

IDENTIDADE CORPORATIVA: A IDENTIFICAÇÃO DOS CONSTRUTOS MAIS RELEVANTES EM INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR PÚBLICA

Autor: NADIA CRISTINA DESSUPOIO

Banca examinadora: Pres. Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto da Costa Vieira, Coorientadora: Prof^a Dr^a Irene Raguene Troccoli, Prof^a Dr^a Cecília Lima de Queirós, Prof^a Dr^a Veranise Jacobowski Correia Dubeux - PUC-Rio

Esta pesquisa tem como objetivo verificar como as dimensões “comunicação e identidade visual”, “comportamento” e “cultura corporativa” impactam a identidade corporativa de uma instituição de ensino superior pública. Para tanto, foi conduzida pesquisa de *survey*, utilizando questionário estruturado com cinco opções de resposta do tipo Likert. A amostra foi constituída de 203 docentes do quadro de pessoal de uma instituição de ensino superior pública brasileira. Os dados foram tratados com utilização da técnica de modelagem de equações estruturais com mínimos quadrados parciais. Os resultados apresentaram significância estatística e indicaram que o construto “comportamento” apresentou o maior efeito e, portanto, é o que impacta mais fortemente a identidade da universidade. Os demais construtos, “cultura corporativa” e “comunicação e identidade visual”, nessa ordem de importância, também alcançaram coeficientes de impacto positivos para a identidade da instituição. Os resultados obtidos confirmaram que o modelo é consistente e pode ser utilizado em futuras pesquisas.

Palavras-chave: Identidade Corporativa; Instituição de Ensino Superior Pública; Modelagem de Equações Estruturais.