de informações no mundo, o mercado de trabalho se torna cada vez mais exigente, aumenta-se a necessidade de profissionais bem qualificados. Por este motivo é evidente a necessidade dos profissionais de buscar e conhecer alternativas que contribuíram para elaboração de um currículo de valor.

O Marketing Pessoal prepara o indivíduo para a inserção no mercado de trabalho, pois possui estratégias e ferramentas que podemos considerar um diferencial altamente competitivo, proporcionando ao profissional a oportunidade de atrair as melhores oportunidades e os melhores salários.

Através do Marketing Pessoal, os conhecimentos e as habilidades são aprimoradas. Com seu desenvolvimento o indivíduo alcança uma carreira bem sucedida, possui uma imagem renovada, altera sua postura, imagem e conduta, garantindo a melhoria de qualidade de vida.

Investir no Marketing Pessoal é deixar registrada sua marca no mercado de trabalho, em um ambiente onde existem vários profissionais qualificados na busca de sucesso em sua carreira, com qualificações semelhantes, e algumas características se tornam um ponto positivo, sendo decisivas na hora do processo de seleção pelos melhores.

Muitas vezes, alguns profissionais consideram a experiência no mercado de trabalho o fator mais importante na carreira do profissional, e por este motivo deixam de cuidar de seu Marketing Pessoal, ou seja, da sua imagem, da sua apresentação pessoal, da sua comunicação, deixam de realizar investimentos em si mesmo, se tornam acomodados. Os profissionais que possuem seu marketing pessoal bem aplicado, se destacam, aumentam suas chances, pois nada adianta ter um currículo rico em experiência se o profissional não possui formações e qualificações profissionais, não sabe se comunicar, não tem atitudes e uma imagem positiva.

Desenvolver o Marketing Pessoal é garantir a conquista de um excelente emprego, valorizando seu potencial e sua capacidade, tanto na vida profissional como na vida pessoal.

## 6. REFERÊNCIAS

AQUINO, Cleber Pinheiro de. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 1980.

BIDART, Lúcia de B. **Marketing Pessoal: você sabe o que é?** Rio de Janeiro: Gryphus, 2000.

BORDIN FILHO, Sady. **Marketing pessoal: 100 dicas para valorizar a sua imagem**. 13ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

CILETTI, Dorene. **Marketing Pessoal**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 2002.

DUTRA, Joel Souza. **Administração de carreiras: uma proposta para repensar a gestão de pessoas**. São Paulo: Atlas, 1996.

DUTRA, Joel Souza. **Gestão de Pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de Pessoas: Enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

HOFMEISTER, Deise Leia Faria. **Planejamento e Desenvolvimento de Carreira**. IESDE Brasil S.A, Curitiba, 2009.

KOBER, Claudia Mattos. **Qualificação profissional: uma tarefa de sísifo**. Campinas: Autores Associados, 2004.

LÈBRE, Andrea. **Networking: como criar, manter e usufruir de sua rede de contatos**. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1999.

LOBOS, J. A. **A administração de recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 1979.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos:** do operacional ao estratégico. São Paulo. Saraiva, 2009.

MARQUES, Wagner Luiz. **Empregabilidade.** 2. Educação; qualidade; vontade; entusiasmo; força; excelência – Biografia I. Título, 1966.

MINARELLI, José Augusto: **Networking:** Como utilizar a rede de relacionamentos na sua vida e na sua carreira. São Paulo: Editora Gente, 2001

RABAGLIO, Maria Odete. **Seleção por Competência.** São Paulo: Editora Educator, 2001.

RESENDE, Enio J. **O livro das competências:** desenvolvimento de competências: a melhor auto ajuda para pessoas, organizações e sociedade. Rio de janeiro, Editora Qualitymark, 2003.

RIBEIRO, Celia. **Boas maneiras e sucesso nos negócios:** um guia pratico de etiqueta para executivos. Porto Alegre: L & PM, 1993.

RITOSSA, Cláudia Mônica. **Marketing Pessoal:** quando o produto é você. Curitiba: Editora Ibpex, 2009.

SILVA, Fabiana Custódio e; SILVA, Murilo Sérgio Vieira. Recrutamento e Seleção de Recursos Humanos: desenvolvendo o capital humano. (2006), Disponível em: [http://www.unievangelica.edu.br/gc/imagens/file/revistaadministracao/pdf3/REC\\_RUT\\_AMENTO\\_E\\_SELECAO.PDF](http://www.unievangelica.edu.br/gc/imagens/file/revistaadministracao/pdf3/REC_RUT_AMENTO_E_SELECAO.PDF). Acesso em 13 de fevereiro de 2014.

TAKISHY, TACHIZAWA, Victor Claudio Paradela Ferreira e Antonio Alfredo Mello Fortuna. **Gestão com pessoas:** uma abordagem aplicada as estratégias de negócios. Rio de Janeiro. Editora FGV, 2006.

YEDA, Oswaldo. Planejamento e autogestão de carreira – Contextos e desafios sob perspectiva holística. São Paulo: Livrus, 2013.

**Referências da Web**

<<[http://fema.edu.br/images/imesa/historico\\_instituicao\\_fema](http://fema.edu.br/images/imesa/historico_instituicao_fema)>>. Acesso em: 23 abril. 2014.