

Workshop do Processo Seletivo

Doutorado em Marketing, Inovação & Estratégia | PPGA/ESPM

10 de fevereiro de 2020



- O PPGA/ESPM
- Oferta do DINTER em Cuiabá
- Processo Seletivo
- Perguntas & Respostas





AVALIAÇÃO DOS PROGRAMAS

ESPM

Órgão responsável pela avaliação dos cursos de Mestrado e
Doutorado no Brasil

Programa de Pós Graduação em
Comunicação (PPGCOM) – 15 anos



Programa de Pós Graduação em
Administração (PPGA) – 10 anos



DISTRIBUIÇÃO DE NOTAS POR PPG

Nota	ACAD.	PROF.	Total
3	36	45	81
4	44	20	64
5	27	9	36
6	4		4
7	3		3
Total	114	74	188
Sem Nota	3	7	198

	3	4	5	6	7	Total
ADMINISTRAÇÃO						
ACADÊMICO	18	32	16	2	3	71
PROFISSIONAL	30	15	8			53
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA						
ACADÊMICO	3	1	2	1		7
PROFISSIONAL	10	4				14
CIÊNCIAS CONTÁBEIS						
ACADÊMICO	12	7	8	1		28
PROFISSIONAL	2	1	1			4
TURISMO						
ACADÊMICO	3	4	1			8
PROFISSIONAL	3					3
Total	81	64	36	4	3	188

OBJETIVOS

ESPM

- Preparar **docentes, pesquisadores e profissionais** para a **reflexão científica** sobre temas atuais da Administração no contexto nacional e internacional;
- Estimular o **domínio da ciência da Administração** (Marketing; Inovação & Estratégia) e de suas ferramentas analíticas;
- Envolve o **desenvolvimento de competências** nos requisitos:
 - Capacidades;
 - Conhecimentos;
 - Atitudes.



Atitudes esperadas

- **Curiosidade investigativa** e proatividade para buscar por resultados;
- **Atitude sistematizadora e crítica dos conhecimentos existentes**, visando ao avanço do conhecimento científico;
- **Senso de aplicação do conhecimento produzido**: buscar a utilização dos resultados de pesquisas na solução de problemas efetivos de empresas brasileiras ou multinacionais, setor público e / ou terceiro setor;
- **Caráter ético de honestidade científica** na produção e na aplicação do conhecimento.



Atividades do PPGA



Encontro de Teses



Aula Magna



Palestrantes internacionais



Pesquisa Franquias Internacionais



Formatura



Grupos de pesquisa



Simpósio ESPM



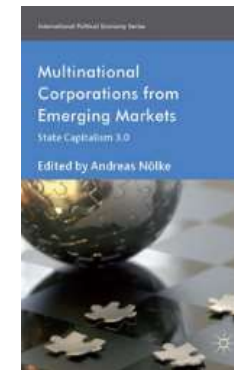
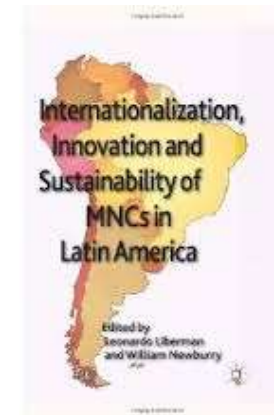
Disciplinas internacionais



SEMEAD/USP

PUBLICAÇÕES

Livros & Capítulos de Livros



PUBLICAÇÕES EM PERIÓDICOS (JOURNALS)

European Management Review, (2018)
DOI: 10.1111/emre.12170



International Mobility of Academics: Brain Drain and Brain Gain

PAULETTE SIEKIERSKI, MANOLITA CORREIA LIMA and FELIPE MENDES BORINI
PMDGI-ESPM/SP, São Paulo, Brazil



Latin American Business Review



ISSN: 1097-8526 (Print) 1526-4932 (Online) Journal homepage: <http://www.tandfonline.com/doi/label/20>

Attributes of Foreign Subsidiaries and the Location Strategy of Multinational Firms in Global Cities in Latin America

Paulo Kazuhiro Izumi, Pedro Carvalho Burnier, Mário Henrique Ogasavara & Júlio César Bastos de Figueiredo



The Impact of Cross-National Distance on Survival of Foreign Subsidiaries

Fabio Cassio-de-Souza[†]
Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional, ESPM, São Paulo, SP, Brazil
Mário Henrique Ogasavara[‡]



Academic production of Brazilian authors on internationalization: Balance of the publications in Brazil in the 21st century

Sergio Garrido Moraes[†], Vivian Iara Strehlau and Frederico Araújo Turolla
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, São Paulo/SP, Brazil



Estratégias de marketing no processo de internacionalização de franquias brasileiras

Maria Adriana de A. P. Camargo
Thelma Valéria Rocha
ESPM, PMDGI, São Paulo, Brazil

Susana Costa e Silva
Universidade Católica Portuguesa,
Catholic Porto Business School, Porto, Portugal



Marketing Intelligence & Planning

Evaluating co-branded products: the socioeconomic strata effect
Rafaela Almeida Cordeiro Mateus Canniatti Ponchio José Afonso Mazzon



Ilan Avrachim¹
Bruno Henrique de Araújo²
Wolney Ramiro³

THE DYNAMICS OF LOCAL LEARNING IN GLOBAL VALUE CHAINS: UMA ANÁLISE CRÍTICA

ARTICLES

RICARDO OSÓRIO DE OLIVEIRA[†]
ricardo@quironcomunicacao.com.br
ORCID: 0000-0001-9681-5746

Submitted 05.24.2017. Approved 12.26.2017
Evaluated through a double-blind review process. Scientific Editor: Francisco Javier Rondan-Cataluña
Original version
DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020180403>

EDUARDO EUGÊNIO SPERS[†]
espers@espm.br
ORCID: 0000-0002-8057-3460

BRAND EQUITY IN AGRIBUSINESS: BRAZILIAN CONSUMER PERCEPTIONS OF PORK PRODUCTS

Brand equity no agronegócio: Percepção do consumidor brasileiro de carne suína

Brand equity en la agroindustria: Percepciones del consumidor brasileño de carnes porcinas

[†]Escola Superior de Propaganda e Marketing, Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional, São Paulo, SP, Brazil



Export Marketing Strategy and Performance among Micro and Small Brazilian Enterprises

Author(s):

Reynaldo Dannecker Cunha
Thelma Valeria Rocha



Participação em Conferências Acadêmicas

NACIONAIS



INTERNACIONAIS



Participação em Conferências Acadêmicas



EXCELÊNCIA EM PESQUISA



Premio Jabuti 2012



IV SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 231

2015 - Melhor Artigo da Área Inovação

2016 - Melhor Artigo Científico – Inovação

2017 - Melhor Artigo de Evento



ASAC
Administrative Sciences Association of Canada
Association des sciences administratives du Canada

2012 - Best Paper Award



2015
Melhor Artigo Estudante



2016 – Prêmio Marketing Best 29
Case "Inovação em Pesquisa Transformando o Mercado"



2016 - Destaque Educação com foco Internacional

DISCENTES / EGRESSOS



University of
Reading



Université 
de Montréal



WISCONSIN
UNIVERSITY OF WISCONSIN-MADISON



IBGC
Instituto Brasileiro de
Governança Corporativa



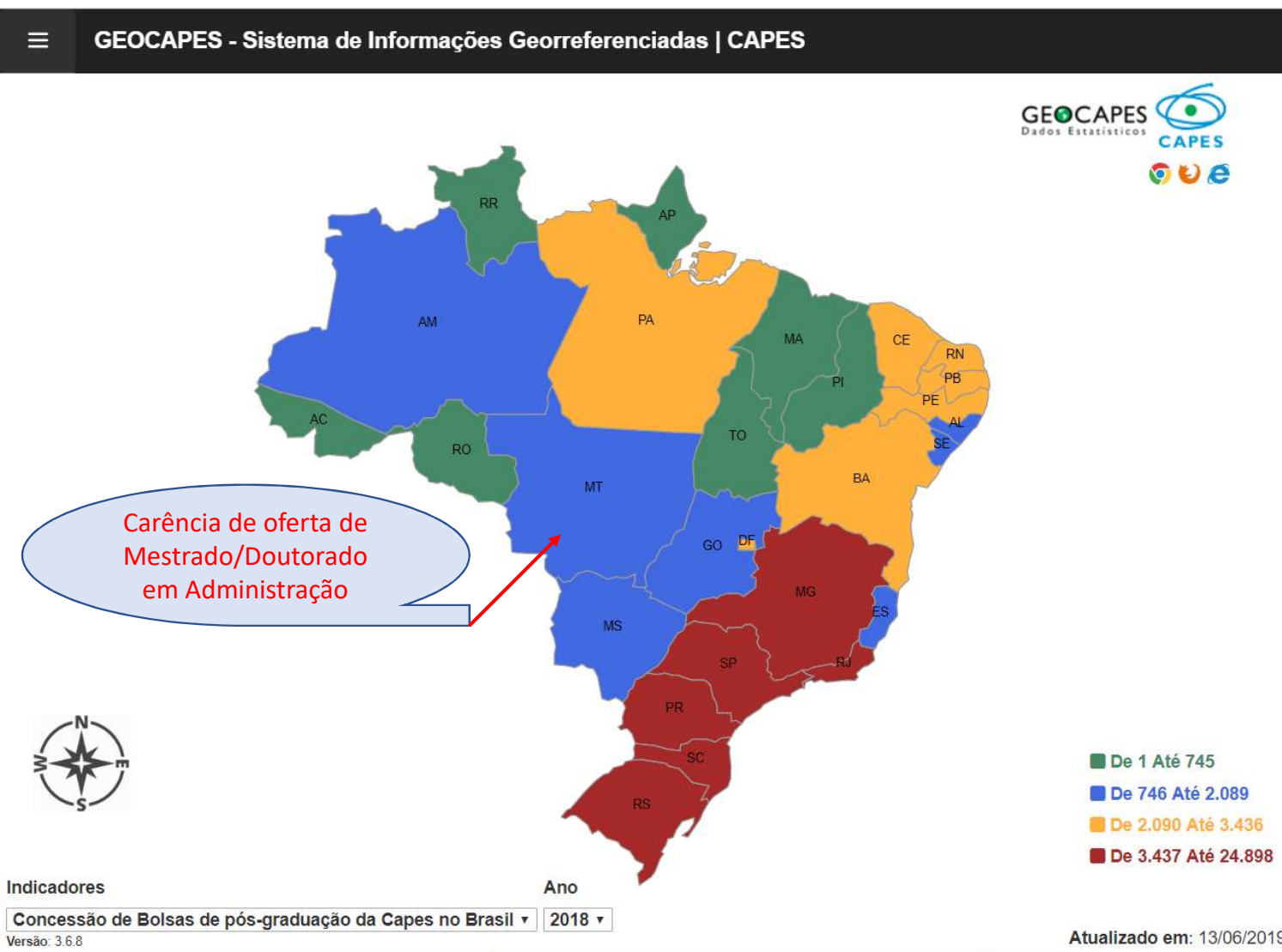
EMBRAER



SUZANO
PAPEL E CELULOSE



Oferta do DINTER em Cuiabá



Excluindo-se o Distrito Federal, há apenas três PPGs na área de Administração na região Centro-Oeste:

Unialfa (GO) – MP – nota 3;
UFMS (MS) – ME/D – nota 4;
UFG (GO) – ME/D – nota 4.

Administração com ênfase em Gestão Internacional

Marketing

Inovação e Estratégia



PERIODIZAÇÃO

ESPM

Dedicação para a finalização
da tese

Semestre	1	2	3	4	5	6	7	8
Créditos	8	8	8	8	4	tese	tese	tese

Banca de Qualificação: após 25 meses de ingresso
Banca de Defesa: até o 48º mês do ingresso

DURAÇÃO: 48 meses
CRÉDITOS TOTAIS: 60

- 36 em disciplinas
(18 disciplinas de
2 créditos cada)
- 04 em atividades
complementares
 - 20 na tese

Aulas

6as, sábados e domingos
Quatro disciplinas por semestre.

MATRIZ CURRICULAR



<u>Disciplina</u>	<u>Créditos</u>
Análise Multivariada de Dados	2
Comportamento do Consumidor Internacional	2
Estágio Docente em Administração	2
Estratégia e Inovação Global	2
Formação em Epistemologia	2
Fundamentos Teóricos em Gestão Internacional	2
Marketing em Agronegócios e Alimentos	2
Marketing em Gestão Internacional	2
Métodos de Pesquisa Qualitativa Avançada	2
Métodos de Pesquisa Qualitativa I	2
Métodos de Pesquisa Quantitativa I	2
Métricas e Escalas em Marketing	2
Oficina de Pesquisa Científica	1
Revisões Sistemáticas de Literatura com Análise de Conteúdo	2
Seminário em Escrita Acadêmica	2
Seminário em Marketing	2
Seminários em Gestão Internacional	2
Teoria da Prática da Educação de Nível Superior	2
Teoria em Marketing	2

Disciplinas	Carga horária em (Hora aula)	Carga horária em crédito
Comportamento do Consumidor e Marketing	30	2
Estratégia e Inteligência de Mercado	30	2
Métricas e escalas em marketing	30	2
Cultura e consumo	30	2
Consumidor Brasileiro	30	2
Marketing em Agronegócio	30	2
Experimentos em marketing e Neurociência	30	2
Comportamento do consumidor internacional	30	2
Estilo de vida e consumo	30	2
Marketing internacional	30	2
Consumidores e marca	30	2
Tópicos Avançados em CCM	30	2
PPP em negócios internacionais	30	2
Jornada do consumidor	30	2
Estratégia Internacional	30	2
Cadeia Global de Valor	30	2
Desenvolvimento Econômico	30	2
Fundamentos de Gestão Internacional	30	2
Difusão de Produtos e Tecnologia	30	2
Empreendedorismo	30	2
Economia do consumo	30	2
Gestão Global da Inovação	30	2
Tópicos Avançados em EIM	30	2
Análise Multivariada de Dados	30	2
Pesquisa Qualitativa Avançada	30	2
Práticas Inovadoras	30	2
Seminários de Escrita Acadêmica	30	2
Teoria e Prática da Educação Superior	30	2
Estágio/ Monitoria Pedagógica	30	2

ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Atividade	Valor
Submissão de trabalho em um congresso	1 crédito por submissão
Aceite e apresentação de trabalho em um congresso	1 crédito por trabalho apresentado
Palestras oferecidas pelo curso (de até 4 horas)	0,25 crédito por palestra
Minicursos e oficinas de técnica de pesquisa oferecidas pelo curso (entre 8 e 12 horas)	0,5 crédito (8 horas) e 0,75 crédito (12 horas)
Viagens* de estudo organizadas pelo programa (Visitas Técnicas)	2 créditos
Monitoria em disciplinas da graduação e ou pós-graduação	1 crédito por monitoria
Estágio de interesse curricular	2 créditos por 4 horas semanais por semestre



4 créditos

NUCLEAÇÕES

Todos os cursos de Mestrado e
Doutorado da ESPM

PPGA

PPGCOM

MPCC e MP Economia Criativa

OUTRAS INSTITUIÇÕES



Insper

BANCO DE TESES E DISSERTAÇÕES

[Página inicial](#)[Navegar por ▾](#)[Ajuda ▾](#)[Sobre o TEDE](#)[Sobre a BDTD](#)[Entrar em: ▾](#)[English](#) [Español](#) [Português](#)

Escola Superior de Propaganda e Marketing

Biblioteca Digital de Teses e Dissertações



Assuntos com maior número de registros



Linhas de Pesquisa, Professores & Grupos de Pesquisa

LINHAS DE PESQUISA

Marketing

Envolve estudos e pesquisas orientados para a construção do conhecimento relacionado à dimensão internacional da gestão do Marketing, abrangendo a transferência de conhecimento em multinacionais, o comportamento do consumidor em diferentes países e culturas, a construção da marca Brasil e seu reflexo nas ações de marketing, e a gestão do marketing em importantes setores internacionais, como agronegócios, franquias e varejo.

Estratégia & Inovação

Envolve estudos e pesquisas que compreendem as estratégias de internacionalização das empresas, bem como o estudo da estratégia adotada pelas empresas já internacionalizadas, englobando o planejamento e a estruturação das funções internacionais, o papel e a estratégia das subsidiárias, a relação entre as subsidiárias e a matriz, os fatores de competitividade das empresas multinacionais, (...)



DOCENTE	Eixo de pesquisa
Mateus Caniatti Ponchio mponchio@espm.br	 Bem-estar financeiro e vulnerabilidade de consumo Relação entre educação financeira, alfabetização financeira e bem-estar financeiro dos indivíduos; Relação entre materialismo e endividamento de consumo; Vulnerabilidade de consumo; Estudos internacionais comparados; Outros temas associados às finanças comportamentais, orientação temporal e psicologia econômica voltados ao bem-estar financeiro dos indivíduos e de sociedades.
Suzane Strehlau sstrehlau@espm.br	 Bem estar do consumidor e consumo Investigar o bem-estar subjetivo do consumidor aliado ao consumo. São abordados aspectos relacionados ao consumo de produtos, ideias, serviços, locais, bem como aspectos que dificultam o acesso ao bem-estar como vulnerabilidades diversas e comportamentos desviantes como uso negligente ou errôneo de produtos, fraude, compulsão, vício, enfim, o lado obscuro do consumidor.
Thelma V. Rocha tvrocha@espm.br	 Marketing e relacionamento Gestão de marketing no ambiente internacional; Marketing para exportação e franquias; Marketing de relacionamento; Construção da Lealdade; Relacionamento na área da Saúde

DOCENTE	Eixo de pesquisa
Vivian Strehlau vstrehlau@espm.br	 Consumidores e Marcas Marca- país e da importância da imagem do país em suas diversas facetas; Marcas Globais vs. Marcas Regionais; Marcas brasileiras no exterior e influência da cultura na construção de marcas; Compreender a relação entre marcas e o comportamento do consumidor
Júlio Figueiredo jfigueiredo@espm.br	 Transformação Digital, <i>Data Science</i> e Métodos Analíticos Aplicados à Administração Tecnologias Emergentes e Ambiente de Inovação; Métricas do Processo de Transformação Digital e Indústria 4.0; Simulação computacional de sistemas sociais; Modelos de programação baseada em agentes e dinâmica de sistemas; Estudos da Difusão de Inovações e Tecnologias.
Luciana Florêncio de Almeida lflorencio@espm.br	 Parcerias e Alianças Estratégicas, Consumo de Alimentos, Marketing de Relacionamento Cadeias globais de valor – do campo ao prato; Estratégias de adição de valor e Parcerias estratégicas; Estratégias de marketing de relacionamento e seus principais construtos como confiança, comprometimento e lealdade. Engajamento e jornada do consumidor; Impacto das estratégias de relacionamento na relação com as marcas (<i>brand love, brand attachment</i>)

DOCENTE	Linha de pesquisa
Manolita Correia Lima mclima@espm.br	 Internacionalização da Educação Superior O Mundo Segundo os Brasileiros – que representação é essa? O Programa Ciência sem Fronteiras – o significado da experiência internacional para os egressos; Estudantes internacionais no Brasil – isso dá samba? Brain drain, Brain gain, Brain waste e Skill Exchange - situação dos países centrais, semiperiféricos e periféricos.
Rafaela Almeida Cordeiro rafaela.cordeiro@espm.br	 Bem-estar financeiro e vulnerabilidade de consumo Desenvolve estudos sobre comportamento do consumidor com foco em tomada de decisão. Especialista em pesquisas de caráter qualitativo (com abordagem fenomenológica) e quantitativo (<i>surveys</i> e experimentos).
Ilan Avrichir iavrichir@espm.br	 Competitividade de Indústrias brasileiras Competitividade internacional de indústrias brasileiras na exportação; orientação empreendedora influenciam na internacionalização; Análise de como as empresas e aglomerados se inserem nas Cadeias Globais de Valor; Fenômenos específicos de exportação.

DOCENTE		Linha de pesquisa
Marcos Amatucci mamatucci@espm.br		<i>Knowledge & Learning: Filosofia da Ciência, Epistemologia, Conhecimento e Aprendizado Organizacional</i> Conhecimento nas Organizações; Aprendizado Organizacional; Polaniy e Conhecimento Tácito; Novos Paradigmas nas Ciências Sociais (Empirismo lógico / neokantismo / neopositivismo, Realismo crítico / hermenêutica / Filosofia Analítica)
Mario Ogasavara mogasavara@espm.br		<i>Estratégia de internacionalização de empresas multinacionais e subsidiárias estrangeiras</i> Foco em subsidiárias brasileiras e asiáticas; Localização (nível subnacional, cidades globais); Modos de entrada; Investimentos sequenciais; Velocidade de internacionalização e Estratégias em período de crise econômica.



GRUPOS DE PESQUISA - PPGA

Bem-estar financeiro e vulnerabilidade de consumo

Inteligência de mercado

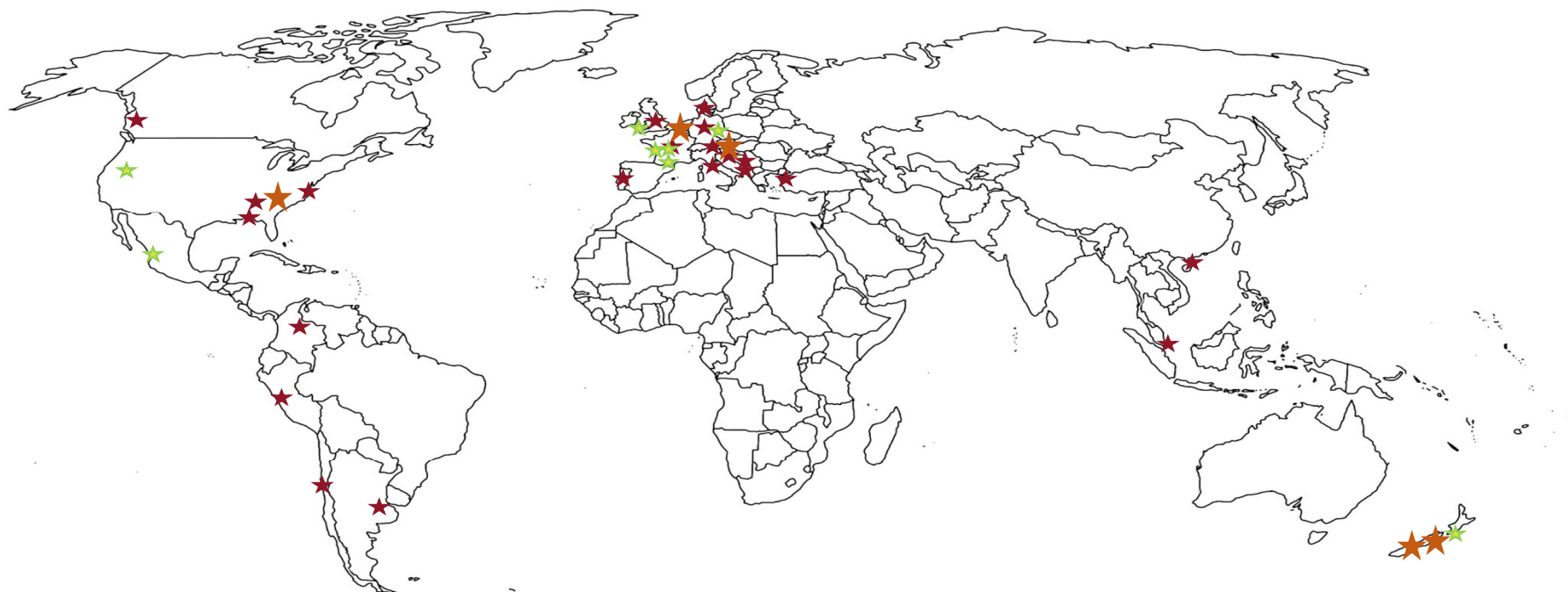
Consumidores e Marcas

AgriFood & Franchising Research

Internacionalização



INTERNACIONALIZAÇÃO



Universidades | Américas, Europa, Ásia e Oceania

Mais informações em <http://intercambios.espm.br/parcerias/>

MÓDULO INTERNACIONAL

O que é?

- Disciplina lecionada no Exterior
- Sempre em JANEIRO
(2º e 3ª semanas)
- Cada ano uma disciplina diferente

Edições Anteriores

2020 | Luxury Marketing

Paris, Strasbourg e Milão

2019 | Consumer Journey

Macerata, Bologna, Parma e Firenze

2018 | Big data

Strasbourg, Luxembourg, Paris e Londres

2017 | Consumer Genealogy

Strasbourg, Kehl, Luxembourg, Versalhes, Paris

2016 | Macroeconomics & Consumer Behavior

Strasbourg, Heidelberg, Mannheim e Paris





ESPM



ESPM

campus
brasil

CONSUMER JOURNEY AND MADE IN ITALY EXPERIENCE

5 a 17 de janeiro, 2019 | Macerata, Bolonha, Parma e Firenze - Itália

**ESPM**

CONSUMER BEHAVIOR & LUXURY MARKETING

Paris, Estrasburgo e Milão -
04 a 15 de janeiro

Dúvidas? [Clique aqui](#)



Processo seletivo



PROCESSO SELETIVO – DINTER – Turma Única



AVALIAÇÃO DA
DOCUMENTAÇÃO E
PRÉ-PROJETO DE
PESQUISA



PROVAS DE INGLÊS



PROVA ORAL



TESTE ANPAD



PROPOSTA DE PESQUISA

- Título / Resumo e palavras-chave do projeto
- Problema / Objetivos da pesquisa
- Justificativa e contribuição da pesquisa
- Base teórica para formulação do problema de pesquisa
- Abordagem metodológica
- Cronograma proposto
- Bibliografia inicial no padrão ABNT

**Template no site
do PPGA**

<https://www.espm.br/doutorado/cuiaba/doutorado-em-administracao/>

DATAS IMPORTANTES

Processo Seletivo PPGA	Período
Workshop de Lançamento do Curso , dirigido aos interessados em participar do Processo Seletivo (*)	10 de fevereiro de 2020 às 19h
Inscrição para o processo seletivo	09/dezembro/2019 a 27/fevereiro/2020
Entrega eletrônica dos documentos	03 de março de 2020
Prova escrita do idioma inglês (*)	11 de março de 2020 às 19h (duração de 2 horas)
Entrevistas (*)	11 e 12 de março de 2020
Resultado final	16 de março de 2020
Matrícula dos candidatos selecionados	Até 30 de março de 2020
Início do curso	02 de abril de 2020

(*) Em Cuiabá (UNIVAG).





Entre em contato!

Prof. Dr. Mateus C. Ponchio
mponchio@espm.br

Prof. Dra. Cristina Helena P. de Mello
chmello@espm.br

Secretaria PPGA
(11) 5085-4689
Horário: 9h às 18h

