
A INFLUÊNCIA DO ENDOMARKETING E DA COMUNICAÇÃO INTERNA NA CULTURA ORGANIZACIONAL

Edson Pinto Ferreira Filho

Mestre em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade

Fernanda Abrantes Pereira

UGB

Graciela dos Santos Passos

UGB

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a importância da relação complementar entre o endomarketing (também chamado de marketing interno) e a comunicação interna, observando de que maneira isso interfere na cultura organizacional. Consideramos primeiramente, as definições, conceitos e a importância do tema endomarketing. Em sequência, abordamos o tema da comunicação interna, abordando principalmente sua associação com o marketing interno, seguida dos conceitos sobre cultura organizacional e as influências consequentes do endomarketing. Para tanto, além das informações provenientes da revisão bibliográfica, apresenta-se um estudo de caso com a percepção de funcionários de uma instituição de serviços [bancária] sobre o assunto. A análise das informações coletadas confirma a presença do endomarketing na organização, sendo considerado como fator positivo dentro da cultura organizacional.

Palavras-chave: Endomarketing; Comunicação Interna; Cultura Organizacional.