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

Trabalho Acadêmico

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.