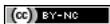




Disponível em
<http://www.anpad.org.br/rac>

RAC, Curitiba, v. 15, n. 3,
p. 560, Maio/Jun. 2011



Notas Bibliográficas:

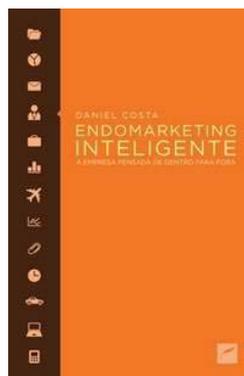


A PSICOLOGIA DO LÍDER

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 certas 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



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