

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

## **MARKETING PESSOAL EM PROCESSOS DE SELEÇÃO E RECRUTAMENTO.**

Célia Helena de Oliveira de Ramos (Unopar) [celiaoliveira.ramos@gmail.com](mailto:celiaoliveira.ramos@gmail.com)  
Ludovico Felipaki Neto (Unopar) [felip.neto@hotmail.com](mailto:felip.neto@hotmail.com)  
Paulo César da Silva (Unopar) [paulocesarredivo@gmail.com](mailto:paulocesarredivo@gmail.com)  
Professora Gabriella Baldao [gabriella.baldao@educadores.net.br](mailto:gabriella.baldao@educadores.net.br)  
Professora Patricia Koeler Maggioni [patricia.maggioni@educadores.net.br](mailto:patricia.maggioni@educadores.net.br)

### **Resumo:**

A pesquisa realizada tem como finalidade, mostrar como os recrutadores identificam a qualificação profissional dos candidatos em processos de seleção.

Em um cenário de mercado tão competitivo atualmente, a entrevista tem papel decisivo, pois desta forma, o candidato tem a oportunidade de apresentar as suas experiências e um bom marketing pessoal fará toda a diferença.

O Marketing Pessoal surgiu como forma de revalorização das capacidades e competências do homem, ou seja, como destacar-se em meio a tantos e atingir o sucesso global.

Aspectos importantes como a postura, fácil comunicação, boa aparência, são as primeiras impressões analisadas. Atitudes e pensamentos simples podem proporcionar crescimento profissional.

**Palavras-chave:** Marketing Pessoal, Processos de Seleção, Recrutamento, Imagem Pessoal, Mercado de Trabalho.

## **PERSONAL MARKETING IN SELECTION AND RECRUITMENT PROCESSES.**

### **Abstract:**

The purpose of the survey is to show how recruiters identify candidates' professional qualifications in selection processes.

In a market scenario so competitive today, the interview plays a decisive role, because in this way, the candidate has the opportunity to present their experiences and a good personal marketing will make all the difference.

Personal Marketing emerged as a way to revalorize man's abilities and skills, that is, how to stand out among so many and achieve global success.

Important aspects like posture, easy communication, good looks, are the first impressions analyzed. Simple attitudes and thoughts can provide professional growth.

**Keywords:** Personal Marketing, Selection Processes, Recruitment, Personal Image, Labor Market.

---

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

## **1. INTRODUÇÃO**

A imagem de uma pessoa é o seu maior patrimônio, ela é capaz de abrir caminhos e trazer oportunidades.

Você não está exposto em uma prateleira de um supermercado, mas precisa ser vendido! É necessário saber quem você é e aonde você quer chegar, cuidando para que sua marca pessoal seja valorizada pelo mercado, ter um diferencial, algo que te torne evidente, assim ao definir sua identidade estará decidindo também a sua marca (BIDART, 2006). Um bom profissional é aquele que sabe vender a própria imagem e sabe mostrar o seu próprio potencial, sabem persuadir e argumentar, têm estilo, presença marcante e flexibilidade.

Grande parte de todo o processo de mudanças e transformações, são decorrentes de dois fatores principais: a globalização e o desenvolvimento tecnológico. Dessa forma o mercado se torna cada vez mais competitivo. A partir destes dois fatores, outros vieram compor o cenário atual: a busca permanente pela qualidade de produtos, serviços e de vida. É necessário adaptar-se a fim de fazer parte dessa competitividade, e principalmente estar preparado para enfrentá-la.

Com surgimento na década de 1950, o marketing pessoal vem ajudando profissionais e pessoas em todas as áreas profissionais. Com conceito criado nos Estados Unidos, vem crescendo no Brasil mais fortemente desde a década de 1990.

Através do Marketing Pessoal, os profissionais passaram a se preocupar em encontrar neles mesmos as qualidades e características essenciais para se destacar.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 MARKETING PESSOAL**

Marketing Pessoal é facilmente associado à vestimenta, postura ou até mesmo o modo correto de falar. Este tipo de avaliação pode ser precipitada ou preconceituosa, mas em muitas entrevistas de emprego são assim que as coisas funcionam e uma primeira impressão pode fazer toda a diferença. No entanto, Marketing Pessoal vai além disso, é fundamental que ocorra uma interação com outras pessoas, para que se alcance sucesso profissional e a conquista de sonhos e metas (RAMALHO, 2008).

Conceitualmente, de acordo com Ritossa (2009), “Marketing Pessoal é o conjunto de ações que auxiliam o sucesso pessoal e profissional, seja para conquistar uma nova posição no mercado de trabalho ou para manter sua posição atual”. Considera ainda, que tais ações planejadas envolvem não apenas a divulgação de uma melhor imagem de nós mesmos, mas também o aperfeiçoamento das nossas deficiências e o desenvolvimento das nossas qualidades.

Kotler (2003, p. 91) diz que: “O Marketing Pessoal é uma nova disciplina que utiliza os conceitos e instrumentos do marketing em benefício da carreira e das vivências pessoais dos indivíduos, valorizando o ser humano em todos os seus atributos, características e complexa estrutura”. No contexto de marketing pessoal, o produto é uma pessoa, nesse caso “você”, ou seja, em vez de vendermos um objeto, vendemos a nós próprios (RITOSSA, 2009).

---

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

Para Rizzo (2011, p. 54) o Marketing Pessoal consiste em colocar o produto pessoa em evidência, tornando-o mais competitivo, permitindo, de maneira estratégica, que ele transite pelos diversos ambientes transmitindo a imagem da satisfação, do conhecimento, da organização, da criatividade, da integração, entre as pessoas, com elegância, comportamento e argumentação apropriados.

O autor Mário Persona (2005), afirma que “a marca que você deixa para as pessoas é uma questão estrutural do marketing pessoal que começa no caráter, passa pelo comportamento e atitude até chegar à reputação”. É necessário que o profissional de qualquer setor organizacional, se ajuste de forma estratégica, de maneira a ser encarado como um produto a ser vendido e, portanto, apresentado a mesma velocidade de inovações e mudanças necessárias para o acompanhamento de eventos do atual ambiente (RIZZO, 2011). O autor ainda propõe que na composição do produto pessoa, é necessário ter características como o conhecimento, administração profissional e social, criatividade e capacidade de integração e relacionamento.

O melhor e mais útil produto do mundo ficará na prateleira juntando poeira e manchas, desvalorizando-se e perdendo validade caso o seu marketing não seja feito (CORTEZ, 2004).

## **2.2 A NECESSIDADE DO MARKETING PESSOAL.**

O Marketing Pessoal surgiu como forma de revalorização das capacidades e competências do homem, ou seja, como destacar-se em meio a tantos e atingir o sucesso. Então, como podemos nos destacar e continuarmos a preservar nossas características? Lembre-se de que em todo processo de desenvolvimento pessoal é importante preservarmos nossas características, evitando a busca de ser aquilo que não somos.

O primeiro passo é construir uma autoimagem positiva e otimista, pois a maioria das pessoas fogem daqueles que estão sempre mal-humorados e são pessimistas. Portanto, cuide da sua comunicação e apresentação pessoal, pois estes são o seu cartão de visitas. Sempre demonstre iniciativa, persistência e motivação. Certamente isto trará a atenção das pessoas, identificando-o como alguém interessante e interessado.

Fique atento ao feedback, saber o que as pessoas pensam a seu respeito pode ajudar a mudar pequenos hábitos e costumes, se necessário. Utilize o bom senso para distinguir aquilo que é possível fazer, àquilo que não irá comprometer sua essência.

## **2.3 APRENDA A MELHORAR A SUA IMAGEM**

Para vender a sua imagem, suas ideias e o seu talento, não basta apenas convencer as pessoas sobre o quanto você é capaz, você precisa “ser” realmente o produto que está vendendo. Seja sincero e não diga nada negativo ou de julgamento duvidoso sobre si mesmo ou sobre outra pessoa. A disciplina verbal pode se tornar um hábito e vale a pena. Então, o que precisamos fazer para termos um bom marketing pessoal e sermos reconhecidos e valorizados, obtendo assim o sucesso e a realização profissional?

- Em primeiro lugar convença a si mesmo antes de tentar convencer os outros, acredite no seu potencial e transforme a sua confiança em argumentos, a fim de persuadir a quem ouve.
-

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

- Tenha espírito de liderança, desenvolva habilidades de influenciar pessoas e ser um formador de opinião.
- Transmita confiança aos seus chefes e companheiros de trabalho. Você deve ser a pessoa que todos sabem que se algo precisa ser bem feito, tem que ser feito por você.
- Saiba o que está fazendo e porque está fazendo. Fuja de fazer apenas algo que mandam fazer, sem saber do que se trata. Seja proativo, diferencie-se, torne-se um especialista em suas atividades e o motivo para a execução delas.
- Saiba trabalhar em equipe e administrar conflitos. Mesmo que você tenha mais habilidades em determinadas atividades, colabore para o desenvolvimento de seus colegas de trabalho. Evite ser uma pessoa grosseira. Afinal, uma equipe coesa produz mais, melhor e com maior satisfação.
- Valorize o seu trabalho e apresente bons resultados. Tenha uma boa visibilidade. Sempre que tiver oportunidade, apresente seus projetos e ideias, mesmo que informalmente.
- Faça um bom planejamento de onde pretende chegar. Qual situação que almeja profissionalmente, e tenha paciência. Tudo acontecerá ao seu tempo desde que, obviamente, você direcione seus esforços para realizar-se, conforme o planejado.
- Muitas vezes, ideias são facilmente rejeitadas simplesmente pelo fato de seus autores não terem construído uma linha de argumentação e de raciocínio coerente. É preciso ter bom senso para formar uma estrutura clara e de fácil entendimento. Tenha sempre em mente que a mensagem deve atrair a atenção, o interesse, despertar o desejo e obter a ação. Para isso é preciso ter um projeto e levá-lo adiante, planejá-lo antes de torná-lo público.

Um discurso bem planejado deve conter a seguinte estrutura; começo, meio e fim. Defina o tema central do seu projeto e questione-se: O que é? Qual o objetivo do projeto? Do que se trata? Por que é importante? Para quem? Em que momentos ou circunstâncias?

Fique atento à fala e aos gestos, ambos são ferramentas fundamentais para a comunicação e interferem diretamente no Marketing Pessoal. Portanto vale a pena dedicar-se em prol de seu aprimoramento. Falar requer cuidados especiais, a fim de obter uma comunicação eficaz, segura, eloquente e compreensível ao ouvinte.

Expresse-se de uma forma atrativa, evite falar em tom instável ou monótono, embora tais aspectos possam não parecer intimidadores é preciso ficar atento, pois o volume excessivo ou a velocidade exagerada podem ser desagradáveis. Por outro lado, falar de forma monótona pode fazer com que o seu discurso se torne cansativo, até mesmo “chato”, ou um soporífero infalível e assim você não conseguirá estimular a atenção e o interesse do ouvinte.

Use a entonação, destaque as palavras mais expressivas e mais importantes do seu discurso, aproveite o ritmo, a intensidade e o volume dos sons, assim você torna a dicção mais compreensível. Alterne o grave e o agudo, tendo em mente que o agudo evita interrupções, e o grave garante firmeza e seriedade à fala.

O som da fala é produzido através da articulação. Ela é responsável pelos movimentos dos órgãos que compõem a cavidade oral como: lábios, língua, dentes, palato duro, palato mole

---

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

(céu da boca), úvula, bochechas e mandíbula. Para que a fala seja bem-sucedida esta movimentação deve ser precisa e eficaz.

É primordial que o comunicador possua uma dicção adequada e uma pronúncia correta, pois ambas aumentam o grau de interesse do ouvinte. Por isso, é válido avaliar como anda a sua articulação. Se necessário, procure a ajuda de um especialista, ou trabalhe suas dificuldades sozinho, buscando o apoio de livros, por exemplo. Para obter uma melhor dicção seja objetivo, conciso e respeite a sintaxe da frase e respeite a conjugação verbal para que a mesma possua o sentido temporal adequado, evite falar depressa e pronuncie as palavras sem omitir sílabas.

Envolva as pessoas, seja bom até no uso do silêncio, transmita mensagens mesmo sem falar, demonstre saber ouvir, compreenda as expectativas, opiniões e anseios do outro. Construa uma comunicação personalizada e adequada ao interlocutor. Para tanto, utilize o chamado espelhamento, ou seja, adapte-se ao seu ouvinte, sem perder a naturalidade, se você está conversando com alguém mais agitado, dinâmico, com um ritmo de fala mais acelerado, é interessante, ajuste os seus gestos e velocidade de modo a acompanhá-lo, assim, você gerará uma identificação instantânea.

Planeje e interaja, ao encerrar a sua explanação, defina qual tipo de conclusão irá utilizar, reflita se ela ficara a critério do ouvinte, se será realizada em forma de perguntas deixadas uma forma mais adequada, o encerramento fica a cargo do orador. O essencial é que no decorrer do discurso haja sensatez, e dessa forma escolha a forma apropriada de acordo com o público e ocasião.

Atualmente a imagem que o profissional transmite está completamente vinculada às chances de sucesso. Reflita sobre possíveis objeções, pois dessa forma os contratempos serão facilmente evitados, contudo, caso eles ocorram, contorne-os de forma educada, coerente e persuasiva, pois assim você transmitirá segurança e eficiência. Ressalte os pontos fortes e francos da sua mensagem, imagine-os de forma positiva e negativa e assim, dê atenção especial esses trechos. Pense no que poderia dar errado e por quê, coloque-se no lugar do ouvinte e tente interpretar de forma diferente a sua.

Esteja preparado para perguntas e pronto para as respostas, entenda que sua proposta tem fraquezas e aspectos desfavoráveis, o melhor a fazer ao se deparar com perguntas que causem desconforto para responder é contorná-las de forma natural e dizer algo como “Você tem razão, eu já havia pensado a respeito e conto com a sua colaboração para aperfeiçoar este ponto”. Assim, você demonstra estar bem preparado e disposto a fazer dar certo.

Fale de forma clara, não há nada mais exaustivo do que ouvir alguém falar muito e no fim não dizer nada, por isso usufrua de uma linguagem clara, a fim de fazer com que as pessoas possam ficar interessadas no assunto e que possam entender a mensagem transmitida. Atente-se à forma de falar, repare se as pessoas costumam pedir para que você repita suas frases; se fazem expressões faciais estranhas enquanto o ouvem; se dão respostas que revelam falta de atenção na conversa.

Invista na credibilidade, em geral pessoas bem-sucedidas preocupam-se com a aparência, com a comunicação, preocupam-se acima de tudo em satisfazer as necessidades e desejos do interlocutor e construir bons relacionamentos. Sem credibilidade não se faz um bom

---

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

marketing pessoal, durante a conversa é necessário despertar a confiança e o interesse, a fim de ser levado a sério. O emissor precisa ser especializado, entender e dominar o assunto em questão, pois assim terá mais confiança e autoridade ao falar sobre assuntos inerentes à sua área.

A simpatia é outro ponto favorável, ela é capaz de atrair o seu público mais facilmente. O mesmo pode ser dito sobre a confiabilidade, pois esta virtude tem a ver com o grau de objetividade e honestidade que a fonte aparentemente tem.

Esta combinação é capaz de impulsionar o aumento da sua credibilidade, porém não faz milagre, é um conjunto composto por conhecimento, postura, visão global, um vocabulário adequado e uma expressão corporal de qualidade.

Pratique seu poder de persuasão, a capacidade de argumentar e persuadir precisa ser exercitada da mesma maneira que uma habilidade física, caso contrário enferrujará. O autoconhecimento e brilho pessoal são essenciais para um bom Marketing Pessoal. Os executivos projetam a imagem de líderes modernos, ou seja, indivíduos que impõem respeitabilidade, credibilidade e confiabilidade.

Para tanto, é necessário fazer uma autoavaliação. Pergunte-se a si mesmo:

- O que estou fazendo para promover a minha imagem?
- Estou buscando algum tipo de especialização?
- Estou buscando aperfeiçoamento no que quero atingir?
- Até que ponto eu mostro o potencial que tenho?

A partir do momento em que você sabe quem é e o que quer, trabalhe o seu Marketing Pessoal de forma contínua, a fim de moldar a sua imagem, apresentá-la e vendê-la ao mercado de trabalho. E, dessa forma, fazer com que o seu perfil profissional e o seu potencial, sejam reconhecidos, valorizados e respeitados.

Assim como um vendedor que almeja alavancar suas vendas através da promoção de seus produtos aos consumidores, nós profissionais de todas as áreas também devemos nos promover de tal forma que nosso trabalho seja reconhecido.

Mas cuidado! Repare que nós não estamos falando de “puxa-saquismo” ou “bajulação” de nossos superiores ou entrevistadores!

Não! Marketing pessoal são técnicas utilizadas para enaltecer habilidades que de fato possuímos e desenvolvemos, e não aquelas que muitos de nós mentimos ter como inglês fluente, Excel avançado, domínio de um determinado sistema e muitas outras.

Saber realizar um bom marketing pessoal é, além de tudo, ser prudente e sensato a fim de não dar a ideia errada aos entrevistadores (em um processo seletivo) ou aos líderes de uma empresa, de tal modo que pareça que você seja arrogante ou prepotente.

Um bom modo de realizar da maneira correta o marketing pessoal é ser realista e conciso no que está se expondo para os outros, bem como demonstrar paciência e inteligência na construção de um bom argumento que mostre suas capacidades e atenuantes.

---

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

Você não deve esconder os pontos negativos, pois afinal uma hora eles aparecem. O que você deve de fato é tentar melhorá-los de tal modo que estes não impactem na sua vida profissional ou prejudiquem sua imagem perante os demais.

E lembre-se: Quando estiver participando de um processo seletivo ou de seu primeiro emprego, saiba o que você pode oferecer para a empresa. Não vá para aprender, mas sim para contribuir. A empresa quer resultados e não é uma escola. Com certeza você aprenderá muito e obterá excelentes experiências, mas isso deverá ser consequência de seu trabalho e não apenas um processo de aprendizado.

Existem certos cuidados que o profissional deve tomar, pois um simples gesto pode eliminá-lo de um processo seletivo. Várias atitudes podem prejudicar um profissional em situações formais como reuniões, entrevistas de emprego, almoços e jantares de negócios.

Desta forma, o problema de pesquisa deste artigo é: Qual a importância do marketing pessoal e sua aplicabilidade no desenvolvimento e gerenciamento da carreira?

Como se destacar no mercado de trabalho em um cenário com um maior número de candidatos e poucas oportunidades? O que é mais relevante no momento da seleção?

### **3 OBJETIVO**

- Orientar futuros candidatos em como portar-se em um processo de seleção.
- Transmitir segurança através de dicas
- Identificar problemas frequentes e dificuldades encontrados pelos candidatos.
- Garantir que um bom marketing pessoal possa assegurar a vaga desejada.

Algumas pessoas passam uma imagem contrária e essa imagem acaba por limitar suas oportunidades. Por isso, é preciso ter cuidado para com a imagem e buscar eliminar dela qualquer item que possa trazer impacto desfavorável.

A imagem é formada por alguns fatores básicos como:

- Aparência;
- Comportamento;
- Comunicação;

O ideal é fazer uma autoanálise, levando em consideração cada um desses tópicos, pois cada um deles pode transmitir o seu nível de competência, responsabilidade, atenção e comprometimento.

O marketing pessoal é a apresentação da sua imagem, o seu cartão de visitas, por isso a importância da aparência.

Atualmente, o nível crítico das pessoas está mais aguçado. A maneira de se vestir é algo que está sob julgamento quando se trata de assuntos profissionais. Por isso é importante estar atento às formas adequadas de se vestir.

### **4. VALORIZANDO A IMAGEM PESSOAL E PROFISSIONAL**

O marketing pessoal é a apresentação da sua imagem, o seu cartão de visitas, por isso a importância da aparência.

---

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

- A aparência é mais que uma ferramenta no dia a dia profissional, portanto, use-a a seu favor.
- O comportamento é um fator importantíssimo, evite atrasos crônicos no término de trabalhos, reuniões, cumprimento de compromissos, mesmo contendo uma boa justificativa, transmitem forte ideia de descaso ou incapacidade de cumprir prazos.
- Não mantenha a mesa atolada ou o ambiente de trabalho desorganizado, pois transmitem ideia de falta de controle. Da mesma forma, que excesso de objetos pessoais podem atrapalhar na hora de construir uma imagem de comprometimento.
- Evite expor seus problemas pessoais no trabalho, além de dar margem a fofocas, você tira o foco das pessoas dos resultados que obteve.
- No fator comunicação, o uso excessivo do mesmo pode causar a impressão de que o indivíduo não é firme no trabalho ou que está com tempo ocioso. Por outro lado, a confusão ou dificuldade em comunicar-se, transmite a ideia de bloqueio para dialogar-se ou relacionar-se com os colegas. Também demonstra falta de espírito de liderança e limita suas opções de crescimento.

Vale lembrar algumas dicas básicas para vestir bem:

- Atente-se ao tamanho adequado, evite roupas que deixam a barriga à mostra ou deixar a camisa muito apertada, a fim de deixar o botão esgarçado. Tente sempre utilizar roupas com o corte certo para você.
- Seja discreto, apresente-se vestido com leveza, ou seja, evite acessórios extravagantes, bonés, roupas com a logomarca do fabricante aparente, mesmo em ambientes mais informais. As mulheres devem evitar decotes, maquiagem excessiva e esmaltes chamativos.
- A aparência é mais que uma ferramenta no dia a dia profissional, portanto, use-a a seu favor.

## **5. JUSTIFICATIVA**

Marketing Pessoal é o conjunto de estratégias, aplicadas de maneira coerente e planejada, que irão fazer com que você atribua um maior valor a sua imagem pessoal. Ou seja, é um marketing voltado para que as pessoas vejam o candidato com uma imagem bastante positiva.

Notamos que o marketing pessoal é vislumbrado como uma ferramenta estratégica que auxilia profissionais que buscam o crescimento e reconhecimento na sua carreira profissional. Essa ferramenta de gestão usada de forma coerente constitui uma imagem positiva diante do mercado. Nessa sintonia Sady Bordin (2013, p. 140), afirma que: “Investir no marketing pessoal é sedimentar o caminho rumo à consagração. É maximizar as oportunidades para novos e excitantes desafios profissionais.”

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Alguns anos atrás, era mais fácil fazer um marketing pessoal, pois o mesmo baseava-se em um bom currículo que se destacasse aos demais, um processo seletivo, seguindo da efetivação da contratação, algo que não ocorre atualmente. Precisamos expandir esse

---



Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

conceito para o nosso dia a dia, nas redes sociais e relacionamentos interpessoais, além de buscarmos sempre o aprimoramento, o que é fundamental para a carreira do Administrador.

Para que outras pessoas façam uma avaliação positiva e valorizem o profissional, é importante prezar por uma comunicação clara e objetiva, bem como por uma boa aparência. Contudo, o marketing pessoal só apresentará bons resultados se aquilo transmitido for condizente com o que o profissional é na prática.

É possível trabalhar seu marketing pessoal sem criar uma postura prepotente. Segundo o consultor norte-americano William Arruda, autor do livro *Career Distinction: Stand Out by Building your Brand*, a primeira coisa que você deve entender é que conquistas não estão relacionadas ao exibicionismo. “Muitos pensam que marketing pessoal é bater no peito e dizer ‘vejam como sou bom’. Diferentemente dessa ideia, o termo não trata de falar às pessoas que você é muito competente, mas sim, de demonstrar isso”, diz ele.

## **7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ARRUDA, W. *Career Distinction: Stand Out by Building your Brand*: 1. Ed. 2007.

BIDART, L. *Marketing Pessoal: Manual Prático*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 2006.

BORDIN, S. *Marketing pessoal: dez etapas para o sucesso*. - 1. ed. - Rio de Janeiro: Best Seller, 2013

CORTEZ, E. *A magia do marketing pessoal: O segredo das pessoas bem-sucedidas*. São Paulo: Alaúde, 2004.

CRA-RJ *Marketing Pessoal e sua aplicação no mercado profissional* - 09/06/17. <<https://www.cra-rj.adm.br/marketing-pessoal-e-sua-aplicacao-no-mercado-profissional/>> Acesso em: 01 abr. 2018

KOTLER, P. *Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber*. 3. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

PERSONA, M. *Marketing de Gente: O marketing pessoal como suporte para o principal ativo das empresas*. São Paulo: Futura, 2005.

RAMALHO, R. *Você é sua melhor marca: Como o marketing pessoal pode ser utilizado para fazer a diferença em sua carreira*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

RITOSSA, C. *Marketing Pessoal: Quando o produto é você*. Curitiba: Ibpex, 2009.

RIZZO, C. *Marketing Pessoal no contexto pós-moderno*. 3. Ed. São Paulo: Trevisan, 2011.

---