

## **MARKETING PESSOAL: Ferramentas e Estratégias Para a Formação do Profissional do Futuro**

Arlene Moreira Rodrigues <sup>1</sup>  
Nísia Maria Teresa Salles <sup>2</sup>

### **RESUMO**

O objetivo deste trabalho, através da abordagem do tema de marketing pessoal é verificar como este influencia na formação discente dos alunos dos técnicos integrados ao Ensino Médio do IFTM – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro - Campus Uberlândia, tendo-se por base a realidade exigidas nos dias atuais para qualquer profissional, em qualquer área observando-se que as pessoas devem se preparar para se apresentarem bem em qualquer situação. Para conceber uma abordagem diretiva, foram confrontadas as perspectivas da carreira tradicional e das profissões em desenvolvimento neste século, articulando-as a aspectos referentes ao marketing pessoal, assumido como instrumento de interferência no desenvolvimento das carreiras, visto que considerando o mercado atual num cenário cada vez mais competitivo, excitado, saturado e com profissionais cada vez mais capacitados, criar um diferencial, torna-se necessário e pontual. Por meio de uma abordagem bibliográfica realizada sobre o tema, percebe-se que o foco, a persistência e objetivos bem definidos e delineados como visão, valores e metas são de suma importância além de uma rede de network e hábitos saudáveis buscando atender tanto as demandas da instituição no qual atuará o futuro profissional, quanto as suas expectativas para o futuro, que nem sempre são convergentes com as primeiras.

**Palavras-chave:** Marketing Pessoal, IFTM, Profissional, Discente

---

<sup>1</sup> Especialista em Gestão Pública, Bacharel em Administração, Auxiliar em Administração. Atua na coordenação de Almoxarifado e Patrimônio do IFTM – Campus Uberlândia. Email: [arlene@iftm.edu.br](mailto:arlene@iftm.edu.br);

<sup>2</sup> Mestre em educação, Pedagoga, atua na coordenação de Assistência Estudantil do IFTM – Campus Uberlândia. Email: [nisia@iftm.edu.br](mailto:nisia@iftm.edu.br).