

## **A influência do processo de autoconhecimento na gestão de marcas pessoais fortes**

### **Autor(res)**

Mariana Do Carmo Ferreira Silva  
Alessandra Amaral De Assis Monteiro  
Najara Lorena Barbosa Ribeiro Paiva  
Euzeli Pedroza Corrêa Barcelos

### **Categoria do Trabalho**

1

### **Instituição**

FACULDADE ANHANGUERA DE BELO HORIZONTE - UNIDADE BARREIRO

### **Resumo**

O presente artigo é uma pesquisa exploratória sobre a influência da Psicologia, mais especificamente do processo de autoconhecimento, sob o ponto de vista da Abordagem Centrada na Pessoa, na gestão de marcas pessoais fortes. A metodologia de pesquisa utilizada foi a revisão bibliográfica, que tem como função buscar na literatura artigos escritos dentro da mesma temática e articular às ideias dos autores. O objetivo central da pesquisa foi verificar se questões como noções de identidade, de características pessoais, valores, padrões de comportamento e anseios contribuem para o sucesso e melhor administração de marcas pessoais. Como resultado, notou-se a importância e influência dessas questões, que compõem o autoconhecimento, para que a gestão de uma marca pessoal seja feita de forma coerente e, portanto, eficaz. Sendo assim, é adequado que ambos os processos, de gestão de marca pessoal e de autoconhecimento, ocorram de forma paralela.