

ÍNDICE

	Pág.
1. Introdução	1
2. Revisão de literatura	3
2.1. “Avant-propos”	3
2.2. Da identidade à identidade organizacional	5
2.2.1. A identidade social	7
2.2.2. A identidade organizacional	8
2.2.3. Identidade e imagem organizacional	15
2.2.4. Identidade corporativa	18
2.2.5. Identidades organizacionais múltiplas	20
2.2.6. Cultura organizacional, identidade e imagem	23
2.2.7. Identidade organizacional e identidade profissional	26
2.2.8. Construção da identidade	27
2.2.9. Identidade e estratégia organizacional	29
2.2.10. A comunicação organizacional	30
2.2.11. Outros conceitos afins	31
2.3. A identificação organizacional	31
2.3.1. Identificação e desidentificação	33
2.4. Síntese	34
3. Objectivo do estudo	35
4. Hipóteses	36
5. Método	49
5.1. Amostra	49
5.2. Tipo de Amostragem	50
5.3. Instrumentos	50
5.3.1. Identificação organizacional	50
5.3.2. Identificação profissional	50
5.3.3. A força da identidade organizacional	51
5.3.4. A congruência de valores	51
5.3.5. A incongruência da identidade organizacional	52
5.3.6. O prestígio externo percebido	52
5.3.7. Os factores comportamentais	52
5.3.8. A liderança	52
5.3.9. A satisfação geral no trabalho	53
5.3.10. Variáveis de controlo	53
5.4. Procedimento	53

6. Resultados	55
7. Discussão	65
Bibliografia	81
Anexos	
A - Caracterização da amostra	92
B - Questionário	99

ÍNDICE DE TABELAS

		Pág.
Tabela	1 Resultados da análise de regressão para os antecedentes da identificação organizacional	57
Tabela	2 Análise de regressão: variável independente identificação profissional, variável dependente identificação organizacional	58
Tabela	3 Correlação parcial entre identificação organizacional e identificação profissional	59
Tabela	4 Análise de regressão: variável independente identificação organizacional, variável dependente “exit”	60
Tabela	5 Análise de regressão: variável independente identificação organizacional, variável dependente “neglect”	61
Tabela	6 Análise de regressão: variável independente identificação organizacional, variável dependente “voice”	62
Tabela	7 Análise de regressão: variável independente identificação organizacional, variável dependente “loyalty”	62
Tabela	8 Análise de regressão: variável independente identificação organizacional, variável dependente satisfação geral no trabalho	63

ÍNDICE DE FIGURAS

		Pág.
Figura	1 Modelo do estudo: antecedentes e consequentes da identificação organizacional	35
Figura	2 Perspectivas de análise	36