

# MANUAL DE ESTUDANTE MPCC-ESPM

Organizado por:  
Profa. Dra. Luciana Florêncio de Almeida  
Prof. Dr. Ricardo Zagallo Camargo

2021

# MANUAL DE ESTUDANTE MPCC-ESPM

Organizado<sup>1</sup> por:

Profa. Dra. Luciana Florêncio de Almeida

Prof. Dr. Ricardo Zagallo Camargo

2021

---

<sup>1</sup> Versão atualizada e elaborada a partir do Manual do Estudante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo - PPGCOM-ESPM e do Guia do Aluno do Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor - MPCC-ESPM (versão 2020).

## Sumário

<b>1. QUEM SOMOS</b> .....	5
1.1. Coordenação .....	6
1.2. Professores orientadores e área de atuação .....	6
1.3. Secretaria.....	8
1.4. EPAP – Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa .....	8
1.5. Financeiro .....	9
1.6. Telefones úteis.....	9
<b>2. INFORMAÇÕES QUE VOCÊ PRECISA SABER AO INGRESSAR NO MPCC-ESPM</b> .....	9
2.1. Matrícula e re matrícula.....	9
2.2. Cartão de acesso .....	9
2.3. Primeiro acesso à área restrita no site da ESPM .....	9
2.4. Acesso a documentos importantes.....	10
2.5. E-mail acadêmico.....	10
2.6. Plataforma Canvas .....	10
2.7. Biblioteca de Dissertações e Teses da ESPM .....	11
2.8. Transporte entre a ESPM e a estação de metrô Vila Mariana .....	11
<b>3. COMO SERÁ A SUA VIDA ACADÊMICA NO MPCC-ESPM</b> .....	11
3.1. Créditos.....	11
3.2. Disciplinas .....	12
3.3. Disciplinas em outros programas stricto sensu da ESPM .....	13
3.4. Nucleações com outras universidades .....	14
3.5. Atividades complementares obrigatórias .....	14
3.6. Comunicação das Atividades Complementares Obrigatórias .....	15
3.7. Minicursos .....	15
3.8. Viagens de estudo e módulo internacional.....	15
3.9. Atualização do currículo Lattes.....	16
3.10. Publicação e disseminação da pesquisa .....	16
3.11. Solicitação de apoio para participação em eventos acadêmicos .....	17
3.12. Orientação .....	17
3.13. Monitoria pedagógica .....	17
3.14. Grupos de Pesquisa .....	18
<b>4. QUALIFICAÇÃO E DEFESA</b> .....	19
4.1. Exame de Qualificação .....	19
4.2. Elementos Textuais – Projeto de Qualificação.....	19
4.3. Manual de normatização .....	20
4.4. Defesa da Dissertação .....	20
4.5. CRONOGRAMA PARA TURMAS 2019 E 2020 .....	20
4.6. Formato do relatório FINAL DA DISSERTAÇÃO .....	20

4.7.	Formulário de autorização de entrega .....	22
4.8.	Sugestão de Cronograma para projeto de Qualificação .....	22
4.9.	Capa e Ficha Catalográfica .....	23
4.10.	Regras e dicas para exame de Qualificação e Banca de Defesa .....	23
<b>5.</b>	<b>ORGÃOS DE REPRESENTAÇÃO DO MPCC .....</b>	<b>24</b>
5.1.	Colegiado.....	24
5.2.	Comitê de ética em pesquisa.....	24
5.3.	Comissão Própria de Avaliação (CPA).....	25
5.4.	Representação Discente .....	25
5.5.	Papo com a Coordenação .....	26
<b>6.</b>	<b>INTERNACIONALIZAÇÃO .....</b>	<b>26</b>
<b>7.</b>	<b>PROCEDIMENTOS IMPORTANTES PARA ESTUDANTES DO MPCC-ESPM .....</b>	<b>26</b>
7.1.	Trancamento de matrícula.....	26
7.2.	Desistência de disciplinas .....	27
7.3.	Prorrogação de prazo.....	27
<b>8.</b>	<b>AÇÕES DO STRICTO SENSU ESPM QUE VALE A PENA CONHECER .....</b>	<b>27</b>
8.1.	Revistas publicadas pela ESPM .....	27
8.2.	Memorial do Consumo .....	29
8.3.	Pesquisa com egressos (as).....	29
8.4.	Cátedras de Pesquisa .....	29
8.5.	Plataforma de mídias de imigrantes de São Paulo.....	30
8.6.	Observatório de Multinacionais da ESPM .....	30
8.7.	Páginas dos Grupos de Pesquisa da ESPM .....	30
<b>9.</b>	<b>INFRAESTRUTURA .....</b>	<b>30</b>
9.1.	Auditórios.....	30
9.2.	Mapa da escola (Unidade Álvaro Alvim).....	31
9.3.	Salas de estudo .....	31
9.4.	A Biblioteca .....	31
9.5.	Acervo e base de dados .....	31
9.6.	Media Lab.....	32
9.7.	Retail Lab.....	33
9.8.	EC Lab .....	33
9.9.	Game Lab.....	33
9.10.	Núcleo de imagem e som (NIS).....	33
9.11.	Laboratórios de informática .....	34
9.12.	Sala de Focus Group.....	34
9.13.	Outros recursos oferecidos pela escola.....	34

## 1. QUEM SOMOS

O **Programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (MPCC)** tem como objetivo principal formar profissionais capacitados(as) a compreender o papel do consumo e dos(as) consumidores(as) na sociedade contemporânea, destacando seus fundamentos sociais e culturais com o intuito de contribuir para o aumento da competitividade das organizações e melhoria do bem-estar coletivo. Pretende ainda desenvolver habilidades na interpretação, análise e avaliação das decisões do(a) consumidor(a), bem como promover a verticalização de saber sobre as relações marketing/consumo visando preparar profissionais para atuar nessas áreas com a aplicação dos conhecimentos em situações de mercado, bem como em pesquisa.

O programa possui duas linhas de pesquisa:

**Comportamento do Consumidor e Marketing:** Investiga indivíduos, grupos e organizações e suas manifestações de consumo para entender como escolhem, compram, usam e descartam bens, serviços, ideias e experiências. Inclui estudos sobre os diversos papéis que os atores possuem bem como suas facetas sociais, econômicas e políticas. Busca também o desenvolvimento de estudos aplicados com o apoio de metodologias diversificadas.

**Estratégia e Inteligência de Mercado:** Envolve estudos e pesquisas de formação interdisciplinar e integrada por meio do conhecimento da inovação e da estratégia em ambiente domésticos e internacionais. Inclui estudos que compreendem formas de obtenção de informação, seu uso e aplicação na compreensão de como os indivíduos se constituem como consumidores(as) e o mercado como cenário de consumo, permitindo o levantamento de insights sobre situações de compra e consumo.

*É importante que todos(as) estudantes conheçam o regulamento interno do curso, que é o documento que rege o funcionamento geral do MPCC-ESPM.*

Página institucional

<https://www.espm.br/doutorado/sao/mestrado-em-comportamento-do-consumidor/>

Página de pesquisa e repositório do MPCC

<https://pesquisa.espm.br/comportamento-do-consumidor/>

## 1.1. Coordenação

A função da coordenação do MPCC-ESPM é estruturar e gerir as atividades do programa, bem como zelar pelo cumprimento do regulamento, das deliberações do Colegiado e de outras instâncias administrativas que compõem a escola.



Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Luciana Florêncio de Almeida (coordenadora) [lflorencio@espm.br](mailto:lflorencio@espm.br)

Prof. Dr. Ricardo Zagallo Camargo (vice-coordenador) [ricardo.camargo@espm.br](mailto:ricardo.camargo@espm.br)

## 1.2. Professores(as) orientadores(as) e área de atuação

Veja os(as) professores(as), suas linhas de atuação, currículo e e-mail.

### *Linha de Estratégia e Inteligência de Mercado*

<p><b>Cristina Helena Pinto de Mello</b> <a href="mailto:chmello@espm.br">chmello@espm.br</a></p>		<p><b>Economia do Consumo</b></p> <p>Estudo das relações entre crescimento econômico, desenvolvimento, consumo agregado e padrões de consumo. Investiga decisões de compras, escolhas racionais, racionalidade limitada e economia comportamental.</p> <p><a href="http://lattes.cnpq.br/6805014673629900">http://lattes.cnpq.br/6805014673629900</a></p>
<p><b>Julio Figueiredo</b> <a href="mailto:jfigueiredo@espm.br">jfigueiredo@espm.br</a></p>		<p><b>Transformação Digital, Data Science e Métodos Analíticos Aplicados à Administração</b></p> <p>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</p> <p><a href="http://lattes.cnpq.br/0259183104678819">http://lattes.cnpq.br/0259183104678819</a></p>
<p><b>Luciana Florêncio de Almeida</b> Coordenadora <a href="mailto:lflorencio@espm.br">lflorencio@espm.br</a></p>		<p><b>Parcerias e Alianças Estratégicas, Consumo de Alimentos, Marketing de Relacionamento</b></p> <p>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 (brand love, customer engagement &amp; customer journey).</p> <p><a href="http://lattes.cnpq.br/4386920978138039">http://lattes.cnpq.br/4386920978138039</a></p>
<p><b>Mateus Canniatti Ponchio</b> <a href="mailto:mponchio@espm.br">mponchio@espm.br</a></p>		<p><b>Bem-estar financeiro e vulnerabilidade de consumo</b></p> <p>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.</p> <p><a href="http://lattes.cnpq.br/7557039992369545">http://lattes.cnpq.br/7557039992369545</a></p>

**Rafaela Almeida**  
[rafaela.cordeiro@espm.br](mailto:rafaela.cordeiro@espm.br)



**Tomada de Decisão**

Aspectos culturais e sociais do comportamento do consumidor, processo de tomada de decisão (decisões financeiras, escolha de marcas), endividamento, pobreza, vulnerabilidade, trabalho escravo.

<http://lattes.cnpq.br/6018856324787742>

*Linha de Comportamento do consumidor e Marketing*

**Fabio Mariano Borges**  
[fborges@espm.br](mailto:fborges@espm.br)



**Consumo e Cultura**

Relação entre cultura e consumo. Abordagem pelo método qualitativo. Temas: Antropologia e Sociologia do consumo. Redes sociais e consumidor. Causas, propósito, marketing e consumo. Ativismo, boicotes e consumo. Net-ativismo de consumidores. Gênero e consumo. Inclusão da diversidade no consumo, no marketing e nas organizações. Reclamações e direito do consumidor. Classes populares e consumo. Consumer Insights. Comportamento cultural do consumidor brasileiro.

<http://lattes.cnpq.br/0909743321948836>

**Ricardo Zagallo Camargo**  
Vice-Coordenador  
[ricardo.camargo@espm.br](mailto:ricardo.camargo@espm.br)



**Consumo, estilos de vida e teorias da prática**

Estudos de temáticas variadas tendo em comum o entendimento do consumo como parte das práticas cotidianas e estilos de vida, e a ênfase no ponto de vista do consumidor/praticante. Orienta/orientou estudos sobre 60+ e *pet keeping*, *movie-going*, produção-consumo de informação de negócios, torcedor consumidor, alimentos de conveniência, reprodução assistida, baby care, entre outros.

<http://lattes.cnpq.br/5541427733296949>

**Thelma V. Rocha**  
[tvrocha@espm.br](mailto: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.

<http://lattes.cnpq.br/3934915662621397>

**Suzane Strehlau**  
[sstrehlau@espm.br](mailto:sstrehlau@espm.br)



**Bem-estar do consumidor e consumo**

Investigar o bem-estar subjetivo do consumidor aliado ao consumo. Dentro deste tema 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.

<http://lattes.cnpq.br/7001960538148118>

**Vivian Iara Strehlau**  
[vstrehlau@espm.br](mailto:vstrehlau@espm.br)



**Consumidores e Marcas no ambiente internacional**

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; Relação entre marcas e o comportamento do consumidor.

<http://lattes.cnpq.br/8492161402371563>

### *Docentes colaboradores(as)*

**Ana Luppinaci**

[analupinacci@espm.br](mailto:analupinacci@espm.br)



**Design & Consumo**

Design e educação por projetos; design e formação universitária; linguagem e projeto; design visual; história do design brasileiro; design e interfaces artísticas

<http://lattes.cnpq.br/2540351545215280>

**Mario Ogasavara**

[mogasavara@espm.br](mailto:mogasavara@espm.br)



**Estratégia de internacionalização de empresas multinacionais e subsidiárias estrangeiras**

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.

<http://lattes.cnpq.br/7985065366684340>

**Pedro de Santi**

[psanti@espm.br](mailto:psanti@espm.br)



**Psicanálise, consumo e subjetividade contemporânea**

Teorias psicológicas sobre o desenvolvimento da mente; estudos sobre a subjetividade contemporânea, de uma perspectiva cultural; uso da internet por crianças e adolescentes; consumo infantil.

<http://lattes.cnpq.br/9680886856847319>

### 1.3. Secretaria

A secretaria faz a intermediação entre estudantes e coordenação, assim como é responsável por: renovação de matrícula; recebimento das atividades complementares; protocolo da qualificação e dissertação; inscrição para realização de disciplinas em outros programas; elaboração de requerimentos; entre outras atividades. Funciona no 4º andar do bloco C, de segunda a sexta, das 9h às 18h. **Contatos:** [ppga-sp@espm.br](mailto:ppga-sp@espm.br) | (11) 5085-4689

### 1.4. EPAP – Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

O MPCC mantém diálogo institucional com agências de fomento (CAPES, CNPq e FAPESP) no que diz respeito ao apoio à pesquisa, eventos e publicação; e com a ANPAD, por meio do Conselho dos coordenadores, no que se refere à agenda da área. A CAPES é também o órgão responsável pela regulação e avaliação dos cursos de pós-graduação stricto sensu no Brasil.

O EPAP é o órgão interno da ESPM, responsável pela gestão e relacionamento com as agências de fomento (CAPES, CNPq, FAPESP, entre outras). Implementa e gere bolsas e projetos que obtiveram apoio financeiro. Funciona no 4º andar do bloco C, de segunda a sexta, das 9h às 18h. **Contatos:** [epap@espm.br](mailto:epap@espm.br) | (11) 5085-4791



## 1.5. Financeiro

O setor financeiro é responsável pelo atendimento a estudantes quando o assunto é pagamento dos cursos, emissão de 2ª via de boletos ou parcelas em atraso. Atende de segunda a sexta, das 8h00 às 19h30. **Contatos: cobranca@espm.br | (11) 5085-4626**

## 1.6. Telefones úteis

ESPM Geral	(11) 5085-4600	Portaria central	(11) 5085-4616
Biblioteca	(11) 5085-4554	Achados e perdidos	(11) 5085-6666
Bombeiros	(11) 5085-4755	Segurança	(11) 5085-4616
Tesouraria	(11) 5085-4655		

## 2. INFORMAÇÕES QUE VOCÊ PRECISA SABER AO INGRESSAR NO MPCC-ESPM

### 2.1. Matrícula e rematrícula

O(A) estudante do Programa deverá efetuar obrigatoriamente a matrícula no primeiro semestre em que entra no curso, nas épocas e prazos fixados no Calendário Escolar MPCC. Na matrícula, o(a) estudante deverá realizar o pagamento do boleto e assinar o contrato de prestação de serviços, seguindo as instruções da Secretaria. Após a matrícula ter sido efetuada no primeiro semestre do curso, no início dos demais semestres, as rematrículas são feitas automaticamente mediante o pagamento do boleto bancário referente aos meses de julho e janeiro. O não cumprimento dessas etapas implica no desligamento do Programa.

### 2.2. Cartão de acesso

O cartão de acesso (necessário para a entrada nas dependências da ESPM Álvaro Alvim e ESPM Joaquim Távora) deve ser retirado na secretaria assim que estiver disponível.

### 2.3. Primeiro acesso à área restrita no site da ESPM

Na Área Restrita do Aluno no Portal da ESPM, você irá encontrar uma série de informações que serão necessárias para a sua vida acadêmica. Para o seu primeiro acesso,

você deve entrar no site da ESPM ([www.espm.br](http://www.espm.br)) e clicar em “SOU ALUNO”. Nesse espaço, é necessário inserir o login informado pela secretaria e, como primeira senha, deverá ser utilizado o CEP de sua residência informado no ato da matrícula.

Posteriormente, você deverá fazer a alteração dessa senha para ter acesso à sua área restrita. Esse login é o mesmo a ser utilizado nos laboratórios de informática.

#### 2.4. Acesso a documentos importantes

Alguns documentos necessários para a sua vida acadêmica podem ser solicitados diretamente na Área Restrita do Aluno no Portal da ESPM ([www.espm.br](http://www.espm.br)), na aba secretaria / requerimento online como, por exemplo:

- Atestado de escolaridade;
- Carta de apresentação;
- Histórico escolar;
- Segunda via do cartão de acesso, entre outros.

O pedido deve ser feito no site e os documentos devem ser retirados na secretaria após 3 dias úteis. Os documentos são impressos e a secretaria não se responsabiliza por sua digitalização.

Atenção: os certificados referentes a eventos realizados pelo MPCC-ESPM são emitidos pela secretaria do programa, mediante assinatura da lista de presença. A entrega é feita, em média, até 30 dias após a realização do evento.

#### 2.5. e-mail acadêmico

Cada estudante recebe uma conta de e-mail exclusiva para a ESPM. Este endereço será o utilizado pelos sistemas da ESPM e para todas as comunicações oficiais. Para acessar o seu e-mail, entre com sua matrícula no site [www.espm.br](http://www.espm.br) ou diretamente no endereço [acad.espm.br](http://acad.espm.br), utilizando o login de seu e-mail e a mesma senha que você usa no acesso à Área Restrita do Aluno no site da ESPM. O e-mail acadêmico dispõe de uma função que permite que você redirecione o mesmo para o seu e-mail pessoal. Caso opte por esse serviço, consulte as opções nas configurações do seu e-mail e fique atento(a) às possíveis alterações.

#### 2.6. Plataforma Canvas

O Canvas é uma plataforma utilizada para a comunicação entre estudantes, professores, secretaria e demais instâncias da ESPM. Nesse espaço, o professor disponibilizará

o material didático e o plano de ensino de cada disciplina. É importante salientar que os trabalhos das disciplinas deverão ser enviados pelo(a) estudante via CANVAS, respeitando os prazos estipulados no Calendário Escolar. É também via CANVAS que você tem acesso à biblioteca e suas bases de dados, documentos compartilhados, e pode consultar suas notas finais e faltas. Vale lembrar que toda a comunicação oficial é feita por meio do e-mail institucional que você recebeu, consulte-o regularmente. Para acessar o CANVAS: [canvas.espm.br](https://canvas.espm.br). Você pode ainda baixar o aplicativo *CANVAS Student* no *Apple Store* e *Google Play*.

Para o seu primeiro acesso ao sistema CANVAS, acesse o site da ESPM [www.espm.br](http://www.espm.br). Clique na Área Restrita do Aluno. O login será o número de matrícula e a Senha para primeiro acesso é o CEP informado na matrícula.

## 2.7. Repositório de Dissertações e Teses da ESPM

A ESPM disponibiliza de forma digital um banco de teses e dissertações de todos seus programas de stricto sensu. Esse repositório pode ser acessado pelo link <https://tede2.espm.br/handle/tede/248>

## 2.8. Transporte entre a ESPM e a estação de metrô Vila Mariana

A ESPM disponibiliza vans que realizam o trajeto entre a ESPM Álvaro Alvim (A.A.) e a estação de metrô da Vila Mariana. Os horários disponíveis são os seguintes:

- 6h30 às 9h30 - Ininterrupto ida e volta ESPM/metrô Vila Mariana;
- 9h30 às 14h - Van no estacionamento do Auditório Kotler para atender a demanda;
- 17h30 às 20h - Ininterrupto ida e volta ESPM/metrô Vila Mariana;
- 20h às 23h30 - Van no estacionamento do Auditório Kotler para atender a demanda.

# 3. COMO SERÁ A SUA VIDA ACADÊMICA NO MPCC-ESPM

## 3.1. Créditos

O Mestrado profissional totaliza 40 créditos, equivalendo a 420 horas, entre disciplinas (24 créditos, dos quais 10 em disciplinas obrigatórias e 14 em disciplinas eletivas), Atividades Programadas Obrigatórias (4 créditos) e a Dissertação (12 créditos). As disciplinas obrigatórias

e eletivas são oferecidas com carga horária Mínima de 30 horas/aula (2 créditos), sendo um crédito equivalente a 15 horas/aula, conforme o acordo de Bolonha.

O(A) estudante deve cursar pelo menos 14 créditos em disciplinas eletivas, podendo optar (de comum acordo com seu orientador) dentre as disciplinas eletivas oferecidas a cada semestre. A Tabela 1 ilustra uma distribuição sugerida dos créditos ao longo dos 2 anos do curso.

Tabela 1

*Distribuição de Créditos (Sugestão)*

Número de disciplinas a serem cursadas				
Disciplinas	1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre
OBRIGATÓRIAS	4	-	-	1
ELETIVAS	-	4	3	-

### 3.2. Disciplinas

As **disciplinas obrigatórias** do MPCC-ESPM validam dois créditos cada e são organizadas para oferecer os fundamentos teórico-metodológicos do curso.

As **disciplinas eletivas** também validam dois créditos cada e abordam conteúdos que se organizam tanto a partir de aprofundamentos específicos das composições teórico-metodológicas do curso quanto na apresentação dos alicerces teóricos das pesquisas desenvolvidas pelos professores do Programa. A escolha das disciplinas deverá ser feita em conjunto com o(a) orientador(a). A tabela 2 ilustra a Matriz Curricular do Programa. Ressaltamos que novas disciplinas podem ser adicionadas à matriz disponibilizada neste manual.

Tabela 2

*Matriz Curricular Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor 2021*

Disciplinas	Bim	LINHAS Comp. do Consumidor e Marketing Estratégia e Inteligência de Mercado	Carga horária Hora/aula	Créditos	Professores(as)	e-mail
<b>Obrigatórias Comuns</b>	1º	Fundamentos do Comportamento do Consumidor	30	2	Vivian Strehlau	<a href="mailto:ystrehlau@espm.br">ystrehlau@espm.br</a>
		Métodos de Pesquisa Qualitativa I	30	2	Luciana Florêncio	<a href="mailto:lflorencio@espm.br">lflorencio@espm.br</a>
	2º	Métodos de Pesquisa Quantitativa I	30	2	Mateus Ponchio	<a href="mailto:mponchio@espm.br">mponchio@espm.br</a>
		Projeto de Pesquisa	30	2	Suzane Strehlau e Ricardo Zagallo Camargo	<a href="mailto:strehlau@espm.br">strehlau@espm.br</a> <a href="mailto:ricardo.camargo@espm.br">ricardo.camargo@espm.br</a>
	3º	Seminários Avançados de Pesquisa em Comportamento do Consumidor	30	2	Mateus Ponchio	<a href="mailto:mponchio@espm.br">mponchio@espm.br</a>

Eletivas Comuns 7 Disciplinas (14 créditos)	Comportamento do Consumidor Internacional	30	2	Vivian Strehlau	<a href="mailto:vstrehlau@espm.br">vstrehlau@espm.br</a>
	Cultura e Consumo	30	2	Fabio Mariano	<a href="mailto:fborges@espm.br">fborges@espm.br</a>
	Data Science & Inteligência Analítica	30	2	Julio Figueiredo	<a href="mailto:jfigueiredo@espm.br">jfigueiredo@espm.br</a>
	Desenvolvimento Econômico e Padrões de Consumo	30	2	Cristina Helena	<a href="mailto:chmello@espm.br">chmello@espm.br</a>
	Economia do Consumo	30	2	Cristina Helena	<a href="mailto:chmello@espm.br">chmello@espm.br</a>
	Estilo de Vida e Consumo	30	2	Ricardo Zagallo	<a href="mailto:ricardo.camargo@espm.br">ricardo.camargo@espm.br</a>
	Experimentos em Marketing e Neurociência	30	2	Rafaela Almeida	<a href="mailto:rafaela.cordeiro@espm.br">rafaela.cordeiro@espm.br</a>
	Inclusão da Diversidade e Causas nas Organizações	30	2	Fabio Mariano	<a href="mailto:fborges@espm.br">fborges@espm.br</a>
	Marketing de Relacionamento	30	2	Luciana Florêncio	<a href="mailto:lflorencio@espm.br">lflorencio@espm.br</a>
	Marketing de Luxo	30	2	Suzane Strehlau	<a href="mailto:strehlau@espm.br">strehlau@espm.br</a>
	Marketing Internacional	30	2	Thelma Rocha	<a href="mailto:trocha@espm.br">trocha@espm.br</a>
	O lado obscuro do Marketing e seus Consumidores	30	2	Suzane Strehlau	<a href="mailto:strehlau@espm.br">strehlau@espm.br</a>
	Práticas Inovadoras	30	2	Ricardo Zagallo	<a href="mailto:ricardo.camargo@espm.br">ricardo.camargo@espm.br</a>
	Dimensões Psicológicas do Consumo no Mundo Contemporâneo: uma abordagem psicanalítica	30	2	Pedro di Santi	<a href="mailto:psanti@espm.br">psanti@espm.br</a>

No início de cada semestre, a secretaria informará a grade de disciplinas disponíveis para que os(as) estudantes realizem sua inscrição por meio do Portal do Aluno. Juntamente com a grade de disciplinas são enviadas também as respectivas ementas das disciplinas.

Tanto nas disciplinas obrigatórias como nas disciplinas eletivas, será considerado aprovado o(a) estudante que obtiver nota igual ou acima de **7,0** e que tenha frequência mínima de **75%** às aulas. Ao final de cada semestre, os(as) estudantes devem avaliar as disciplinas cursadas. Trata-se de uma atividade obrigatória.

A Secretaria envia a todos(as) estudantes o link para a realização da avaliação docente, instrumento imprescindível para a melhoria contínua do curso e análise do Programa.

### 3.3. Disciplinas em outros programas stricto sensu da ESPM

Além das disciplinas oferecidas pelo MPCC, o(a) estudante pode cursar disciplinas nos outros programas da ESPM como disciplinas ELETIVAS:

- Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA)

<https://www.espm.br/doutorado/sao/doutorado-em-marketing-inovacao-e-estrategia/>

- Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM)  
<https://www.espm.br/doutorado/sao/mestrado-em-comunicacao-e-praticas-de-consumo/>
- Programa de Mestrado em Gestão da Economia Criativa (MPGEC) no Rio de Janeiro  
<https://www.espm.br/doutorado/rio/mestrado-profissional-em-gestao-da-economia-criativa/>

### 3.4. Nucleações com outras universidades

O MPCC-ESPM possui convênios acadêmicos com instituições de ensino nacionais, o que permite que o (a) estudante realize disciplinas em outros programas. Atualmente o MPCC possui nucleação com a FEA-USP, FEI, FGV, INSPER e Mackenzie.

Todo início de semestre a secretaria irá enviar e-mail com a grade de disciplinas disponíveis das universidades parceiras com as instruções para inscrição. Os(As) estudantes do MPCC poderão cursar até o limite de 8 créditos em disciplinas por meio da nucleação e o limite permitido para validação por disciplina será de 4 créditos<sup>2</sup>.

### 3.5. Atividades complementares obrigatórias

A realização de atividades complementares é requisito necessário para a formação do estudante no curso de Mestrado Profissional. **Para a realização do Exame de QUALIFICAÇÃO e da DEFESA, o(a) estudante deve comprovar realização de atividades que totalizem um mínimo de 4 créditos ou 100 pontos (na ocasião da defesa), compostos pelas seguintes atividades:**

<b>Categoria</b>	<b>Pontos</b>
Submissão de trabalho em um congresso <sup>3</sup>	<b>20 pontos por trabalho</b>
Aceite e apresentação de trabalho completo ou pôster em congresso	<b>40 pontos por trabalho</b>
Participação em Exame de Qualificação e Banca de Defesa do MPCC	<b>5 pontos por banca</b>
Publicação em Periódico Qualis Capes	<b>50 pontos por publicação</b>
Palestras/cursos oferecidas pelo MPCC ou por entidade reconhecida pela Coordenação	<b>10 pontos a cada 4 horas</b>
Minicursos e oficinas de técnica de pesquisa oferecidas pelo MPCC (entre 4 e 12 horas)	<b>10 pontos a cada 4 horas</b>
Viagens de estudo organizadas pelo programa	<b>50 pontos</b>
Monitoria em disciplinas da graduação e ou pós-graduação	<b>25 pontos</b>
Estágio de Interesse Curricular	<b>50 pontos*</b>

<sup>2</sup> Há disciplinas ofertadas nas Universidades Conveniadas que podem ter 6 créditos ou mais. Nestes casos, apenas 4 créditos serão validados para o MPCC.

<sup>3</sup> Submissões de artigos para Congressos e Revistas devem estar acompanhadas da Anuência do(a) orientador(a) do(a) estudante.

Participação em Grupos de Pesquisa, Núcleos de Estudo ou entidade da ESPM (ESPM Social, por exemplo)	<b>50 pontos*</b>
Apoio em atividades e eventos realizados pela Coordenação, incluindo oficinas, minicursos, aula magna, palestras, entre outros.	<b>15 pontos/atividade</b>
Palestras ministradas pelo(a) estudante (relacionadas ao tema do Comportamento do Consumidor)	<b>5 pontos a cada 4 horas</b>

\* Equivalente a 4 horas por semana/semestre (mínimo 30 horas no semestre).

### 3.6. Comunicação das Atividades Complementares Obrigatórias

A comunicação das Atividades complementares deve ser feita por meio do Formulário de Registro de Atividades Programadas disponível na Plataforma CANVAS. Todos os comprovantes das atividades e o formulário devem ser enviados pelo sistema CANVAS. O prazo final de envio do formulário de Atividades Programadas é no momento de depósito da dissertação. A não entrega do formulário e devidos comprovantes, implica em não Aprovação do estudante no Mestrado Profissional.

**IMPORTANTE:** A validação das atividades obrigatórias está condicionada a sua **inclusão no currículo Lattes** do(a) estudante(a). Para realização da qualificação e defesa deve ser apresentada previamente uma cópia do currículo Lattes atualizado, com todas atividades e produção do(a) estudante(a).

### 3.7. Minicursos

A área de comportamento do consumidor é bastante ampla e com muitos temas potencialmente interessantes que não cabem em uma grade horária restrita. Para atender à demanda por esses assuntos todo semestre são oferecidos minicursos, oficinas e palestras com carga horária entre 4 e 12 horas. Recomenda-se a participação nesses cursos, pois é a forma mais rápida e interessante de se obter créditos para as atividades programadas. A divulgação dos minicursos ocorre por meio de mensagens direcionadas aos e-mails cadastrados dos(as) estudantes.

### 3.8. Viagens de estudo e módulo internacional

Desde janeiro de 2016, o MPCC oferece a opção de cursar uma disciplina de 2 créditos no exterior de forma intensiva (12 dias) que é denominada Módulo Internacional.

Até o momento, as disciplinas ministradas e os locais foram os seguintes: 2016 - Consumer behavior and Macroeconomics (França), 2017 - Genealogia do Consumo

(França), 2018 - Big Data e Comportamento do Consumidor (França/Inglaterra), 2019 - Consumer Journey and Made in Italy Experience (Itália), Consumer Behavior & Luxury Marketing (França/ Itália), 2020. A realização do módulo permite a estudantes e professores(as) o acesso a docentes e discentes de instituições internacionais com as quais o MPCC possui convênio ou parceria acadêmica tais como Universidade Heidelberg, École de Management de Strasbourg, Universidade Paris 1 Sorbonne, Universidade de Macerata, Universidade de Bologna e Universidade de Firenze. Além disso, a experiência permite a oportunidade de ampliar a rede de contatos dos(as) professores(as) envolvidos(as), intensificando a capacidade de participação em projetos e estágios internacionais.

A divulgação do Módulo Internacional acontece no 1º semestre.

### 3.9. Atualização do currículo Lattes

O currículo Lattes (<http://lattes.cnpq.br/>) é amplamente usado no meio acadêmico, tanto por estudantes como por professores(as). É a maneira de informar aos públicos de interesse o que você faz, o que você já fez e pelo o que se interessa. É o principal veículo de busca por professores e pesquisadores de um assunto. Além dessa forma de divulgação sobre quem você é, o programa necessita desse currículo constantemente atualizado, pois o programa é avaliado também pela produção discente.

NUNCA pense que “eu não tenho nada para colocar”, você sempre tem! Uma palestra que você deu ou assistiu, um congresso que participou (técnico ou não), suas atividades profissionais e acadêmicas de qualquer tipo.

A criação e atualização constante do currículo Lattes é obrigatória, sendo que a realização das bancas de qualificação e defesa estão condicionadas a entrega de versão atualizada do Lattes. A primeira coisa a fazer é informar que você é mestrando(a) no Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor de ESPM. A nossa sugestão é a cada coisa que você fizer pense: como posso colocar isso no Lattes? E coloque! Na dúvida converse com seu (sua) orientador (a).

### 3.10. Publicação e disseminação da pesquisa

Em um programa de mestrado espera-se que haja produção de conhecimento e é fundamental que essa produção seja disseminada por meio de apresentação de trabalhos em congressos e posterior publicação tanto em revistas técnicas como acadêmicas.



O programa de Pós-graduação em Administração (PPGA), formado pelo Doutorado em Administração e o MPCC, organizam bienalmente um importante evento da área de administração: o Simpósio e Congresso de Administração da ESPM.

Além dos eventos organizados pela Escola, sugere-se a participação em congressos específicos que podem apoiar o desenvolvimento da dissertação e a introdução no mundo acadêmico, como EnANPAD, EMPRAD e SEMEAD, entre outros. Oportunamente, os (as) estudantes recebem comunicações informando sobre a chamada de trabalhos e período de submissão para estes e outros congressos nacionais e internacionais de relevância para área de Comportamento do Consumidor, Marketing e Inteligência de Mercado.

### 3.11. Solicitação de apoio para participação em eventos acadêmicos

Mestrandos(as) poderão solicitar financiamento para apresentação de trabalhos elaborados que atendam às seguintes condições:

- Trabalho em coautoria com o(a) orientador(a).
- Justificativa do(a) orientador(a), sobre qualidade e potencial de publicação.

A solicitação, a ser concedida com recursos orçados para participação de doutorandos em congressos, será avaliada pela coordenação do PPG e Pró-Reitoria. O formulário para solicitação de apoio está disponível na Plataforma CANVAS. Deve ser encaminhado ao e-mail da secretaria com a ciência do(a) orientador(a).

### 3.12. Orientação

As orientações são encontros do (a) estudante com o (a) orientador (a) para a discussão da pesquisa em curso. Todas as pesquisas devem estar alinhadas com a pesquisa do (a) orientador (a) e à especificidade temática do MPCC-ESPM, programa da área da Administração que se dedica ao estudo do marketing, inteligência de mercado e comportamento do consumidor. O calendário de encontros e atividades é combinado diretamente com cada orientador (a) e organizado conforme o andamento do trabalho.

### 3.13. Monitoria pedagógica

A ESPM possui um programa de Monitoria organizado pelo Núcleo de Inovação Pedagógica (NIP), coordenado pela professora Manolita Correia Lima. A realização destas atividades é obrigatória para os cursos de mestrado acadêmico e doutorado em

Administração e Comunicação. No mestrado profissional a participação em uma monitoria é uma decisão do(a) estudante (atividade eletiva). A monitoria na ESPM justifica-se ao “propiciar uma formação acadêmica mais ampla e aprofundada à(o) estudante ao criar condições para a iniciação da prática da docência por meio da realização de atividades de caráter pedagógico, desenvolvendo habilidades e competências que concernem a esta atividade” e “despertar no(a) estudante universitário(a) e do stricto sensu, o interesse pela docência e desta forma colaborar com a formação de professores(as) para o ensino superior”. Para maiores informações peça o regulamento na secretaria do curso ou escreva para o e-mail do NIP: [nip@espm.br](mailto:nip@espm.br).

### 3.14. Grupos de Pesquisa

As pesquisas realizadas no âmbito do MPCC-ESPM são articuladas a Grupos de Pesquisa cadastrados no CNPq. Um grupo de pesquisa é caracterizado pela reunião de pesquisadores (as) (docentes e discentes) que tem como objetivo o compartilhamento de experiências de pesquisa em torno de um núcleo temático e de um foco de interesses comuns. Trata-se de um espaço para o compartilhamento tanto de instalações e equipamentos quanto de leituras, questionamentos e ajuda mútua em torno de um recorte específico dentro da temática da comunicação e consumo.

Os grupos de pesquisa do MPCC-ESPM são liderados por docentes do programa e sua temática e recorte está relacionada à pesquisa desenvolvida por esses docentes. Dessa forma, cada grupo possui um foco de interesse bastante específico e congrega as pesquisas feitas por docentes e discentes em um espaço de diálogo e de produção conjunta.

Todos(as) estudantes do MPCC estão convidados a participar dos grupos de pesquisa. Mais informações sobre os grupos, bem como seus membros e principais objetivos podem ser consultados a partir do link: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/escritorio-projetos-apoio-a-pesquisa/>

## 4. QUALIFICAÇÃO E DEFESA

### 4.1. Exame de Qualificação

O exame de qualificação tem por objetivo a avaliação da competência acadêmica em sua área de investigação para o término de sua pesquisa. O exame é feito por meio de uma banca composta pelo(a) orientador(a), que atuará como presidente, e 2 professores(as) doutores(as) convidados(as) que tenham conhecimento sobre o tema pesquisado pelo(a) estudante, sendo um(a) deles (as) do MPCC e outro(a) externo(a) aos quadros da ESPM.

O exame de qualificação é feito por meio de uma arguição oral do relatório apresentado e sua aprovação pela banca é condição obrigatória para que o (a) estudante possa se submeter à fase posterior de desenvolvimento e de defesa de sua pesquisa.

Quanto aos prazos, o(a) estudante deverá ser aprovado no exame de qualificação até seis meses antes do prazo máximo para o depósito da dissertação. Caso haja reprovação no exame de qualificação, uma nova banca deverá ocorrer num prazo máximo de 45 dias.

**IMPORTANTE:** Para realização da qualificação e defesa deve ser apresentada previamente uma cópia do currículo Lattes atualizado, com todas atividades e produção do(a) estudante(a).

### 4.2. Elementos Textuais – Projeto de Qualificação

Os itens que devem constar no Projeto de Qualificação são descritos abaixo de forma esquemática.

1. Introdução
  - 1.1. Problema de Pesquisa
  - 1.2. Objetivo central e secundários
  - 1.3. Justificativa
  - 1.4. Dilema profissional ou contexto profissional do pesquisador (opcional)
  - 1.5. Estrutura do trabalho
2. Revisão da Literatura
3. Metodologia de Pesquisa
  - 3.1. Abordagem metodológica
  - 3.2. Amostragem e Técnicas de coleta
  - 3.3. Procedimentos de análise dos dados
4. Cronograma da Pesquisa
- Referências Bibliográficas

#### 4.3. Manual de normatização

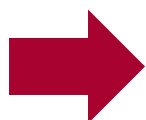
A **formatação do documento** deve respeitar a normatização da ABNT em conformidade com o Manual da ESPM que está disponível no Blackboard > link Biblioteca > Serviços > NORMAS PARA APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS. No seu login acesse o link: [https://normas-abnt.espm.br/index.php?title=Normas para Apresenta%C3%A7%C3%A3o de Trabalhos Acad%C3%AAmicos](https://normas-abnt.espm.br/index.php?title=Normas_para_Apresenta%C3%A7%C3%A3o_de_Trabalhos_Acad%C3%AAmicos)

#### 4.4. Defesa da Dissertação

Nas dissertações é obrigatória a presença de um (a) dos (as) participantes da banca de qualificação, além do (a) orientador (a). As bancas de mestrado são compostas por três examinadores doutores vinculados à área de pesquisa desenvolvida: orientador (a), professor (a) do MPCC e convidado (a) externo (a), além dos membros suplentes.

Após as arguições, cada examinador irá expressar a sua avaliação e o (a) candidato (a) será considerado aprovado ou reprovado. Em caso de aprovação pela banca, o (a) estudante receberá o título de mestre. O diploma de mestrado leva em média um ano para ser expedido. O (a) estudante pode solicitar a emissão de um certificado de conclusão de curso.

#### 4.5. CRONOGRAMA PARA TURMAS 2020 E 2021



##### **TURMA 2021**

**Depósito do Documento de QUALIFICAÇÃO:** até 29 de Fevereiro/2022

**Os exames de qualificação devem ocorrer no mês de Março de 2022**

**DEPÓSITO da DISSERTAÇÃO:** até 31 de Janeiro de 2023

**As bancas devem ocorrer no mês de Fevereiro de 2023**



##### **TURMA 2020**

**Depósito do Documento de QUALIFICAÇÃO:** até 28 de Fevereiro/2021

**Os exames de qualificação devem ocorrer no mês de Março de 2021**

**DEPÓSITO da DISSERTAÇÃO:** até 31 de JANEIRO/2022

**As bancas devem ocorrer no mês de Fevereiro de 2022**

#### 4.6. Formato do relatório FINAL DA DISSERTAÇÃO

As dissertações apresentadas para defesa final devem seguir a formatação sugerida pelo Colegiado conforme consta deste Manual. Atendendo os artigos 11 e 12 da Portaria 60 (20/3/19), é permitido aos trabalhos de conclusão de curso a utilização de “formatos inovadores, com destaque para a relevância, inovação e aplicabilidade desses trabalhos para o segmento da sociedade na qual o egresso poderá atuar”. No que tange a formatação

geral, espera-se que a dissertação apresente conteúdo que contemple os seguintes itens:

*Sumário executivo*

Abstract/ Resumo

1. Introdução

1.1. Problema de Pesquisa

1.2. Objetivo central e secundários

1.3. Justificativa

1.4. *Dilema profissional ou contexto profissional do(a) pesquisador(a) (opcional)*

1.5. Estrutura do trabalho

2. Revisão da Literatura e Referencial Teórico

3. Metodologia de Pesquisa

3.1. Abordagem metodológica

3.2. Amostragem e Técnicas de coleta

3.3. Procedimentos de análise dos dados

4. Resultados e discussão

5. Conclusões

6. *Recomendações aplicadas para empresas, organizações do 3o setor e/ou gestores públicos e/ou Descrição de Produtos Técnicos ou Tecnológicos*

*Referências*

*Apêndices*

Destaca-se nesta estrutura a exigência do *Sumário Executivo*, onde espera-se que o(a) estudante resuma o trabalho utilizando de linguagem jornalística e contextualizada. O objetivo do presente texto é facilitar a apresentação dos objetivos e resultados da dissertação para o mercado e sociedade, ou ainda mais expressamente para gestores(as) da empresa na qual o(a) profissional que realizou o Mestrado trabalha. Além disso, o sumário pode ser também peça chave para outras peças de comunicação como *press release* à imprensa, ou ainda para divulgação em eventos da área específica do estudo.

Outro item também em destaque é o *Dilema profissional ou contexto profissional do(a) pesquisador(a)*. Muitos estudantes partem de suas realidades para construir o problema de pesquisa. Desta forma, entende-se ser enriquecedor destacar para o ambiente científico suas experiências e construções mentais que levaram à formulação do problema de pesquisa e hipóteses.

Por fim, o item *Recomendações aplicadas para empresas, organizações do 3o setor e/ou gestores públicos e/ou Descrição de Produtos Técnicos ou Tecnológicos*, objetiva a descrição pormenorizada das contribuições práticas da dissertação para os públicos que

dela podem ser se beneficiar. A depender do grau de desenvolvimento das contribuições ou factibilidade contextual, pode-se gerar um produto técnico ou tecnológico (PTT). Vale destacar, nesse sentido, que os Mestrados Profissionais tem nesses PTTs a parte mais característica de sua produção, por possibilitar aplicação e impacto social de mercadológico das pesquisas realizadas.

Dentre os PTTs definidos pela CAPES (ver Relatório de Produção Técnica, 2019, disponível em <https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/10062019-producao-tecnica-pdf> ) a área de Administração, à qual o MPCC está vinculado, definiu como mais valorizados os seguintes produtos (detalhados no Apêndice B):

- Empresa ou Organização social (inovadora);
- Processo/Tecnologia e Produto/Material não patenteáveis;
- Relatório técnico conclusivo;
- Tecnologia social;
- Norma ou marco regulatório;
- Patente;
- Produtos/Processos em sigilo;
- Software/Aplicativo;
- Base de dados técnico-científica;
- Curso para formação profissional;
- Material didático;
- Produto bibliográfico na forma de artigo técnico/tecnológico.

#### 4.7. Formulário de autorização de entrega

O formulário de autorização de entrega encontra-se disponível no CANVAS. Ele deve ser preenchido pelo(a) estudante, assinado pelo(a) orientador(a) e inserido na Plataforma CANVAS para análise e aprovação da Coordenação.

#### 4.8. Sugestão de Cronograma para projeto de Qualificação

Para a qualificação será necessária a apresentação de um cronograma de atividades a serem desenvolvidas após vencida esta etapa. Além da figura do cronograma, o(a) estudante deve descrever as atividades que compõem cada grupo de tarefas.

O Apêndice A traz uma sugestão de Cronograma que é proposto de forma invertida

- da defesa para o início das atividades no mestrado. Espera-se auxiliar o(a) estudante no dimensionamento das etapas e tarefas a serem desempenhadas ao longo dos dois anos do curso. Lembramos que essa é uma sugestão e deve ser validada com o(a) orientador(a).

#### 4.9. Capa e Ficha Catalográfica

Para a entrega do documento final da dissertação, os(as) estudantes devem utilizar a capa customizada para o curso. O Modelo da capa encontra-se na Plataforma CANVAS. O formato final da dissertação deve estar em PDF.

##### **Ficha Catalográfica**

As fichas catalográficas são automáticas, e devem ser preenchidas em formulário no Portal do Aluno > Biblioteca > Serviços > Normalização/Ficha Catalográfica. É preciso estar logado no Portal da ESPM para acessar o link.

##### **Upload do arquivo no site**

O Arquivo final (em PDF) deve ser enviado por meio da Plataforma CANVAS.

##### **Após a defesa**

Após a defesa, o(a) estudantes tem 30 dias para entregar a versão final.

#### 4.10. Regras e dicas para exame de Qualificação e Banca de Defesa

Quanto à estrutura e conteúdo, listamos algumas recomendações.

- 1) Os avaliadores já leram o trabalho, portanto, a apresentação serve para lembrá-los dos pontos mais importantes.
- 2) A apresentação não pode exceder 15 minutos. São suficientes 15 slides (no máximo).
- 3) Utilizem marcadores, figuras e tabelas. Evitem textos longos.
- 4) Para a qualificação, elaborem um slide com um resumo da sua atuação profissional e quais os dilemas/situações da sua vida profissional que lhe conduziram a realizar esta pesquisa.
- 5) A estrutura de slides pode ser da seguinte forma: 1) contexto/motivações (1 a 3 slides) 2) problema de pesquisa (a pergunta) e premissas/hipóteses da pesquisa 3) objetivo central e secundários 4) justificativa 5) referencial teórico (1 a 3 slides) com os principais conceitos/constructos que norteiam o trabalho 6) metodologia (1 a 3 slides) 7) principais resultados esperados 8) cronograma.
- 6) Treinem a apresentação para terem certeza que não irão ultrapassar os 15 min.

- 7) Iniciem a apresentação agradecendo a presença e interesse dos avaliadores em qualificar o trabalho.
- 8) Se quiserem trazer algum material ilustrativo fiquem à vontade para distribuir para banca no início do exame.
- 9) Cheguem pelo menos 30 minutos antes do horário marcado para instalar a apresentação, e se certificar que todo equipamento esteja funcionando.
- 10) Tragam a dissertação impressa e caderno para acompanhar os comentários e fazer anotações.

## 5. ORGÃOS DE REPRESENTAÇÃO DO MPCC

### 5.1. Colegiado

O Colegiado é formado por todos os (as) professores (as) que integram o corpo docente do PPGA-ESPM (que incluiu o MPCC) e se caracteriza por ser o órgão máximo decisório do Programa. Ele tem caráter consultivo e deliberativo e sua função é implantar, discutir e executar processos acadêmicos, pedagógicos e administrativos, bem como zelar pelo cumprimento das normas estabelecidas pelo Regimento do Programa e da ESPM. É no âmbito do colegiado que são feitas projeções, análises de dados e circunstâncias relativas a deliberações necessárias para o Programa, bem como para a resolução de conflitos e julgamento de recursos.

### 5.2. Comitê de ética em pesquisa

O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da ESPM tem por objetivo garantir os direitos e a dignidade dos (as) participantes de pesquisa, bem como zelar pelo cumprimento dos parâmetros éticos expressados no Código de Boas Práticas Científicas da ESPM, regendo-se por seu Regulamento e pelas normas estipuladas pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa – CONEP/MS e pela Resolução nº 510/2016 - Ética na Pesquisa da área de Ciências Humanas e Sociais. Maiores informações podem ser obtidas em <http://cep.espm.br>.



### 5.3. Comissão Própria de Avaliação (CPA)

Constituída em junho de 2004, em atendimento ao art. 11º da Lei nº10.861/2004, com as atribuições de **condução dos processos de avaliação interna** da Instituição, tendo em vista o **aperfeiçoamento acadêmico**, a melhoria da **gestão educacional** e a **prestação de contas de seu desempenho** para a sociedade. Desde agosto de 2015, a CPA na unidade de São Paulo é coordenada pela profa. Dra. Denise Fabretti. A Comissão realiza anualmente pesquisas que são respondidas de forma voluntária pelo corpo discente, corpo docente, técnico administrativo e sociedade externa. Na última edição, referente à coleta de 2018, foram obtidos 1445 respondentes válidos com aumento de 58% em relação ao ano anterior. Como resultado, são encaminhados relatórios com recomendações para Presidência, Coordenadores (Graduação, Pós Lato e Stricto), Vice-Presidência Administrativa, Diretoria de Operações, Departamento de Recursos Humanos e Gestores de Infraestrutura.

### 5.4. Representação Discente

A participação dos (as) estudantes nas esferas de deliberação do MPCC-ESPM acontece por meio de representação discente.

É recomendável que todas as turmas elejam seu representante no início do período letivo de cada ano que pode ter seu mandato renovável por mais um período a critério do grupo de estudantes.

Todos (as) estudantes regularmente matriculados no Programa podem se candidatar. Após a escolha dos representantes, os (as) estudantes devem encaminhar um comunicado para o e-mail do (a) coordenador (a) e da secretaria do curso para formalizar a indicação.

O (a) representante discente representa os interesses dos (as) estudantes do curso, de forma que ele estabelece a mediação entre as deliberações estudantis e os professores nos órgãos colegiados. Os (as) estudantes têm em seus representantes um instrumento que lhes garante não apenas transparência e equidade nos processos deliberativos do MPCC-ESPM, como também uma fonte de informação para dirimir eventuais dúvidas ou apresentar qualquer questão de seus interesses.

## 5.5. Papo com a Coordenação

Os encontros com a Coordenação têm como objetivo estabelecer um diálogo aberto, sistemático e contínuo com o Colegiado. São realizados mensalmente em data previamente delimitada e publicada no Calendário escolar divulgado a cada novo semestre.

## 6. INTERNACIONALIZAÇÃO

1) **Parcerias acadêmicas.** O departamento de Relações Internacionais da ESPM possui um excelente e consolidado trabalho de parcerias e convênios com 29 Universidades nas Américas, Europa e Ásia. O MPCC por meio do seu corpo docente vem trabalhando para ampliar essas parcerias com vistas à geração de intercâmbios acadêmicos de docentes e discentes. Um exemplo atual é a realização de intercâmbio acadêmico do estudante Marcelo Linardi na Universidade Católica do Porto durante o ano de 2019.

2) **Estágios internacionais.** O MPCC tem buscado ampliar as oportunidades internacionais a seus/suas estudantes e egressos(as) por meio de estágios profissionais em empresas parceiras. A título de exemplo, tem-se a estudante Ana Julia Butner que realizou estágio profissional na empresa Simonetta responsável pela confecção infantil de marcas globais como a Fendi, durante o período de férias escolares em 2019.

## 7. PROCEDIMENTOS IMPORTANTES PARA ESTUDANTES DO MPCC-ESPM

### 7.1. Trancamento de matrícula

Em caráter excepcional, será permitido o trancamento de matrícula com total cessação das atividades escolares do curso de Mestrado por prazo global não superior a seis meses, quando existir motivo relevante, devidamente comprovado, que impeça a continuidade das atividades acadêmicas normais limitadas a esse período. O pedido será dirigido ao Colegiado por meio do formulário disponível na Secretaria, devidamente assinado pelo(a) orientador(a) contendo:

- Justificativa circunstanciada do pedido; não serão aceitos pedidos onde conste apenas o “de acordo” do(a) orientador(a);

- Motivo do(a) estudante, solicitando e justificando o trancamento;
- Comprovante do motivo alegado, em que conste o período do impedimento.

Quando o motivo alegado estiver ligado a problemas de saúde, deverá ser juntado laudo médico exarado por médico(a) especialista no problema em tela. Não será concedida a renovação do trancamento de matrícula.

## 7.2. Desistência de disciplinas

O pedido de desistência de disciplinas deverá ser feito em até trinta dias após o início das aulas. Não serão aceitos pedidos feitos após esse prazo, previsto no Calendário Escolar MPCC. Para isso, é necessário que o(a) estudante encaminhe um ofício para a secretaria, com cópia para a coordenação do programa.

## 7.3. Prorrogação de prazo

Em caráter extraordinário, a pedido do(a) estudante aprovado no Exame de Qualificação, o(a) Coordenador(a), em face das justificativas apresentadas pelo(a) orientador(a), poderá conceder a prorrogação de prazo máximo de seis meses, uma única vez, para conclusão da pesquisa e depósito da Dissertação. Após este prazo, ou seja, completado o período de 30 meses para o Mestrado, o(a) estudante será desligado(a) automaticamente do programa. O pedido de prorrogação será instruído com o parecer do(a) orientador(a) e com o cronograma indicativo das atividades a serem desenvolvidas pelo(a) estudante no período da prorrogação. Há incidência de pagamento adicional conforme contrato de prestação de serviço. O Formulário está disponível no CANVAS.

# 8. AÇÕES DO STRICTO SENSU ESPM QUE VALE A PENA CONHECER

## 8.1. Revistas publicadas pela ESPM

### *International Journal of Business & Marketing*

Periódico científico com edições semestrais cuja missão é fomentar e disseminar a produção do conhecimento sobre Marketing e Negócios e promover a integração das comunidades científicas nesses campos. Criado e mantido pela ESPM Sul desde 2016, passa, a partir de 2019, a ser uma publicação de toda a ESPM, vinculada ao Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor, com estímulo à publicação de artigos

aplicados, relatos tecnológicos e casos de negócios. Recebe textos em português, inglês e espanhol, avaliados por pares pelo sistema *blind review* e é atualmente classificado como B4 pelo Qualis Capes. Saiba mais em: [www.ijbmkt.org](http://www.ijbmkt.org)

### *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (InterNext) Review of International Business*

Publicação que nasceu em 2006, como instrumento acadêmico de discussão de questões da área de gestão internacional no Brasil. É o único periódico brasileiro especializado na área de gestão internacional. Trata-se, desse modo, de um importante veículo de divulgação e propagação dessa área científica dentro do campo da administração. Desde 2014 todos os artigos são publicados em português e inglês. Está aberta a professores, pesquisadores e estudantes de pós-graduação para a divulgação de artigos científicos, ensaios e estudos de caso didáticos. Classificada como A3 na lista Qualis Capes. Saiba mais em: <http://internext.espm.br/internext>

### *Comunicação, Mídia e Consumo*

Revista editada pelo PPGCOM-ESPM desde 2004, sendo publicada exclusivamente no formato digital desde 2014. Com periodicidade quadrimestral e avaliada como Qualis A2 na área de Comunicação e Informação, a revista CMC tem como objetivo divulgar a produção acadêmica nacional e internacional de excelência, relacionada com o campo da comunicação e do consumo, em perspectiva sociocultural e crítica. Esse enfoque do debate sobre comunicação e consumo está em sintonia com a abordagem desenvolvida no âmbito do PPGCOM-ESPM. Saiba mais em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc>

### *Revista Diálogo com a Economia Criativa*

Periódico digital quadrimestral, publicado pelo Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa da ESPM-Rio, com a proposta de lançar uma perspectiva interdisciplinar sobre o campo da Economia Criativa. Além disso, visa ampliar as relações entre pesquisadores brasileiros e internacionais por meio do alcance da mídia eletrônica. A Revista Diálogo aceita para publicação trabalhos produzidos por autores nacionais e estrangeiros, membros do corpo docente e discente de IES, que tratem de temas relacionados à Economia Criativa, resultantes de estudos teóricos, pesquisas, reflexões sobre práticas empresariais, debates etc. Saiba mais em: <http://dialogo.espm.br/>

### *Revista da ESPM*

Linha editorial desta revista equilibra os mundos acadêmico e dos negócios. O objetivo principal da Revista é o de estimular a geração de artigos e estudos produzidos por professores(as) da ESPM, especialistas do mercado e grandes nomes do mercado nacional nas áreas de administração, marketing e comunicação. É avaliada como Qualis C. Saiba mais em: <https://www.espm.br/a-espm/bibliotecas-espm/revista-da-espm/>

### 8.2. Memorial do Consumo

O Memorial do Consumo é um acervo digital que reúne narrativas memorialísticas e afetivas sobre o consumo, bem como produções artísticas, jornalísticas e acadêmicas sobre temáticas relativas ao consumo. Consiste num projeto de extensão criado pelo PPGCOM-ESPM em 2011 e desenvolvido pelos professores do Programa, com a colaboração de bolsistas. O Memorial do Consumo constitui-se na interface entre as pesquisas realizadas no âmbito do PPGCOM-ESPM e a sociedade. Link de acesso em <http://memorialdoconsumo.espm.br>.

### 8.3. Pesquisa com egressos (as)

O MPCC-ESPM desenvolve regularmente pesquisa com egressos(as), a fim de acompanhar a trajetória acadêmica e profissional dos(as) mestres e doutores(as) titulados(as) pelo Programa.

### 8.4. Cátedras de Pesquisa

A cátedra Comunicação, Educação e Consumo (feita em parceria com o Instituto Palavra Aberta) foi criada em 2017 com objetivo dar visibilidade para a necessidade da educação para os meios. Para isso, desenvolve cursos para professores(as)-formadores(as) e multiplicadores das redes particular e estadual e divulga material educativo sobre o uso dos meios em mídia digital, com acesso livre, para a população em geral.

Já a Cátedra “Memória – Instituto Cultural ESPM” tem como objetivo organizar e catalogar centenas de peças publicitárias, radiofônicas, televisivas, revistas, folhetos, entre outros materiais únicos de grande interesse para pesquisadores(as) da comunicação e disponibilizá-los para o público externo.

## 8.5. Plataforma de mídias de imigrantes de São Paulo

Trata-se de um projeto de extensão do PPGCOM-ESPM, desenvolvido em parceria com o Museu da Imigração do Estado de São Paulo, que reúne um acervo de mídias produzidas e/ou dirigidas a migrantes internacionais de diferentes nacionalidades em São Paulo a partir do ano de 1990. O projeto contou com recursos do Edital de Ciências Humanas e Sociais do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico). A Plataforma, cujo desenvolvimento se iniciou em 2015 e se mantém ativa até o presente, conta com atualização permanente e está disponível para consulta pública. Pode ser acessada em <http://midiasdemigrantesdesp.com.br>

## 8.6. Observatório de Multinacionais e Negócios Internacionais da ESPM

O Observatório de Multinacionais e Negócios Internacionais da ESPM (OMNI/ESPM) é um *think tank* de referência em pesquisa acadêmica e estudos de mercado, cujo objetivo é agrupar pesquisadores(as) e executivos(as) brasileiros(as) e estrangeiros(as) na reflexão e debate multidisciplinar sobre o fenômeno da internacionalização de empresas. Pode ser acessado em <https://multinacionais.espm.br/>

## 8.7. Páginas dos Grupos de Pesquisa da ESPM

Alguns Grupos de Pesquisa da ESPM possuem páginas para comunicar as pesquisas e discussões associadas às suas temáticas e linhas de estudo. Podem ser acessadas pela página do EPAP no site da ESPM: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/escritorio-projetos-apoio-a-pesquisa/>

# 9. INFRAESTRUTURA

## 9.1. Auditórios

A escola possui quatro auditórios que são comumente usados pela comunidade acadêmica da escola (localize no mapa em seguida):

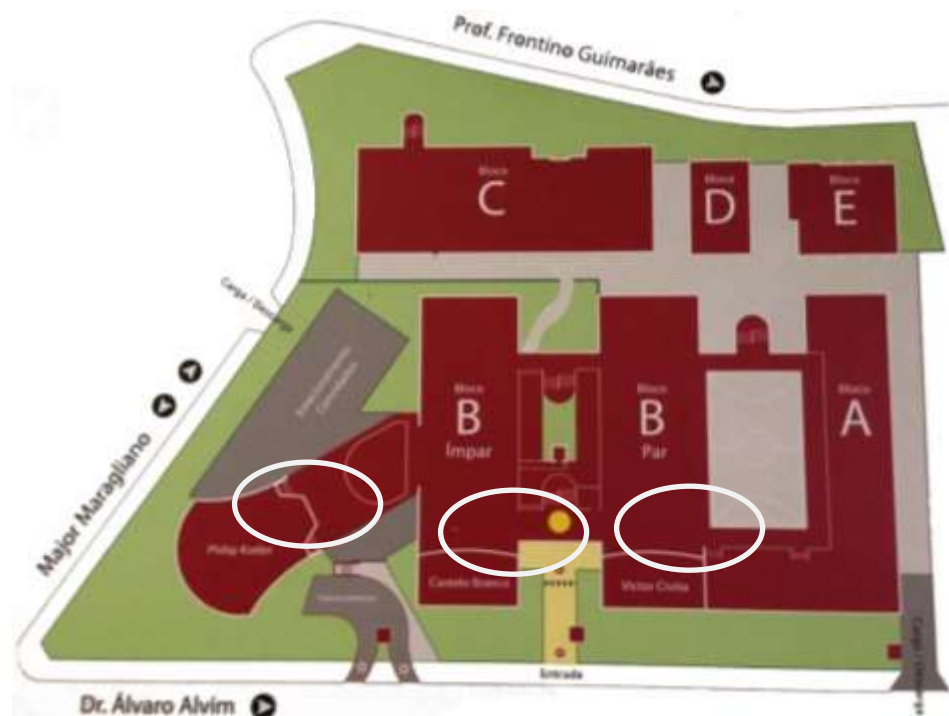
Auditório Castelo Branco (no bloco B ímpar)

Auditório Victor Civita (no Bloco B par)

Auditório Philip Kotler (no prolongamento do Bloco B)

Auditório Aylza Munhoz (fica na ESPM da Rua Joaquim Távora)

## 9.2. Mapa da escola (Unidade Álvaro Alvim)



## 9.3. Salas de estudo

As salas de estudo estão espalhadas pela escola. Em frente ao auditório Castelo Branco, no 1º subsolo da biblioteca, no 1º. andar do bloco C. Dica: uma sala tranquila encontra-se no prédio da biblioteca (acesso pelo elevador do hall de entrada).

## 9.4. A Biblioteca

Explore a página da biblioteca, são inúmeros os serviços que ela presta e que podem ser muito úteis para o seu trabalho. A Biblioteca da ESPM-SP atende de segunda a sexta-feira, das 7h30 às 22h30; e sábado, das 9h às 14h — exceto no período de férias, quando esses horários são alterados. No mapa você pode localizá-la no bloco E.

## 9.5. Acervo e base de dados

Como estudante de mestrado você pode retirar até sete livros por até 10 dias, que podem ser renovados online. Além do acervo de livros a biblioteca possui diversas bases de dados que podem e devem ser acessadas pelos(as) estudantes. A seguir encontra-se uma breve lista de algumas dessas bases, tanto de publicações acadêmicas como profissionais. Algumas são acessadas remotamente outras apenas em computadores da escola.

<b>Biblioteca digital de teses e dissertações da ESPM (TEDE/IBICT)</b>	Reúne o texto completo das dissertações do mestrado, por meio de busca simples e avançada por autor(a), título, orientador(a), membros da banca, assunto, resumo e data
<b>JSTOR - Journal Storage The Scholarly Journal Archive</b>	Arquivo com coleções que armazenam e tornam disponíveis periódicos com texto integral, desde o primeiro número.
<b>EBSCOhost</b>	Gerencia e dá acesso a periódicos por meio de várias bases de dados, tais como: Business Source Complete; Communication & Mass Media Complete; ERIC – Educational Resources Information Center; Newspaper Source; Professional Development Collection; Regional Business Review; Film&Television Literature Index with Full Text.
<b>SAGE JOURNALS ONLINE</b>	Fornecer periódicos eletrônicos e disponibiliza as coleções em texto completo de comunicação e administração: Communication Studies (de 1955 até o presente) e Management & Organization Studies (de 1947 até o presente).
<b>EMERALD</b>	Base de dados com mais de 110 títulos de periódicos eletrônicos nas áreas de administração, negócios, marketing e economia. Arquivos com texto completo desde 1994 e resumos desde 1989.
<b>WEB OF SCIENCE</b>	Permite acesso a referências e resumos em todas as áreas do conhecimento. Por meio da Web of Science estão disponíveis ferramentas para análise de citações, referências, índice h, permitindo análises bibliométricas. Cobre aproximadamente 12.000 periódicos. Acesso por meio da base de dados do CAPES disponível na biblioteca.
<b>BRASIL EM FOCO – IPC TARGET</b>	Informações sobre o consumo das populações urbanas e rurais, dados demográficos de todos os municípios brasileiros, atualizados para a nova malha municipal brasileira
<b>ARQUIVO DA PROPAGANDA</b>	Banco de dados contendo as campanhas de propaganda de televisão, revistas, jornais, rádio, outdoor e outras mídias, desde 1999
<b>EUROMONITOR INTERNATIONAL</b>	Constitui um acervo de informações e estatísticas por país que incluem variáveis demográficas, econômicas e indicadores de estilo de vida
<b>DATAMONITOR</b>	Mais abrangente e mais detalhada fonte de informação dos últimos lançamentos de bens de consumo em massa no mercado global
<b>IPSOS MARPLAN</b>	Fornecer o perfil de vários segmentos do mercado brasileiro, reúne informações que permitem processamentos cruzados, tanto em hábitos de consumo e uso de serviços, atitudes de compra, hábitos de lazer, assuntos de interesse pessoal e mídia
<b>PYXIS</b>	Base de dados que apresenta o potencial de consumo (demanda) por família ou grupo de produtos de todos os municípios brasileiros. Esta base permite ao(à) usuário(a) identificar diferenças entre os 16 setores disponibilizados, as quatro classes socioeconômicas (A, B, C, D/E) e os 42 grupos de produtos.

## 9.6. ESPM Media Lab

O ESPM Media Lab é um laboratório que investiga, através de pesquisas básicas e aplicadas, as principais transformações na comunicação contemporânea e na cultura digital. É um espaço produtor de estudos para diferentes segmentos da sociedade e um polo difusor de conhecimento que aproxima os universos acadêmico e mercadológico. O laboratório é operado por pesquisadores(as) efetivos(as) e associados(as), estudantes da



pós-graduação e da graduação.

Página: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/nucleos-de-pesquisa/espm-media-lab/>

### 9.7. Retail Lab

O objetivo é desenvolver novos conhecimentos em varejo e colocá-los à disposição de empresas, estudantes, docentes e demais *stakeholders*. O Retail Lab – Laboratório Experimental de Varejo, primeiro do país em instituições de ensino. Neste espaço são ministradas aulas e pesquisas com utilização de equipamentos de exposição, vendas e mercadorias de categorias como alimentos, higiene e limpeza, refrigerados e congelados, eletroeletrônicos, moda esportiva, farma, cosméticos, entre outros.

Páginas: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/nucleos-de-pesquisa/nucleo-de-varejo-e-retail-lab/> e <http://varejo.espm.br/quem-somos>

### 9.8. EC Lab

Foi criado em 2017 para realização de pesquisas no campo da neurociência, especialmente usando equipamentos do Media Lab para experimentos de “eye tracking” em parceria com a empresa EDGEGROUP. Como exemplo, é possível conduzir experimentos que envolvam a medição da posição e o comportamento do movimento ocular do(a) usuário(a) quando acessa as páginas de internet.

### 9.9. Game Lab

Laboratório experimental com espaço para pesquisa e experimentação lúdica por meio de jogos. Tem como objetivos: conhecer os conceitos, mecânicas, interfaces e outros elementos sobre jogos diversos.; produzir inteligência sobre o mercado brasileiro de games e game design nas frentes de interesse da comunicação e do marketing.

Página: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/nucleos-de-pesquisa/espm-game-lab/>

### 9.10. Núcleo de imagem e som (NIS)

Infraestrutura completamente integrada digitalmente e amparada com modernos equipamentos de áudio e de vídeo, para produção de spots, trilhas, jingles, vídeos, curtas, comerciais, formatos e produtos jornalísticos e outros trabalhos, que permitem, inclusive, experimentar linguagens e conteúdos para novas mídias. Este espaço é integrado digitalmente com os estúdios fotográficos destinados à realização de trabalhos de várias linguagens publicitárias, tanto em tecnologia química (laboratórios) quanto digital. Todos

os laboratórios possuem professores(a) e monitores(as) para garantir o atendimento e segurança na utilização dos equipamentos disponíveis. Estes espaços podem vir a ser usados por estudantes do MPCC como um formato alternativo ou mesmo como suporte no desenvolvimento de material de apoio em suas dissertações

### 9.11. Laboratórios de informática

A unidade Álvaro Alvim da ESPM de São Paulo, onde se está localizado o MPCC, conta com 14 laboratórios de informática, totalizando mais de 500 computadores entre MAC, PC e notebooks. Os laboratórios de informática estão divididos da seguinte forma: 1 laboratório de atendimento com 3 impressoras, 12 PCs e 6 MACs; 4 laboratórios para aula com MACs; 9 laboratórios para aula com PCs e Lousas Touch. Todas estas máquinas estão interligadas à máquina do(a) professor(a) e com monitoramento por telão. Os laboratórios, quando não utilizados em aula, ficam abertos para estudo ou realização de trabalhos

### 9.12. Sala de Focus Group

A ESPM conta com sala adaptada para focus group, localizada no bloco A.

### 9.13. Outros recursos oferecidos pela escola

O Microsoft office é oferecido gratuitamente a estudantes na escola. O(A) estudante entra no site com seu login e senha, clica e-mail e depois no Office 365.



## Apêndice A

Sugestão de Cronograma\* para projeto de qualificação

Cronograma geral da dissertação - Sugestão	Ano 2											Ano 1										
	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3
Banca de defesa	dia 15																					
Depósito da dissertação Entrega do Formulário de Atividades Programadas Entrega do Formulário de Autorização de entrega da Dissertação		dia 15																				
Revisão idioma e ABNT		x																				
Última entrega		dia 1																				
feedback do orientador e alterações necessárias			x																			
entrega primeira versão final p/orientador				dia 30																		
Elaboração do capítulo final - Conclusão/considerações finais					x																	
Redação dos Resultados						x	x															
Análise dos dados						x	x	x	x													
Coleta dos dados								x	x	x												
Adequação da proposta aos pedidos da banca											x	x										
<b>Exame de qualificação</b>													x									
Depósito do Projeto Entrega do Formulário de Atividades Programadas Entrega do Formulário de Autorização de entrega do Projeto de qualificação														x								
Entrega do Cap 3 - Método														x								
Redação do método														x	x							
Estudo do método a ser utilizado															x	x						
Refinamento dos objetivos - 1a entrega Revisão literatura																	dia 1					
Redação Cap 1 - Introdução/justificativa/objetivo																	x	x				
Leitura e redação preliminar capítulo revisão de literatura																	x	x	x	x		
Levantamento de literatura																				x	x	x
Definição do tema e objetivo preliminar																					x	x

\* Sugestão de cronograma elaborada com a colaboração da professora Suzane Strehlau.

## Apêndice B

### Detalhamento dos Produtos Técnicos e Tecnológicos valorizados pela área de Administração

1. **Empresa ou Organização social (inovadora).** Uma nova empresa ou organização social formada com base em produto, serviço ou processo tecnológico desenvolvido por docentes e/ou discentes no âmbito do programa de Pós-graduação. Ex. Startups, OSCIPS, associações sem fins lucrativos.
2. **Processo/Tecnologia e Produto/Material não patenteáveis.** Produtos e/ou processos tecnológicos que, por impedimentos legais, não apresentam um mecanismo formal de proteção em território brasileiro, incluindo quaisquer ativos de propriedade intelectual. Ex. Novos processos de gestão documentados, novas técnicas de desenvolvimento de lideranças sistematizadas.
3. **Relatório técnico conclusivo.** Texto elaborado de maneira concisa, contendo informações sobre o projeto/atividade realizado, desde seu planejamento até as conclusões. Indica em seu conteúdo a relevância dos resultados e conclusão em termos de impacto social e/ou econômico e a aplicação do conhecimento produzido. Ex. Relatórios de consultorias e assessorias técnicas.
4. **Tecnologia social.** Método, processo ou produto transformador, desenvolvido e/ou aplicado na interação com a população e apropriado por ela, que represente solução para inclusão social e melhoria das condições de vida e que atenda aos requisitos de simplicidade, baixo custo, fácil aplicabilidade e replicabilidade. Ex. Técnica alternativas de produção, projetos de organizações comunitárias.
5. **Norma ou marco regulatório.** Diretrizes que regulam o funcionamento do setor público e/ou privado. Tem por finalidade estabelecer regras para sistemas, órgãos, serviços, instituições e empresas, com mecanismos de regulação, compensação e penalidade. Ex. Marco regulatório em educação, energia, saúde, telefonia, internet, transporte, petróleo e gás, organizações da sociedade civil, norma regulamentadora em segurança e saúde no trabalho ou de prevenção de riscos ambientais.
6. **Patente.** Título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade, outorgado pelo Estado aos inventores ou autores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação. Ex. Patentes de invenção, patentes de modelo de utilidade.
7. **Produtos/Processos em sigilo.** Bens físicos/tangíveis obtido por combinação de ideias, que possam ser materializados ou produzidos por um determinado processo de fabricação, destinados ao uso restrito e comprovado por meio de declaração de sigilo. Ex. Novos processos de fabricação documentados, novos processos de gestão empresarial sistematizados.
8. **Software/Aplicativo.** Conjunto de instruções ou declarações a serem usadas direta ou indiretamente por um computador, a fim de obter um determinado resultado. Ele é composto por um código-fonte, desenvolvido em alguma linguagem de programação. Ex. Programa de simulação, software de pesquisa operacional, softwares de gestão, aplicativos educacionais.
9. **Base de dados técnico-científica.** Conjunto de arquivos relacionados entre si com registros sobre pessoas, lugares ou coisas. São coleções organizadas de dados que se relacionam de forma a criar algum sentido (Informação) e dar mais eficiência durante uma pesquisa ou estudo. Ex. Banco de dados de indicadores gerenciais; Acervo de notificações.
10. **Curso para formação profissional.** Conjunto de conteúdos estabelecidos de acordo com as competências requeridas pela formação profissional, em conformidade com os objetivos do programa de Pós-Graduação. Ex. Formação contínua de profissionais/gestores de organizações públicas e privadas, oferta especial para profissionais vinculados aos projetos de pesquisa.
11. **Material didático.** Produto de apoio/suporte com fins didáticos na mediação de processos de ensino e aprendizagem em diferentes contextos educacionais. Ex. Material impresso como livros didáticos e paradidáticos, coleções e jogos educativos, material audiovisual como fotografias, programas de TV e Rádio, material em novas mídias como ebook, plataformas e aplicativos de celular.
12. **Produto bibliográfico na forma de artigo técnico/tecnológico.** Artigo publicado em revistas voltadas para campos específicos do conhecimento, geralmente relacionadas com o conhecimento tecnológico, mas que apresentam como foco o mercado, diferenciando assim das revistas científicas, as quais buscam divulgar o progresso científico. Ex. Publicação em periódicos e seções tecnológicas.