

NOTAS DO AUTOR	7
AGRADECIMENTOS	9
PREFÁCIO	11
LISTA DE ABREVIATURAS	19
LISTA DE ABREVIATURAS (CONTINUAÇÃO)	20
INTRODUÇÃO	21

Parte I: Marketing Interno, Comunicação e Novas Tecnologias

CAPÍTULO 1 - MARKETING INTERNO E COMUNICAÇÃO	31
Comunicação na empresa	32
Localização da Comunicação Interna	34
Da comunicação ao que a empresa é	35
Marketing Interno	36
Responsabilidade Social e Marketing Interno	38
Relações Públicas ao Serviço do Marketing Interno	39
Comunicação pessoal	41
Barreiras à comunicação	44
Relacionamento entre a gestão geral, os responsáveis pelos SI e utilizadores	46
Liderança e trabalho em equipa	47
A influência das tecnologias e o comportamento organizacional	49
A gestão de processos e os softwares integrados de gestão	50
Marketing interno, comunicação e eficácia do sistema de gestão da qualidade	52
Gestão estratégica da qualidade	53
Modelos e normas da qualidade	54
A gestão da mudança tecnológica	58
Cultura tecnológica	61
Comunicação em situação de crise tecnológica	61

CAPÍTULO 2 - AS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	65
Suportes para a Informação e Comunicação	66
Sistemas de Informação	69
Influência das Intranets, Portais Corporativos e Extranets	72
Balanced Scorecard de RH e as ferramentas de comunicação digitais	74
A Tecnologia na Gestão do Conhecimento	76
Potencialidades da comunicação digital	82
O e-mail	82
O e-mail interno e os meios telefónicos atuais	83
e-Mail versus e-Newsletter	86
A videoconferência	87
O Instant Messaging e os Chats's	88
Blogs, Moblogs e K-blogs	89
A utilização do telemóvel	92
Segurança e Privacidade	93
O uso da tecnologia, o teletrabalho e o surgimento de microempresas	96
Recursos e documentação audiovisuais	97
Gestão estratégica com novas tecnologias	100
Impactos inovadores da adoção das TIC e dos SI	103
Práticas de Responsabilidade Social e Novas Tecnologias	108
Parte II: Estudo sobre as PME's da Euro-Região Norte de Portugal-Galiza	
CAPÍTULO 3 - PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO	113
Estudos sobre Comunicação Interna	114
Estudos efetuados no Norte de Portugal	116
Estudos efetuados na Galiza	117
Estudo efetuados na Euro-Região Norte de Portugal-Galiza	119
Objetivos, âmbito e condicionalismos da investigação	120
Metodologia de investigação	123
Elaboração do questionário	123
Desenho da Amostra	124
Técnicas estatísticas	125
Meios utilizados	126

CAPÍTULO 4 - COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIAS NAS PME'S DA EURO REGIÃO NORTE DE PORTUGAL-GALIZA	129
Potencialidades da Euro-Região	130
Caracterização das PME's	132
Tecnologias utilizadas	135
Serviços de informação e comunicação	137
Tipologias de Utilização Interna das Novas Tecnologias	139
Sistemas de Informação	141
Responsabilidade Social e Tecnologias	144
CAPÍTULO 5 - O IMPACTO DA UTILIZAÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS NAS PME'S DA EURO REGIÃO NORTE DE PORTUGAL-GALIZA	149
Consistência Interna	150
Correlações	151
Contributo das novas tecnologias para a tomada de decisões estratégicas	152
Contributo das novas tecnologias para a eficácia do SI	158
Contributo das novas tecnologias para a Gestão de RH	162
Contributo das novas tecnologias para a Redução de Custos	168
Contributo das novas tecnologias para a gestão do tempo	170
Contributo das novas tecnologias para a Comunicação Interna	172
Contributo das novas tecnologias para a Qualidade	177
Contributo das novas tecnologias para a Imagem	180
CAPÍTULO 6 - TENDÊNCIAS EM COMUNICAÇÃO NAS PME'S DA EURO-REGIÃO NORTE DE PORTUGAL-GALIZA	183
2011...	184
CAPÍTULO 7 - CONCLUSÕES	191
Principais conclusões	192
Limitações da investigação	205
Contribuição para a área de investigação em marketing e comunicação	207
Sugestões para futuras investigações	208
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	209