

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PADRE CARLOS LEÔNCIO DA SILVA
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

**OS EFEITOS DO ENDOMARKETING PARA O DESEMPENHO
DO PROFESSOR DE UMA ESCOLA TÉCNICA DE
LORENA**

Lais Michele da Silva Ribeiro¹
Melissa Stephanie dos Santos Luciano²
Vivian Manuci Carvalho³

Resumo: O endomarketing, também conhecido como marketing interno, é uma estratégia que visa alinhar os objetivos organizacionais às necessidades e expectativas dos colaboradores. Ao analisar o impacto do endomarketing na gestão de desempenho, percebe-se que ações como comunicação interna eficaz, reconhecimento de talentos, capacitação contínua e fortalecimento do senso de pertencimento contribuem significativamente para o engajamento dos colaboradores. Isso é especialmente relevante em instituições de ensino, onde a qualidade do trabalho docente está diretamente ligada à formação dos alunos e, conseqüentemente, à reputação da escola.

O objetivo deste estudo é analisar a princípio o marketing interno de uma escola técnica de Lorena e seus efeitos decorrentes no desempenho dos docentes. A metodologia utilizada para comprovar a pesquisa, foi uma pesquisa de campo no local estudado com perguntas relacionadas a satisfação dos colaboradores referente a estrutura organizacional da escola. Em suma, os resultados obtidos mostraram que não só o ambiente escolar, como também os demais fatores externos podem influenciar no desempenho dos professores dentro da escola.

Palavras-chave: Endomarketing. Gestão de Pessoas. Gestão de desempenho. Professores.

1 INTRODUÇÃO

¹ Técnico em Administração– Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. lais.ribeiro38@etec.sp.gov.br ²

Técnico em Administração– Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. melissa.luciano@etec.sp.gov.br

³ Especialista em Gestão de Pessoas. Professor da Etec Padre Carlos Leônicio da Silva.

vivian.carvalho3@etec.sp.gov.br

O endomarketing é responsável por tornar uma empresa mais competitiva no mercado, a partir da integração dos funcionários na estrutura organizacional. É importante ressaltar que o marketing dos colaboradores e clientes, no caso das escolas interno atua exatamente na relação entre professores e alunos. As instituições, de modo geral, encontram problemas na falta da comunicação interna e desvalorização dos professores e funcionários. O clima organizacional é diretamente influenciado por estes dois fatores, porém, as escolas tradicionais são indiferentes a importância da aplicação de metodologias de endomarketing no ambiente educacional. Contudo, é indubitável que, a partir da satisfação dos colaboradores, a qualidade do ensino para os alunos, será diretamente influenciada de maneira positiva e a rotatividade na instituição será decrescido.

Diante do exposto, a comunicação interna eficaz e a valorização dos colaboradores, seja através de reconhecimento, oportunidades de desenvolvimento ou benefícios, promove um ambiente de trabalho mais colaborativo e positivo, aumenta a motivação e o engajamento da equipe. Logo, resulta em um ambiente escolar mais harmonioso e motivador, contribuindo para um melhor aproveitamento de aprendizado e o nível de qualificação da instituição no mercado.

A partir da aplicação das estratégias de endomarketing, uma nova imagem é repassada pela escola, diante dos seus resultados. Para que isso aconteça, foi realizada uma pesquisa para entender a percepção atual dos professores sobre a instituição. Em seguida, a identificação das necessidades e expectativas dentro da comunidade escolar-alvo.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Introdução a Gestão de Pessoas

De antemão, como afirma Chiavenato (2008) pode-se afirmar que as organizações funcionam como um corpo, onde depende-se de todos os membros para alcançar sua máxima eficiência.

Segundo Marques (2015, p. 13) “o objetivo de um sistema de gestão de pessoas é auxiliar as organizações a desenvolverem competências diferenciadas e a conquistarem consistentemente um desempenho melhor, o crescimento e desenvolvimento da organização e das pessoas que nela trabalham. ”

Chiavenato (2008, p. 4) ainda acrescenta que “as pessoas passam a constituir o elemento básico do sucesso empresarial”, essa é uma estratégia para utilizar das pessoas certas para se obter uma vantagem competitiva no mercado, entre os concorrentes.

Atualmente a gestão de pessoas incide em um vasto ramo de atividades integradas que agregam, aplicam, recompensam, desenvolvem e monitoram pessoas constantemente em suas organizações. (Marques, 2015)

A trajetória das políticas de gestão de recursos humanos na administração pública brasileira é caracterizada por várias interrupções e desafios consideráveis na organização de seus sistemas principais. (Marques, 2015)

Marques (2015, p. 14) ressalta que “a criação do Conselho Federal do Serviço Público e do Departamento Administrativo do Serviço Público (DASP), na década de 1930, representa o primeiro esforço efetivo de constituição de um serviço público profissional no Brasil”.

Segundo Chiavenato (2008), a gestão de pessoas precisa garantir a eficácia organizacional usando os seguintes meios: ajudar a organização a alcançar seus objetivos e realizar sua missão; proporcionar competitividade à organização; aumentar a auto atualização e a satisfação das pessoas no trabalho; desenvolver e manter qualidade de vida no trabalho; administrar e impulsionar a mudança; e manter políticas éticas e comportamento socialmente responsável.

2.1.2 Ferramentas de Gestão de Pessoas

Segundo Casado (2024), a gestão de recursos humanos é constantemente alvo de mutações, visto que, cada vez mais tem se modificado para acompanhar as evoluções no universo empresarial, porém, não deixa de ser indispensável para todo tipo de empresa, independente do seu porte, uma boa política de gestão de pessoas. Nos dizeres de Guimarães e Arieira (2005, p.206) “recrutamento e seleção refere-se a uma das mais ricas ferramentas de gestão de pessoas nas organizações”. Isto porque, através deste processo a importância das pessoas tem adquirido outro patamar, agora não vistos somente como meros funcionários, mas também como parceiros da empresa. (Guimarães e Arieira, 2005)

O processo de recrutamento, pode ser interno ou externo, ambos apresentam vantagens e desvantagens, além das variáveis que influenciam o mesmo, podendo ser condições de trabalho; salários; benefícios, entre outros (Guimarães e Arieira, 2005). É importante que a execução do recrutamento e seleção seja o mais criterioso possível, pois a contratação de profissionais adequados e bem qualificados

pode diminuir os custos com pessoal, melhorando então a qualidade dos serviços e a imagem da empresa. (Cardoso e Padilha 2018)

Além disso, a pesquisa de clima, também é uma ferramenta objetiva e segura, que busca os reais problemas existentes na gestão dos Recursos Humanos, como cita Bispo (2006). Os resultados da análise, diagnósticos e as sugestões captadas pela pesquisa são instrumentos de grande valia para a melhoria da qualidade, da produtividade e da inclusão de novas políticas internas. (Bispo, 2006).

O marketing interno “implica na implementação de iniciativas internas, como comunicação, programas de treinamento e reconhecimento, com o intuito de fortalecer o relacionamento entre a empresa e sua equipe” (Azevedo, 2023, p.19). Essa ferramenta também é motivo de melhora no desempenho dos funcionários, da organização como um todo, da criação de um ambiente de trabalho favorável e de manter todos alinhados com a cultura e os valores da empresa. (Azevedo, 2023) Portanto, pode-se dizer, segundo Chiavenato (2008), que diante do novo contexto estrutural surgido na era da informação, é preciso aprender novas habilidades técnicas, humanas e conceituais para lidar bem com a sua equipe.

2.2 Endomarketing

Segundo (Reis et al.,2018) o Endomarketing é uma abordagem que foca na gestão do relacionamento entre a empresa e seus colaboradores, tratando-os como clientes internos. Isso implica em atender às suas necessidades e desejos, buscando uma satisfação similar àquela oferecida aos clientes externos.

Essa abordagem é essencial para garantir que todos na empresa, não importa seu cargo, estejam na mesma página em relação aos valores e à cultura da empresa.

(Reis et al.,2018)

Outro aspecto relevante é que o endomarketing é uma ferramenta poderosa para lidar com problemas como absenteísmo e rotatividade. Quando a empresa investe em comunicação interna e no bem-estar dos funcionários, acaba criando um clima mais positivo. Isso não só aumenta a motivação e a produtividade, mas também melhora as relações entre a equipe. (Filho; Pereira; Passos, 2013)

Além disso compreende-se que a comunicação serve para esclarecer o que está ocorrendo, mas é o marketing interno que efetivamente estimula as reações dos

colaboradores. No contexto da globalização, o endomarketing também desempenha um papel crucial na preparação para enfrentar riscos e externalidades. Em períodos de instabilidade e turbulência, é essencial que os colaboradores não apenas recebam informações claras, mas também tenham a oportunidade de se engajar ativamente na busca de soluções para melhorar a situação. (Filho; Pereira; Passos, 2013)

2.3 Gestão de desempenho

Segundo Chiavenato (2008, p.241) "a avaliação de desempenho é um processo que serve para julgar ou estimar o valor, a excelência e as competências de uma pessoa e, sobretudo, qual é a sua contribuição para o negócio da organização".

Neste contexto o desempenho refere-se ao comportamento do indivíduo voltado para a realização dos objetivos estabelecidos. É a estratégia pessoal que cada pessoa adota para atingir as metas desejadas, sendo o foco central do sistema de avaliação de desempenho. (Chiavenato, 2014)

Com o passar do tempo, os métodos de avaliação de desempenho passaram por transformações para acompanhar as mudanças no ambiente corporativo. A evolução das estruturas, culturas e estratégias empresariais demanda uma constante adaptação nos sistemas de avaliação, o que inclui a revisão de métricas e a criação de novos indicadores para melhor refletir a realidade dos negócios (Cardoso et al., 2015).

A avaliação de desempenho evoluiu de um foco exclusivo em medidas financeiras até os anos 1980 para uma abordagem mais ampla, impulsionada por mudanças no mercado global a partir dos anos 1980. (Cardoso et al., 2015)

Conforme destacado por Moreira e Tose (2012, p. 2) não é uma atividade nova na área de recursos humanos, ela faz parte do cotidiano de qualquer organização e de qualquer ser humano, seja para propor melhorias, seja para um profissional que se auto-avalia, saber se seus objetivos profissionais e pessoais estão indo ao encontro das expectativas da empresa.

Para gerenciar o desempenho de forma eficaz, as organizações precisam ter ferramentas de avaliação em todos os níveis, desde o corporativo até o individual (Brandão e Guimarães, 2001). A continuidade e o desempenho organizacional

podem ser significativamente aprimorados por meio da utilização de ferramentas de gestão, que são técnicas essenciais para apoiar o processo de tomada de decisões nas organizações. (Souza; Proença; Soares, 2022)

Outro aspecto relevante é que a teoria institucional pode contribuir para a implementação de modelos inovadores de gestão de desempenho ao oferecer uma base para analisar e comparar os critérios utilizados pelas organizações na medição de desempenho, ajudando a identificar maneiras de melhorar o processo de implementação dessas ferramentas. (Nascimento; Rodrigues; Mergliorini, 2010)

Segundo Moreira e Tose, (2012) a avaliação de desempenho vai além de medir e recompensar comportamentos, devendo estar integrada a diversas práticas de recursos humanos, como seleção, treinamento, gestão de carreira e administração salarial, para promover o desenvolvimento e a melhoria contínua dos colaboradores. A ferramenta avaliação de desempenho passou por diversas mudanças ao longo do tempo, com cada novo modelo buscando atender às demandas emergentes nas organizações e melhorar os sistemas existentes, promovendo avanços na área de Gestão de Pessoas. (Moreira e Tose, 2012)

2.4 Ambiente educacional ou gestão escolar

“Originário do latim ‘gestione’, o conceito de gestão refere-se à ação e ao efeito de gerir ou de administrar” (Oliveira e Menezes, 2018). Para Faleiro (2013, p.32), através da concepção sociocrítico, a organização escolar “é concebida como espaço de interações sociais, por isso político, com intencionalidade, direcionada à participação da comunidade escolar, considerando o contexto sociocultural e político”.

A gestão escolar democrática, inclui não só os professores, mas a comunidade escolar como um todo, com o intuito de proporcionar a melhor qualidade aos alunos (Oliveira e Menezes, 2018). Por isso, é importante que nas escolas existam políticas educacionais públicas e ações que as implemente na prática, de forma que haja participação e compartilhamento, tomadas de decisões conjuntas, efetivação de resultados, compartilhamentos e avaliação com o retorno das informações a todos os envolvidos (Oliveira e Menezes, 2018).

Segundo Araújo (2009), a gestão democrática, unido ao Projeto Político Pedagógico e a autonomia da escola, são pressupostos fundamentais para a

formação do profissional da educação e também para o desenvolvimento da cidadania. Desse modo, a escola enquanto agência de formação, não deve associar-se somente a lógica do mercado, mas cumprir também sua função social, ou seja, seu papel político-institucional (Araújo, 2009).

Na administração escolar brasileira, a escola imprime uma concepção científico-racional, burocrática e tecnicista, portanto com sua estrutura e funcionamento voltado ao racionalismo, o planejamento, a organização, os controles ficam voltados ao alcance de resultados elevados em eficiência e eficácia (Araújo, 2009).

2.4.1 Perfil do professor de escola técnica

De início, é necessário ater-se na importância da presença das bases tecnológicas no perfil do docente a ser formado, uma vez que relaciona todos os conceitos, princípios e processos relacionados a um eixo tecnológico e a determinada área produtiva, resultante de conhecimentos científicos (Lima; Pereira; Kanaane, 2017).

Desse modo, o professor de escola técnica, além de seus conhecimentos prévios científicos, precisa estar apoiado também às bases instrumentais relativas a linguagens e códigos, uma vez que é necessário desenvolver habilidades em interpretar a realidade e comunicar-se com ela, habilidades mentais e psicomotoras e de relacionamento humano, para que desse modo a aprendizagem se torne significativa e possa desenvolver adequadamente novos profissionais (Lima; Pereira; Kanaane, 2017).

A formação de professores é um processo contínuo, onde o educador se torna a principal ferramenta do próprio trabalho e o agente central do seu desenvolvimento profissional. (Lima e Guerreiro, 2019). O professor ainda é a melhor “tecnologia” em sala de aula, sendo o responsável por mediar o aprendizado dos alunos. Ele utiliza seu conhecimento para implementar práticas educativas que estejam alinhadas com as necessidades da era pós-sociedade da informação (Lima e Guerreiro, 2019). Assim sendo, o docente, independentemente de qualquer outra atividade, possui um compromisso como educador de contribuir para com o desenvolvimento da educação profissional, sendo assim, torna-se necessário que se adeque a novas estratégias, formas criativas de ensino-aprendizagem, realização de trabalhos

integrados e interdisciplinares, promover um ensino interligado às atividades práticas e de pesquisa (Lima; Pereira; Kanaane, 2017).

3 ENDOMARKETING COMO FERRAMENTA PARA AUMENTO DO DESEMPENHO DO PROFESSOR

3.1 Pesquisa de campo com professores de uma escola técnica

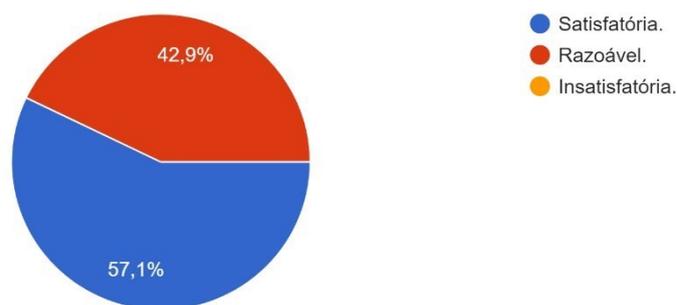
A pesquisa de satisfação dos colaboradores foi desenvolvida para coletar informações importantes sobre a percepção dos funcionários em relação ao ambiente de trabalho, comunicação interna, motivação, oportunidades de crescimento e bem-estar.

No quesito comunicação interna, podemos analisar que 57,10% dos professores consideram satisfatória a qualidade da comunicação na escola e outros 42,90% a considera razoável. Com isto, apesar da maior porcentagem dos votos afirmar ser satisfatória, há uma grande parcela que ainda acredita que a comunicação não tem sido eficiente da forma que deveria, como ressalta o gráfico abaixo.

Gráfico 1

Como você avalia a comunicação interna da escola?

7 respostas



Fonte: autores, 2024

Outro ponto analisado são os benefícios valorizados pelos colaboradores, que poderiam promover maior satisfação. Dentre eles foram citados vale transporte, auxílio combustível, melhoria no vale alimentação, plano de saúde com maior

acessibilidade e capacitações presenciais na região. Além disso, também foi possível identificar áreas que precisam de mais atenção na escola e a principal resposta foi relacionada a estrutura física.

Imagem 1

Quais são as áreas que mais precisam de melhorias na escola?

7 respostas

Não sei dizer

Melhor ventilação dentro das salas de aula.

A limpeza e manutenção das instalações. Chão da quadra, pintura do prédio.

Algumas coordenações, não todas.

os horários poderiam ser menos fragmentados. facilitaria até a aprendizagem dos alunos

Estrutura física

janelas e pintura

Fonte: autores, 2024

Imagem 2

Eu Quais benefícios você acredita que poderiam ser implementados pela ETEC para promover maior satisfação entre os colaboradores?

7 respostas

Não sei dizer

Plano de saúde com maior acessibilidade na região, vale combustível.

Não vejo nada em especial

Capacitações presenciais na nossa unidade e não só em São Paulo.

Benefícios como plano de saúde, vale alimentação em um melhor valor. Mas sei que isso não depende da Direção da escola e sim do centro Paula Souza.

vale transporte e vale alimentação

Estou satisfeito!

auxilio combustível

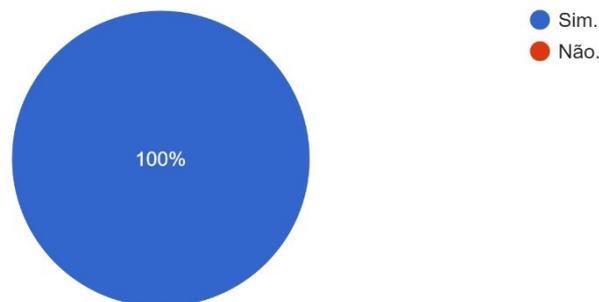
Fonte: autores, 2024.

Em relação a motivação vinda dos gestores 71,40% sente-se motivado a desempenhar o seu melhor dentro da função e outros 28,60% consideram regular, pois sente falta de ser mais reconhecido e motivado. No questionamento voltado a oportunidade de crescimento no ambiente de trabalho, a porcentagem foi equivalente a resposta anterior.

Nota-se que a escola possui um bom clima organizacional, porém ainda existe melhorias a serem feitas na comunicação interna. Em virtude disto pode ser implementado programas de bem-estar e saúde no trabalho, visto que existe grande adesão por parte dos colaboradores, como mostra o gráfico 2.

Gráfico 2

Você teria interesse em participar de um programa de bem-estar no trabalho?
7 respostas



Fonte: autores, 2024

3.2 Como o endomarketing pode melhorar o desempenho de professores

É notório que o desempenho dos professores não envolve somente o ambiente de sala de aula, mas sim tudo ao seu redor, desde a estrutura física da escola, até sua vida íntima e pessoal, relacionado aos planos de saúde, vale alimentação, entre outros.

Em virtude disto, uma proposta foi projetada com o intuito de aprimorar o desempenho dos colaboradores, este mesmo nomeado como "Profs em Ação". O foco deste projeto é aperfeiçoar o clima organizacional, a satisfação, bem-estar, motivação, entre outros pontos que afetam a performance dos docentes.

A primeira proposta é chamada de “Café com a Direção”, que são encontros mensais, onde os docentes têm a oportunidade de conversar diretamente com a gestão, para dar sugestões e compartilhar suas preocupações. Além disso, também ficaria disponibilizado uma “Caixa de Ideias” na sala dos professores, para aqueles que preferem contribuir anonimamente.

Outra recomendação, são as “Capacitações Internas e Workshops Práticos”, nos quais a escola promoveria capacitações com temas sugeridos pelos próprios professores, uma vez a cada dois meses. As sessões abordariam tópicos como técnicas de motivação, uso de ferramentas digitais e estratégias para tornar as aulas mais dinâmicas e envolventes. Esses encontros seriam práticos e informais, com foco em fornecer aos professores ferramentas aplicáveis no dia a dia em sala de aula, para que saiam das capacitações prontos para colocar o que aprenderam em prática.

Outro ponto importante a ser trabalhado é a “Semana de Bem-Estar”. A cada trimestre a escola dedicaria uma semana a este projeto, durante esse período seriam oferecidas atividades como sessões rápidas de alongamento, meditações ou uma palestra focada na saúde mental no ambiente de trabalho. O objetivo é proporcionar aos professores um momento de relaxamento e foco.

Imagem 03



Fonte: autores, 2024.

De maneira complementar, o projeto também incluiria o “Vale-Café mensal”, oferecendo a cada professor um momento especial de pausa. Além disso, para tornar os benefícios ainda mais atrativos e funcionais, poderiam ser implementadas melhorias no vale-alimentação, ajustando o valor para acompanhar o custo de vida. No caso do vale-transporte, a escola poderia considerar um auxílio extra para professores que percorrem grandes distâncias. Essas melhorias tornariam o dia a dia dos professores mais confortável e prático, reforçando o apoio da escola ao bem-estar deles.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou compreender e analisar o impacto do endomarketing no desempenho dos professores em uma escola técnica de Lorena, abordando como o marketing interno pode influenciar o ambiente escolar e o engajamento dos docentes. Os dados levantados indicam que, embora a instituição apresente um clima organizacional razoavelmente positivo, ainda há pontos a serem aprimorados, especialmente no que diz respeito à comunicação interna, à motivação e aos benefícios oferecidos.

Foi constatado que ações de endomarketing, como programas de bem-estar, encontros de feedback entre docentes e gestão, e capacitações com temas de interesse dos professores, são capazes de fortalecer a relação entre a equipe e a direção. Tais iniciativas criam um ambiente de trabalho mais acolhedor e produtivo, elevando o desempenho dos professores e impactando diretamente na qualidade da educação oferecida.

A proposta “Profs em Ação” representa uma iniciativa prática para implementar essas estratégias, oferecendo benefícios como o Vale-Café mensal e melhorias no vale-alimentação e vale-transporte. Esses incentivos foram bem recebidos pelos professores, mostrando-se relevantes para seu bem-estar e satisfação no trabalho.

Conclui-se que o investimento em endomarketing contribui não apenas para o engajamento dos professores, mas também para a qualidade do ensino, fortalecendo a posição da escola no mercado educacional. Para estudos futuros, recomenda-se explorar o impacto longitudinal dessas ações no desempenho escolar e expandir o modelo para outras instituições educacionais, comparando resultados e boas práticas.

5 REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Maria Cristina Munhoz. **Gestão Escolar**. IESD Brasil S.A, Curitiba, 2009.
Disponível em: <
https://arquivostp.s3.amazonaws.com/qcursos/livro/LIVRO_gestao_escolar.pdf>
Acesso em: 17 out 2024.

AZEVEDO, Ieda de Oliveira. **A importância da gestão de pessoas e do endomarketing na percepção dos colaboradores na cidade de Indaiatuba-SP, 2023**. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial) - Faculdade de Tecnologia de Indaiatuba "Dr. Archimedes Lammoglia", Indaiatuba, 2023. Disponível em:
<<https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/17260>> Acesso em 15 out. 2024.

BISPO, Carlos Alberto Ferreira. **Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional**. Revista Brasileira de Administração, São Paulo, v. 2, pág. 45-60, 2024. Disponível em:
<<https://www.scielo.br/j/prod/a/4Cy7Wz5QsYJrPBnQBWt5R7x/?format=pdf&lang=pt>>
> Acesso em 15 out. 2024.

BRANDÃO, H. P; GUIMARÃES, T. A. **GESTÃO DE COMPETÊNCIAS E GESTÃO DE DESEMPENHO: tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo construto?**

.
RAE - Revista de Administração de Empresas • Jan./Mar. 2001

CARDOSO, Arthur George Souza; PADILHA, Camilo Valério Oliveira. **Recrutamento e Seleção de Pessoas**. Universidade Maurício de Nassau. Aracajú, junho 2018.
Disponível em:
<https://cdn.administradores.com.br/app/uploads/2022/01/29181826/academico_7313_190226_162305.pdf> Acesso em 08 out 2024.

CARDOSO, T. L.; ENSSLIN, S. R.; ENSSILIN, L.; RIPOLL FELIU, V. M.; DUTRA, A. **Reflexões para avanço na área de avaliação e gestão do desempenho das universidades: uma análise da literatura científica.** Revista de Gestão e Avaliação, v. 12, n. 2, p. 123-145, 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=5XUALBIDdQwC&oi=fnd&pg=PA1&dq=uma+defini%C3%A7%C3%A3o+para+gest%C3%A3o+de+pessoas&ots=5yKS7o9SKG&sig=ZFKMbcCehsHiqDrjqPH CkNr6DsQ#v=onepage&q&f=false>> Acesso em 03 set. 2024.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 4 ed. Barueri, SP.: Manole, 2014

DE SOUZA, C. J.; DE PROENÇA, O.; SOARES, T. **DESEMPENHO ORGANIZACIONAL E FERRAMENTAS DE GESTÃO: Uma análise das publicações e agenda de pesquisa.** Revista Estudos e Pesquisas em Administração, [S. l.], v. 6, n. 1, 2022. DOI: 10.30781/repad.v6i1.12693

FALEIRO, Regina Bandeira. **Endomarketing: estratégia sistêmica para uma gestão escolar mais democrática.** Centro Universitário La Salle. Canoas, 2013. Disponível em: <<https://dspace.unilasalle.edu.br/handle/11690/611>> Acesso em 15 out. 2024.

FILHO, E. P. F.; PEREIRA, F. A.; PASSOS, G. S. **A influência do endomarketing e da comunicação interna na cultura organizacional.** In: Gestão e Tecnologia para a Competitividade, 23-25 out. 2013. [s.l.]: [s.n.], 2013.

GUIMARAES, Marilda Ferreira; ARIEIRA, Jailson de Oliveira. **O processo de recrutamento e seleção como uma ferramenta de gestão.** Rev. Ciên. Empresariais

da UNIPAR, Toledo, v.6, n.2, jul./dez., 2005. Disponível em: <file:///C:/Users/User/Downloads/admin,+309-1156-1-CE.pdf>. Acesso em: 08 out 2024.

LIMA, M. B. R. M.; GUERREIRO, E. M. B. R. **Perfil do professor mediador: proposta de identificação.** *Educação*, v. 44, p. 1-21, 2019. Recepção: 06 ago. 2018.

Aprovação: 07 dez. 2018.

LIMA, Rodrigo da Silva; PEREIRA, Shirlei Paques; KANAANE, Roberto. **A construção da identidade do professor no contexto do ensino técnico integrado ao médio.** *Boletim Academia Paulista de Psicologia*, vol. 37, núm. 93, pp.322-352. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/946/94654179009.pdf>> Acesso em 21 out 2024.

MARQUES, Fernanda. **Gestão de Pessoas: Fundamentos e tendências.** Brasília: DDG/ENAP, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/2521/1/GPFT%20-%20ApostilaCE.pdf>>. Acesso em 04 set. 2024.

MOREIRA, L. C; TOSE, M. G. L. S. **A prática da avaliação de desempenho humano em empresas fabris.** *Revista de Administração*, v. 7, n. 1, p. 1-15, mar./jun. 2012.

ISSN 1808-6594.

NASCIMENTO, G. C.; RODRIGUES, V. J. R. J.; MEGLIORINI, E. (2010). **Conceitos da teoria institucional: fonte propulsora de evolução para a gestão de desempenho.** In *Anais do XVII Congresso Brasileiro de Custos*, Belo Horizonte, MG,

Brasil, 03 a 05 de novembro de 2010.

OLIVEIRA, Ivana Campos; MENEZES, Ione Vasques. **Revisão de literatura: o conceito de gestão escolar.** Cadernos de Pesquisa v.48 n.169 p.876-900 jul./set. 2018. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cp/a/h8K6zLFps4LjXwjKqnBGPYD/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em 15 out. 2024

REIS, T. A.; BRUGNEROTTO, T. R.; SEVILHA, I. C.; CREMONEZI, G. O. G.; OSWALDO, Y. C. **Endomarketing, Liderança e Comunicação: Reflexos na Organização.** ReMark - Revista Brasileira de Marketing, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 128–138, 2018. DOI: 10.5585/remark.v17i1.3773.