MARKETING PESSOAL E CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PROFISSIONAL: RELATO DE EXPERIÊNCIA EM OFICINA PRÁTICA DE ADMINISTRAÇÃO

Larissa de Oliveira Benini, Francielle Mafesoni dos Santos

RESUMO

O relato descreve a oficina prática sobre marketing pessoal, ministrada por Patrícia Rudek, realizada em 14 de abril de 2026 como parte das Oficinas de Administração da Unoesc Videira. A atividade teve como objetivo destacar a importância da construção da imagem profissional no cotidiano, mostrando como atitudes, comportamentos, aparência e comunicação influenciam a forma como as pessoas são percebidas, especialmente no ambiente profissional. Além da fundamentação teórica, foi realizada uma dinâmica de integração entre acadêmicos de diferentes turmas. Constatou-se que o marketing pessoal deve ser construído de forma consciente e estratégica, alinhando a imagem transmitida aos objetivos profissionais.

A oficina prática sobre marketing pessoal, ministrada por Patrícia Rudek, foi realizada em 14 de abril de 2026, como parte das Oficinas de Administração da Unoesc Videira. A atividade teve como principal objetivo destacar a importância da construção da imagem profissional no dia a dia. A participação dos acadêmicos buscou ampliar a compreensão sobre como atitudes, comportamentos e aparência influenciam diretamente a forma como as pessoas são percebidas, especialmente no ambiente profissional.

A experiência mostrou-se relevante para a formação acadêmica e profissional, pois o marketing pessoal é uma competência essencial no contexto atual, no qual a imagem e a comunicação interpessoal impactam diretamente as oportunidades de carreira, o networking e o desenvolvimento profissional.

Durante a oficina, foi apresentado o conceito de marketing pessoal aplicado à rotina, enfatizando-se que a forma de se vestir, de se comportar e de se comunicar transmite uma mensagem constante sobre quem somos. A ministrante destacou que a primeira impressão é construída rapidamente e pode influenciar decisões importantes, tanto em ambientes acadêmicos quanto no mercado de trabalho.

Além da parte teórica, foi realizada uma dinâmica de integração entre os alunos. Nessa atividade, os participantes interagiram com colegas de outras turmas e foram incentivados a descrever características de pessoas que não conheciam previamente. A prática teve como objetivo quebrar o gelo, estimular a comunicação e evidenciar como as percepções iniciais são formadas com base em poucos elementos observáveis. Ao longo da atividade, os acadêmicos tiveram participação ativa nas discussões e nas dinâmicas propostas, refletindo sobre a própria postura e observando o comportamento dos colegas.

A oficina proporcionou uma reflexão importante sobre a relação entre imagem pessoal e posicionamento profissional. Foi possível compreender que o marketing pessoal não se resume à aparência, mas envolve também atitudes, comunicação, postura e coerência entre discurso e comportamento.

A dinâmica evidenciou, na prática, como os julgamentos são formados rapidamente, muitas vezes sem conhecimento aprofundado da pessoa. Esse aspecto reforça conceitos trabalhados em disciplinas da área de gestão e de comportamento organizacional, como percepção interpessoal e comunicação não verbal.

A experiência demonstrou, ainda, que o marketing pessoal deve ser construído de forma consciente e estratégica, alinhando a imagem transmitida aos objetivos profissionais. Não se trata de criar uma imagem artificial, mas de potencializar qualidades e transmitir credibilidade. Outro ponto relevante foi a

percepção de que pequenas atitudes do dia a dia, como a postura, a forma de falar e a interação com outras pessoas, têm grande impacto na construção da reputação pessoal e profissional.

Conclui-se que a oficina foi de grande importância para a formação acadêmica, pois trouxe uma visão prática e reflexiva sobre o marketing pessoal, tema essencial para a inserção no mercado de trabalho. A experiência contribui diretamente para a atuação profissional futura, ao conscientizar sobre a necessidade de gerenciar a própria imagem de forma estratégica e coerente, o que pode favorecer melhores oportunidades, fortalecer relacionamentos profissionais e aumentar a credibilidade no ambiente de trabalho. O aprendizado reforça, por fim, que o marketing pessoal é um processo contínuo, que exige autoconhecimento, disciplina e atenção constante às atitudes e à forma como as pessoas se apresentam no cotidiano.