



## Trabalho 1964

### **O MARKETING PESSOAL DO ENFERMEIRO: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA A GERÊNCIA DE ENFERMAGEM**

Daniela Soares de Oliveira Maués

Joséte Luzia Leite

Trata-se de um estudo que tem como objetivo o marketing pessoal do enfermeiro como instrumento para a valorização da imagem profissional. Tem como objetivos: conhecer a caracterização do termo marketing para o enfermeiro gerente; descrever a utilização do marketing pessoal no cotidiano profissional do gerente do cuidado e analisar segundo os depoimentos dos enfermeiros, as estratégias de marketing pessoal no mercado de trabalho que contribuem para a valorização e/ou desvalorização da imagem profissional do enfermeiro (gerente do cuidado). Este estudo é de natureza qualitativa do tipo estudo de caso único e revelador. Os sujeitos foram enfermeiros que atuam na gerência do cuidado de um hospital da rede privada, localizado no município de Petrópolis – RJ. Em relação aos dados analisados, a imagem profissional do gerente do cuidado aponta para utilização de estratégias de marketing pessoal que são a imagem, postura, conhecimento, aparência, uniforme, respeito pessoal e atitude. Estas estratégias valorizam a imagem profissional do enfermeiro no mercado de trabalho. Sabemos que existem aspectos que contribuem para desvalorização da imagem profissional como dificuldades do enfermeiro em visualizar a sua identidade, em relações interpessoais, na postura e aparência inadequadas, no isolamento da gerência do cuidado e na sensibilidade como aspecto dominante que expõe o enfermeiro (gerente do cuidado) a não se perceber como pessoa e profissional. O conhecimento da gerência do cuidado e do marketing pessoal devem ser articulados, discutidos e utilizados na formação e trajetória profissional do enfermeiro possibilitando a construção da imagem, da marca, do estilo e do valor que se estende ao sucesso e auto-realização almejados na profissão. George JB et al. Imogene M. King. In: George JB Teorias de Enfermagem: os fundamentos à prática profissional. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed; 2000. p. 169-183. Kotler P. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora; 1999. Kurcgant P et al. Gerenciamento em Enfermagem. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan S.A.; 2005. Maldonato M. O Desafio da Comunicação: caminhos e perspectivas. São Paulo: Palas Athenas; 2004. Yin R. Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. 3ª ed. Porto Alegre: Editora Bookmann; 2005.

Palavras-chave: Enfermagem. Marketing. Gerência.

Eixo temático III: Diversidade cultural e o trabalho de enfermagem