**1. TÍTULO DO TRABALHO OU TEMA**

O Título do trabalho escolhido como tema para pesquisa será: “Endormarketing durante o processo de consultoria e reengenharia; Um enfoque na indústria de artefato de borracha”.

O Endomarketing é uma ferramenta voltada para o publico interno das empresas e organizações, visando a ação-para-o-mercado, objetivando facilitar e realizar trocas, construindo relacionamentos com o público interno, compartilhando os objetivos da empresa ou organização, harmonizando e fortalecendo estas relações.

Este tema será baseado em pesquisa deste importante e atual componente desenvolvido para melhora da competitividade e da comunicação interna e com um olhar através dela, fazer um estudo de campo junto aos colaboradores de empresa de artefatos de borracha para identificar os reais impactos no comportamento e atuação deles dentro da organização, com o ingresso de empresa de consultoria e ou reengenharia, sendo eles positivos ou negativos.

**1.1. DELIMITAÇÃO DO TEMA OU ASSUNTO**

A delimitação do tema está a cerca de mensurar o impacto positivo ou negativo causado nos colaboradores com o ingresso de uma consultoria externa.

**2. OBJETIVOS DA PESQUISA**

O objetivo desta pesquisa visa identificar através de estudo in loco juntamente com os colaboradores, o impacto gerado com a entrada de consultoria externa, fazendo-se uso ou não do endomarketing, considerando sua importância tanto para o colaborador, quanto para a empresa.

**3. JUSTIFICATIVA DA PESQUISA**

Com base na realização deste estudo, iremos desenvolver nosso Trabalho de Conclusão de Curso defendendo a importância do Endomarketing antecedente a consultoria e ou reengenharia, de forma a auxiliar aos futuros administradores na gestão e visão global, utilizando-se de condução clara e objetiva na comunicação dentro da organização que estiver sob seu comando. Auxiliando-o a preparar seus colaboradores para ingresso de terceiros, de maneira a serem colaborativos e receptivos por entenderem a real importância do trabalho a ser realizado.

O mesmo se destina aos gestores de áreas específicas como, Marketing, Economia, Relações Públicas e Recursos Humanos, pois são áreas sujeitas a mudanças que requerem um ambiente participativo.

**4. PROBLEMA DA PESQUISA**

O problema da pesquisa pressupõe a seguinte questão: “O processo de Consultoria e ou Reengenharia, afetará os colaboradores internos?”.

**5. HIPÓTESE DA PESQUISA**

A hipótese da pesquisa pressupõe identificar se na ocorrência de consultoria e ou reengenharia, o endomarketing é positivo ou negativo para o colaborador.

**6. UNIVERSO DA PESQUISA**

O universo de pesquisa será em torno do tema “Endomarketing, um estudo de caso durante o processo de consultoria e ou reengenharia”, no Município de Guarulhos.

**7. METODOLOGIA DA PESQUISA**

A metodologia de pesquisa será realizada através de bibliografias por meio de websites, livros e pesquisa de campo, por meio de questionário com entrevista aplicada in loco.

**8. CRONOGRAMA DA PESQUISA**

Partimos do pressuposto de que o trabalho de conclusão de curso será realizado de acordo com o cronograma apresentado a seguir:



**9.ORÇAMENTO DA PESQUISA**

Pressupõe-se de que o trabalho de conclusão de curso terá os investimentos descritos de acordo com a tabela abaixo:

|  |  |
| --- | --- |
| **Descrição do Gasto** | **Valor R$** |
| **Alimentação** | **R$ 650,00** |
| **Transporte** | **R$ 350,00** |
| **Material Didático** | **R$ 250,00** |

**BIBLIOGRAFIA**

**BEKING**, Saul Faingaus. **Conversando Sobre Endomarketing.** USA: Makron Books, 1995.

**COSTA**, Daniel, **Não existe Gestão sem Comunicação – Como Conectar Endomarketing Liderança e Engajamento**. Dublinense, 2014.

**DIAS**, José Geraldo Gaurink. **Endomarketing.** Livro Pronto, 2008.