



RAC - Revista de Administração

Contemporânea

ISSN: 1415-6555

rac@anpad.org.br

Associação Nacional de Pós-Graduação e  
Pesquisa em Administração  
Brasil

Martins Andrade, Murilo

Endomarketing inteligente: a empresa pensada de dentro para fora

RAC - Revista de Administração Contemporânea, vol. 15, núm. 3, mayo-junio, 2011, p. 560

Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração

Rio de Janeiro, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84018475013>

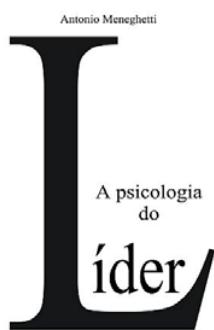
- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

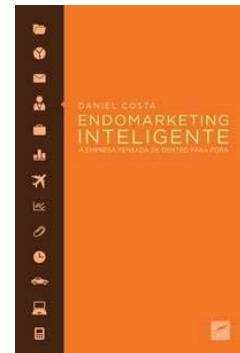
## Notas Bibliográficas:



De Antonio Meneghetti. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2008. 323 p. ISBN 978-85883-81-42-1

Está é a 4ª edição, revisada e ampliada, de um livro no qual seu autor, profundo conhecedor da psique humana, aborda o vasto mundo subjetivo da pessoa do líder. Através dos critérios utilizados por Antonio Meneghetti é possível dissecar os aspectos comumente transcendidos quando se aborda o assunto da liderança. Por meio da exposição de quem é o líder e de que modo o seu mundo íntimo atua seja no sucesso que no fracasso, Meneghetti evidencia que na origem de todo fato econômico, político ou social encontra-se uma motivação psicológica, geralmente oriunda do inconsciente do líder. Demonstra também que no mesmo inconsciente existe um núcleo inteligente que impulsiona o sujeito às escolhas certeiras e ao consequente êxito. Para diferenciar uma coisa da outra, o autor apresenta a metodologia e os instrumentos que possibilitam uma leitura exata das motivações inconscientes. Uma obra indispensável para o estudo da liderança e um guia inestimável para líderes de todas as áreas de atuação.

Nota por Adriane M. M. Mendes.  
UFSC, Florianópolis/SC, Brasil.  
E-mail: [adriane@egc.ufsc.br](mailto:adriane@egc.ufsc.br)



ENDOMARKETING  
INTELIGENTE:  
a Empresa Pensada  
de Dentro para  
Fora

De Daniel Costa. Porto Alegre: Dublinense, 2010. 144 p. ISBN: 978-85-62757-17-4

A obra lançada pelo autor Daniel Costa propõe à empresa a importância dela se auto conhecer e perceber o que os seus colaboradores pensam da organização. O autor traça um histórico das organizações e a evolução das abordagens motivacionais e os seus impactos no clima organizacional. O livro expõe que é imprescindível para a empresa comunicar-se de forma eficiente com o seu público interno. A qualidade do relacionamento que a empresa estabelece com os seus colaboradores irá refletir no nível de sucesso que ela alcançará no mercado em que atua. O livro se destina a acadêmicos e profissionais das áreas de comunicação, marketing e recursos humanos. Os conceitos e técnicas apresentados na obra podem ser aplicados no planejamento e execução de sistemas de endomarketing e comunicação interna.

Nota por Murilo Martins Andrade.  
UFPR, Curitiba/PR, Brasil.  
E-mail: [murilofacear@hotmail.com](mailto:murilofacear@hotmail.com)