III Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento

20 a 22 de outubro de 2014

CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL

EPH0279

MARKETING PESSOAL E O DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS COMO DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

JONATAS ALVES PEREIRA JACINTO
jonas_apj@hotmail.com
ADMINISTRAÇÃO NOTURNO
UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

ORIENTADOR(A)
JORGE LUIZ KNUPP RODRIGUES
UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

RESUMO

O objetivo deste trabalho é mostrar aos indivíduos a importância do uso do marketing pessoal, pelos profissionais que buscam um bom posicionamento no mercado, como ferramenta para o sucesso em um mercado altamente competitivo. Atualmente, com o mercado extremamente competitivo as pessoas devem estar dispostas a desenvolver métodos de diferenciação para manter-se no mercado. O propósito dessa pesquisa foi analisar como o marketing pessoal pode contribuir para que os indivíduos obtenham um diferencial competitivo no mercado atual, que se mostra cada vez mais exigente com relação às competências necessárias que um profissional precisa ter para ser contratado. Notadas essas exigências feitas, os profissionais que buscam um bom posicionamento no mercado, devem procuram sempre aperfeiçoar suas competências, seja ela técnica, política e ou comportamental, porem também precisam buscar melhorar o marketing pessoal que é o grande problema, pois muitos não buscam melhorar sua marca pessoal tornando-se uma pessoa sem diferencial. Com base nesta observação a presente pesquisa enfatizou o marketing pessoal como umas das ferramentas que contribui como o diferencial competitivo, pois para que ocorram conquistas o individuo deve-se utilizar dessa ferramenta. Assim sendo, procurou-se resposta para a seguinte pergunta: É o marketing pessoal um diferencial competitivo que pode contribuir para resultados satisfatórios dos indivíduos? O projeto de pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade de Taubaté e recebeu o número CAAE: 30078914.8.0000.5501. O método utilizado na realização deste trabalho foi uma pesquisa bibliográfica, a qual por meio de artigos acadêmicos, teses, dissertações, livros etc, procurou analisar os conceitos, características, objetivos etc. do marketing pessoal e também buscou subsídios teóricos de como desenvolver as competências para ser um diferencial no mercado. Também foi realizada uma pesquisa de campo, por com a utilização de um questionário com 24 perguntas, ou seja, uma pesquisa quantitativa que foi utilizada para fazer um confronto com os dados teóricos do marketing pessoal. Os dados obtidos foram quantificados e receberam tratamentos estatísticos de maneira a disponibilizarem informações e resultados tangíveis aos interessados. O resultado obtido pela pesquisa mostra que de 30 pessoas que participaram da pesquisa somente 20% dos indivíduos responderam que sempre praticam e se interessam pelo marketing pessoal, 27% freqüentemente, 33% ocasionalmente e os 20% restante responderam que raramente praticam e se interessam. Outro dado relevante é que 27% dos participantes sempre consideram de grande importância o marketing pessoal para a divulgação de sua imagem, 33% freqüentemente consideram, outros 33% ocasionalmente e 7% raramente consideram de grande importância. Os números demonstram que poucas pessoas se preocupam com marketing pessoal, e que somente as pessoas com um grau de conhecimento, ou um grau de escolaridade maior acreditam e buscam aperfeiçoar o marketing pessoal em geral e, conhecem a importância da utilização dessa ferramenta para obter um diferencial no mercado atual. Com o presente trabalho os indivíduos que participaram da pesquisa e os que estarão consultando este trabalho futuramente, poderão compreender melhor o marketing pessoal e utilizar-se das informações, teorias e exemplos práticos ensinados por grandes autores da área para obter diferencial competitivo. Portanto, para qualquer profissional, seja de qualquer área da empresa, operacional ou administrativa a preocupação com a marca pessoal deve ser a mesma e aplicando tudo que foi descrito e apresentado neste trabalho, finalmente pode-se contribuir para o alcance dos objetivos, sejam eles profissionais ou pessoais.