

RESUMO

A competitividade por uma vaga no mercado de trabalho e o nível de exigência das empresas está instigando as pessoas a buscarem uma melhor qualificação. A tendência atual no mercado de trabalho é fazer uso do Marketing Pessoal, ajudando a identificar os pontos fortes, talentos, habilidades e competências para conseguir consolidar uma imagem positiva e obter o reconhecimento por ela. O Marketing pessoal está inserido no âmbito das profissões para trabalhar o potencial do indivíduo como uma “ferramenta de destaque”. Portanto, qualquer profissional que pretende apresentar um diferencial em relação aos demais profissionais de sua área, deve buscar como prioridade trabalhar e oferecer um perfil que se enquadre no código de ética da profissão, realizar atualização em sua qualificação intelectual e saber gerenciar suas emoções. Considerando esse contexto, a pesquisa possui como foco principal o marketing pessoal na vida dos discentes do curso de Secretariado Executivo da UFPB. A questão do trabalho é saber se os discentes do curso de Secretariado executivo desenvolvem seu marketing pessoal, tendo por objetivo geral entender a construção do marketing pessoal do aluno do curso de secretariado executivo. Especificamente falando: avaliar a evolução do currículo do aluno no decorrer do curso de secretariado executivo, identificar o planejamento de construção da carreira do aluno do curso de secretariado executivo, como ele trabalha sua imagem, e analisar a percepção do aluno de secretariado executivo sobre a estrutura dos meios fornecidos para o desenvolvimento do marketing pessoal. O estudo foi realizado por meio de um questionário estruturado com objetivo de conhecer a percepção, nível de conhecimento, interesse e reflexão em relação ao marketing pessoal dos alunos dos dois últimos semestres do curso de secretariado. Observou-se que os alunos não possuem o domínio total do seu marketing pessoal, pois de acordo com os resultados, pretendem seguir a carreira acadêmica, mas não conhecem ou buscam conhecer onde existe formações complementares, participam de eventos realizados pela universidade, mas não costumam atualizar seu currículo, cuidam de sua imagem pessoa e buscam aprimorar seu marketing pessoal, entretanto não dominam as línguas estrangeiras.

Palavras-chave: Marketing pessoal, mercado de trabalho, carreira acadêmica.

