**DESCRIÇÃO DOS GRUPOS DE PESQUISA – ESPM/SP\_2023.1**

**MARKETING RELACIONAL, EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR E INTELIGÊNCIA DE MERCADO**

Estudo dos antecedentes e resultantes de construção de relacionamentos de longo prazo (inter-organizational trust). Estudos relacionados a literatura de marketing de relacionamento incluindo lealdade, word-of mouth, amor a marca, engajamento do consumidor, experiência de consumo e jornada do consumidor. Busca estudar formas de obtenção de informação, seu uso e aplicação na compreensão de como os indivíduos se constituem como consumidores, permitindo o levantamento de insights sobre situações de compra e consumo. Análise das estratégias que adicionam valor aos produtos e serviços, bem como criam vantagens competitivas sustentáveis, tais como gestão de marcas, gestão de stakeholders e marketing de relacionamento.. Palavras-chave: estratégia empresarial; marketing de relacionamento; inteligência de mercado; consumo; informação.Desde 2017 o grupo possui parceria com a SCIP Brasil (Strategic and Competitive Intelligence Professionals . Já foram realizadas 5 edições do Seminário SCIP ESPM.

**Contato do grupo:** profa**.** Luciana Florêncio de Almeida

**E-mail:** [lflorencio@espm.br](mailto:lflorencio@espm.br)

**Website:** <http://gpinteligencia.weebly.com/>

**COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

Este grupo de pesquisa 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.

**Contato do grupo:** prof**.** Ricardo Zagallo Camargo

**E-mail:** [ricardo.camargo@espm.br](mailto:ricardo.camargo@espm.br)

**Website:** <https://gpcomportamentodoconsumidor.weebly.com/>

**COMUNICAÇÃO, DISCURSOS E BIOPOLÍTICAS DO CONSUMO**

Tendo como perspectiva as lógicas de produção de discursos do consumo e convocações biopolíticas que os constituem, o GP investiga processos e estratégias de construção discursiva e convocações biopolíticas da comunicação midiática (quaisquer meios e suportes tecnológicos) no sistema contemporâneo de consumo nos âmbitos das discursividades (constituição de discursos; mutações discursivas, relação entre memória e inovação discursiva, e emergência de discursos na comunicação midiática) e das biopolíticas (processos e modos de convocação e de configuração das biopolíticas do consumo, os modos de implicar o corpo nas referidas convocações). Principal aporte teórico-metodológico: Análise do Discurso em diálogo com estudos de biopolítica e de biossociabilidades (gestão de si e do corpo na contemporaneidade). Resultados: artigos em eventos da área, publicados em periódicos da área e publicação da coletânea "Corpos discursivos: dos regimes de visibilidade às biossociabilidades do consumo".

**Contato do grupo:** Profa. Tânia Marcia Cezar Hoff

**E-mail**: [thoff@espm.br](mailto:thoff@espm.br)

**EU E O OUTRO NA CIDADE**

O Grupo de Pesquisa Eu e o Outro na Cidade estuda diversas dimensões da formação de identidade no mundo contemporâneo, abordando temas que envolvem psicologia, tecnologia, política, cidadania, subjetividade, representatividade e história. As pesquisas do grupo são voltadas para a relação entre o sujeito e a alteridade hoje, em um amplo sentido. O grupo foi criado em 2015, é cadastrado no CNPq e é formado por professores da área de Humanidades da ESPM-SP, tendo publicado dois livros com as produções de estudantes e professores integrantes.

**Contato do grupo:** prof**.** Pedro Luiz Ribeiro de Santi e profa. Clarissa Sanfelice Rahmeier

**E-mail:** [psanti@espm.br](mailto:psanti@espm.br); [clarissa.sanfelice@espm.br](mailto:clarissa.sanfelice@espm.br)

**CADEIA GLOBAL DE VALOR**

Para as empresas: O conhecimento gerado deve permitir a elas decidir melhor se e em quais condições se integrarem às GVCs - Para os formuladores de políticas públicas: Quais políticas promover com relação a integração de empresas em GVCs de forma a obter a melhoria das condições de trabalho das populações afetadas pelas políticas que promovem; - Para os pesquisadores de negócios internacionais: Como e quais pesquisas fazer de forma a contribuir para o debate sobre se e como a integração das empresas em GVCs promove o upgrading social.

**Contato do grupo:** prof. Ilan Avrichir

**E-mail:** [iavrichir@espm.br](mailto:iavrichir@espm.br)

**Website:** [http;//cadeiaglobaldevalor.wordpress.com](http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/http;/cadeiaglobaldevalor.wordpress.com)

**CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM DIPLOMACIA CORPORATIVA**

O grupo realizou estudo sobre as relações entre Governo e empresas no Brasil na área de relações internacionais, com a apresentação dos resultados em congressos nacionais e internacionais na área de relações internacionais e negócios. O grupo tem se dedicado ao estudo das habilidades e competências necessárias ao desempenho profissional da Diplomacia Corporativa. O grupo trabalhou em estudos de caso , como o do McDonalds, com base em todo o mapeamento de stakeholders junto à empresa e à Prefeitura da cidade de Birigui. Houve o envolvimento do McDonalds, da Prefeitura da cidade, de 02 escolas municipais, parte da população e outros setores empresariais envolvidos. O foco do projeto foi justamente a 1a loja sustentável do McDonalds na cidade de Birigui.

**Contato do grupo:** Prof. Marcelo Rocha e Silva Zorovich

**E-mail:** [mzorovich@espm.br](mailto:mzorovich@espm.br)

**Website:** <http://ri.espm.br/centro-de-estudos-e-pesquisas-em-diplomacia-corporativa/>

**COMUNICAÇÃO, CONSUMO E IDENTIDADES SÓCIO-CULTURAIS - CICO** Reflexão sobre a intersecção comunicação-consumo, constituição das identidades no ambiente urbano. Consumo como determinante de identidades sociais dos sujeitos-agentes. Problematização das concepções de consumo, imbricações com opertencimento social nas suas relações estratégicas de mobilização dos indivíduos em prol da manutenção das perspectivas hegemônicas. Significação das ações, objetos e expressões em contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados. Consumo além das práticas comerciais, ampliado para dimensões de inserção cidadã e diferenciação social. Estudo dos processos de consumo material na perspectiva das práticas de comunicação midiática e interfaces com o simbólico. Problematização da relação identidade-consumo a partir das representações midiáticas nas narrativas televisivas ficcionais. Refletir sobre atribuições de sentido e constituição e identidades coletivas nos ambientes urbanos característicos de uma sociedade midiatizada.

**Contato do grupo:** Profa. Márcia Perencin Tondato

**E-mail:** [mtondato@espm.br](mailto:mtondato@espm.br)

**Website:** <https://memorialdoconsumo.espm.br/grupos-de-pesquisa/cico/+>

**COSMOPOLITISMOS JUVENIS NO BRASIL**

O objetivo do grupo é verificar o desenvolvimento de práticas e interesses cosmopolitas, analisando as perspectivas culturais dos jovens brasileiros, a partir de suas visões sobre o Brasil e sobre o mundo. Como principais produtos, o grupo possui diversas publicações, dentre elas o livro "Aesthetic Cosmopolitanism and Global Culture" da série "Youth in a Globalizing World", da Editora Brill, de 2019. O projeto internacional foi realizado em parceria com a Universidade Paris IV e o Ministério da Cultura da França. No Brasil, a pesquisa foi desenvolvida em parceria com o SESC e seu centro de pesquisa. Atualmente, o grupo está em fase de desenvolvimento de um projeto com pesquisadores na América do Sul (Argentina, Chile e Uruguai).

**Contato do grupo:** Prof. Renato Vercesi Mader

**E-mail:** [cosmopolitismo@terra.com.br](mailto:cosmopolitismo@terra.com.br); [rmader@espm.br](mailto:rmader@espm.br)

**Website:** [ww.cosmocult.com.br](http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/www.cosmocult.com.br)

**ESTUDOS DE ESTRATÉGIA EM GESTÃO INTERNACIONAL**

Pesquisas destinadas a gerar conhecimento sobre a competitividade de indústrias brasileiras, a forma como elas se inserem nas cadeias globais de valor e o seu desempenho exportador. Foca o processo de acumulação de capacidades, a relação desse processo de acumulação com as estratégias de aprendizagem das organizações e o papel das empresas líderes das cadeias nesse processo de acumulação.

**Contato do grupo:** Profs. Ilan Avrichir e Sílvio Luís de Vasconcellos

**E-mail:** [iavrichir@espm.br](mailto:iavrichir@espm.br); [silvio.vasconcellos@espm.br](mailto:silvio.vasconcellos@espm.br)

**BEM-ESTAR PSICOLÓGICO (BEP): APLICAÇÕES PARA A GESTÃO**

A preocupação com a condição humana é relevante por si só, mas a vida no trabalho pode implicar em precarização do bem-estar ou em melhorias dependendo de como for compreendido e gerenciado. Diante do cenário de tantas transformações é relevante aprofundar em metodologias e em compreensão da condição humana no mundo do trabalho. Foco do trabalho é em desenvolver pesquisas quantitativas ou mistas que desenvolvam o tema Bem-estar Psicológico (BEP) e Qualidade de Vida no Trabalho (QVT), mas também a utilização, validação, desenvolvimento e compreensão de escalas de BEP e QVT, motivação entre outros temas que auxiliem a avaliar e propor intervenções e políticas de gestão de pessoas. Até o momento o grupo produziu pesquisas e produziu artigos científicos e de divulgação sobre os temas, além de ter priorizado coleta de dados significativa durante a quarentena do COVID-19 com o objetivo de avaliar os impactos da mesma na vida e no mundo do trabalho no Brasil.

**Contato do grupo:** profas**.** Flavia Feitosa Santana e Mariana Malvezzi

**E-mail:** [flavia.feitosa@espm.br](mailto:flavia.feitosa@espm.br); [mariana.malvezzi@espm.br](mailto:mariana.malvezzi@espm.br)

[**GRUSCCO - GRUPO SUBJETIVIDADE, COMUNICAÇÃO E CONSUMO**](http://dgp.cnpq.br/dgp/faces/consulta/consulta_parametrizada.jsf)

Este grupo de pesquisa vinculado ao PPGCOM ESPM SP teve início em março de 2015. Os pesquisadores investigam as interfaces entre comunicação e consumo focalizando a produção de subjetividades. O grupo possui duas linhas de pesquisa: Comunicação, Consumo, Envelhecimento e Longevidade; e Sociabilidade, Comunicação e Consumo na Cultura Digital. A primeira investiga as representações culturais e midiáticas do envelhecimento e as interações com a cultura do consumo. Considera-se o processo de envelhecimento em seus múltiplos atravessamentos socioculturais. A segunda linha estuda as interações nas plataformas digitais a partir das lógicas da midiáticas e do consumo presentes dos relacionamentos online. Dentre outros temas, o grupo pesquisa a produção de subjetividades nas redes sociais, a curadoria algorítmica da vida atual e a capitalização de dados nas interações online.

**Contato do grupo:** Profa. Gisela Grangeiro da Silva Castro

**E-mail:** [gcastro@espm.br](mailto:gcastro@espm.br)

**HISTÓRIA, COMUNICAÇÃO E CONSUMO**

História, Comunicação e Consumo é um grupo de pesquisa cujos membros têm como objeto de estudo comum a pesquisa das relações entre as políticas de visibilidade e os imaginários de consumo através de suas estruturações narrativas, estéticas e retóricas sob uma perspectiva histórica. Assim, o objetivo do presente grupo de pesquisa é esquematizar aspectos de uma história das visualidades do consumo em diferentes produtos midiáticos a partir do mapeamento de elementos estéticos utilizados em cada época histórica. A partir de uma metodologia que combina a análise retórica e narrativa dos elementos de composição (tanto imagéticos quanto textuais) mais comumente utilizados em cada tempo histórico em diferentes produtos midiáticos, bem como a mudança que tais elementos sofreram ao longo do tempo, o objetivo do presente grupo de pesquisa é investigar como certas estilísticas mediaram determinados imaginários de consumo em diferentes períodos.

**Contato do grupo:** Profa. Eliza Bachega Casadei

**E-mail:** [eliza.casadei@espm.br](mailto:eliza.casadei@espm.br)

**Website:** <http://memorialdoconsumo.espm.br/grupos-de-pesquisa/>

**DESLOCAR - INTERCULTURALIDADE, CIDADANIA, COMUNICAÇÃO E CONSUMO**

As pesquisas do grupo estão orientadas pelas relações entre interculturalidade, cidadania, comunicação e consumo, desdobrando-se em duas linhas. A primeira delas - Migrações transnacionais, redes sociomunicacionais e consumo - constituídas por pesquisas orientadas à compreensão dos processos comunicacionais, midiáticos e de consumo das migrações transnacionais contemporâneas, a partir do desenvolvimento de estudos focados das dinâmicas comunicacionais em redes de interação e mobilização e dos processos de cidadania social, intercultural e cosmopolita que envolvem as experiências de mobilidade humana. Uma segunda linha - Mobilidades, relações de gênero, comunicação e consumo ¿ compõe-se de pesquisas em que a comunicação, as mídias e o consumo articulam-se na compreensão das mobilidades, fluxos, trânsitos e fronteiras que configuram as relações de gênero na contemporaneidade, assim como a reflexão sobre os ativismos fundados em experiências centradas nas questões de gênero.

**Contato do grupo:** Profa. Denise M. Cogo

**E-mail:** [denise.cogo@espm.br](mailto:denise.cogo@espm.br)

**Website:** <https://deslocar3ci.wordpress.com/>

**JUVENÁLIA: questões estéticas, geracionais, raciais e de gênero na comunicação e no consumo**

Atualmente, a investigação nucleadora do JUVENÁLIA, coordenada pela líder do grupo, Profa. Dra. Rose de Melo Rocha, tem como título .Culturas juvenis transfronteiriças e redes LGBTQIA+ em São Paulo: experimentalismo audiovisual, circuitos afetuais e produção de inteligibilidade nas gramáticas dissidentes de Linn da Quebrada e Jup do Bairro.

Contato do **grupo:** Profa. Rosamaria Luiza de Melo Rocha

**E-mail:** [rrocha@espm.br](mailto:rrocha@espm.br)

**TECNOLOGIAS, PROCESSOS E NARRATIVAS MIDIÁTICAS**

Estuda processos, práticas e produções no campo da comunicação midiática, levando-se em consideração a ambiência das tecnologias em constante mutação. Propõe análises e experimentações que possam contribuir com o ecossistema informativo e comunicacional.

**Contato do grupo:** Profa. Maria Elisabete Antonioli

**E-mail:** [mantonioli@espm.br](mailto:mantonioli@espm.br)

**MARKETING DE LUXO E MODA**

Este grupo de pesquisa visa compreender o fenômeno do consumo de luxo contemporâneo. São duas perspectivas de abordagem. A primeira considera o gerenciamento das marcas premium e de luxo dentro do continuum articulado nas categorias acessível, intermediário e inacessível. A segunda aborda a ótica de uma pessoa no mercado de consumo sobre o luxo, suas práticas de consumo, percepções e simbolismo.

**Contato do grupo:** profa**.** Suzane Strehlau

**E-mail:** [sstrehlau@espm.br](mailto:sstrehlau@espm.br)

**NEGÓCIOS INTERNACIONAIS: RISCOS E CENÁRIOS**

O grupo realizou estudo sobre as relações entre Governo e empresas no Brasil na área de relações internacionais, com a apresentação dos resultados em congressos nacionais e internacionais na área de relações internacionais e negócios. O grupo tem se dedicado na elaboração de metodologia de análise da cadeia global de valor e análise de risco em negócios internacionais. A metodologia desenvolvida vem sendo aplicada em trabalhos de conclusão de curso de relações internacionais, sendo mais de 80 setores já mapeados pelo grupo.

**Contato do grupo:** profs**.** Rodolpho Talaisys Bernabel e Rodrigo Cintra

**E-mail:** [rodolpho.bernabel@espm.br](mailto:rodolpho.bernabel@espm.br)

**Website:** [raia.espm.br](http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/raia.espm.br)

**MEMÓRIA, COMUNICAÇÃO E CONSUMO – MNEMON**

Considerando os nexos comunicação-consumo, o GP objetiva: delimitar o campo conceitual do estudo da memória; investigar a constituição, produção, lógicas e estratégias da memória/esquecimento em cenas, práticas e textos culturais midiáticos articulados ao eixo teórico comunicação-consumo-emoções; avaliar as relações estabelecidas entre modos de lembrar e modos de consumir; estudar as relações entre memória, consumo e performance e discutir as dimensões tempo-espaço implicadas na produção de memórias narrativas articuladas à mídia e ao consumo. O Grupo produziu dois livros como resultados de Projetos de Pesquisa apoiados por editais do CNPq, sob coordenação da líder do GP: Cena Cosplay: Comunicação, Consumo e Memória nas Culturas Juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2015 Cosplay, Steampunk e Medievalismo: Memória e Consumo nas Teatralidades Juvenis.Porto Alegre: Sulina, 2017.

**Contato do grupo:** profa**.** Mônica Rebecca Ferrari Nunes

**E-mail:** [monicarfnunes@espm.br](mailto:monicarfnunes@espm.br)

**COMUNICAÇÃO, LITERACIA DIGITAL E CONSUMO**

São contempladas pesquisas que privilegiem o campo do consumo midiático e digital para o mapeamento, análise e difusão de ações e competências no contexto de desordem informacional. Investiga os usos e apropriações da mídia no cotidiano para identificar: múltiplas formas de literacias nas ambiências digitais; lógicas algorítmicas no espaço digital; práticas socioculturais e cidadãs para o consumo midiático crítico e consciente; fenômenos da comunicação e consumo em diversos meios e plataformas tecnológicas e suas consequências na sociedade contemporânea.

**Contato do grupo:** profa.Egle Muller Spinelli

**E-mail:** [egle.spinelli@espm.br](mailto:egle.spinelli@espm.br)

**CONSUMO E MARCAS EM AMBIENTE INTERNACIONAL E REGIONAL**

Pesquisas destinadas a discutir, propor e desenvolver projetos acadêmicos e aplicados nas áreas de comportamento do consumidor e marcas em ambiente internacional, com enfoque nos temas: marcas regionais e globais, marca país, de região ou cidades, identidade, cultura e consumo. Tem sido realizadas publicações em âmbito internacional e nacional. Trabalhos recentes foram publicados no Journal of International Consumer Marketing, Brazilian Business Review dentre outros.

**Contato do grupo:** profas.Vivian Iara Strehlau e Thelma Valeria Rocha Rodrigues

**E-mail:** [vstrehlau@espm.br](mailto:vstrehlau@espm.br); [tvrocha@espm.br](mailto:tvrocha@espm.br)

**Website:** <http://www2.espm.br/programa-de-mestrado-e-doutorado-em-gestao-internacional-pmdgi>

**MÚLTIPLOS OLHARES SOBRE A UNIVERSIDADE: PESSOAS, TERRITÓRIOS E PROJETOS**

O propósito deste Grupo de Pesquisa é estudar a instituição universitária pública brasileira, compreendida como campo/espaço/tempo forjado nas/pelas disputas entre pessoas, poderes, projetos e saberes. Por meio da abordagem crítica e colaborativa, o Grupo prioriza investigações sobre a função social/política da universidade, a cultura própria do ser/estar/fazer na academia e suas inter-relações com a sociedade, bem como as ações, reações, percepções e sentidos/significados atribuídos a essa instituição por parte das pessoas que a constroem cotidianamente.

**Contato do grupo:** profa.Manolita Correia Lima

**E-mail:** [mclima@espm.br](mailto:mclima@espm.br)

**COMUNICAÇÃO DIGITAL, TECNOLOGIAS E CONECTIVIDADES (CTC)**

Destacamos as principais contribuições acadêmicas e também sociais pretendidas por esse grupo: - Construir uma discussão transversal e interdisciplinar que permita abordar as transformações econômicas constituídas pela revolução digital e suas reverberações sociais, políticas e culturais. -Contribuir para a discussão sobre aspectos regulatórios das práticas de produção-consumo constituídas no âmbito digital em torno a uma nova economia de bens coletivos ou compartilhados -Contribuir para a construção de dados que permitam a formulação de políticas públicas afins às tecnologias digitais e conectividades voltadas à redução das desigualdades social e em prol de uma maior inclusão social.

**Contato do grupo:** profa. Cristina Helena Pinto de Mello

**E-mail:** [chmello@espm.br](mailto:chmello@espm.br)

**CONSUMO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**

Os impactos do grupo de pesquisa Consumo e Transformação Digital (CDT) na sociedade concentram-se em (a) propor contribuições científicas relevantes e que elas subsidiem tanto a gestão de marketing nas organizações quanto as políticas públicas para o mercado, em especial na proteção dos consumidores mais vulneráveis; e (b) capacitar com as melhores práticas mercadológicas e difundir técnicas e ferramentas de gestão de marcas, consumo e de serviços para acelerar novos formatos de negócios em mercados físicos e também digitais, tais como: redes sociais, e-commerce, marketing via dispositivos móveis, electronic marketplace e canais emergentes de comunicação eletrônica.

**Contato do grupo:** prof. Evandro Luiz Lopes

**E-mail:** [evandro.lopes@espm.br](mailto:evandro.lopes@espm.br)

**AGRIFOOD & FRANCHISING**

Somos um Grupo fundado em 2010 que reúne pesquisadores, especialistas, profissionais e estudantes para análise e discussão de temas de fronteira e tendências nas áreas de alimentos, franchising, varejo e agronegócio. Está vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da ESPM-SP. No tema internacionalização de franquias foram gerados 5 livros, diversas dissertações e teses, bem como artigos em periódicos nacionais e internacionais. Desde 2010, há uma parceria com a Associação Brasileira de Franchising (ABF) e coleta bianual de dados no Expo Franchising consolidados nos livros verdes. No tema de Agronegócios e Alimentos, já foram realizadas produções bibliográficas tais como dissertações, teses, livros, capítulo de livros e artigos em periódicos nacionais e internacionais. O grupo lidera o tema de marketing do agronegócio e consumo de alimentos na divisão de Marketing do EnANPAD. Publicações e eventos acesse: <https://www.agrifoodfranchising.com/>

**Contato do grupo:** profa**.** Luciana Florêncio de Almeida

**E-mail:** [lflorencio@espm.br](mailto:lflorencio@espm.br)

**Website:** <https://www.agrifoodfranchising.com/>

**SENSE - COMUNICAÇÃO, CONSUMO, IMAGEM E EXPERIÊNCIA**

Promoção da Jornada Entre Estética e Política, em co-realização com o Grupo de pesquisa GEEECA (UFRB) e com o GP Estéticas, Políticas do corpo e Gêneros da Intercom. Publicação do livro "Comunicação, estética e política: epistemologias, problemas e pesquisas" (Appris, 2020).

**Contato do grupo:** profa.Gabriela Machado Ramos de Almeida

**E-mail:** [gabriela.almeida@gmail.com](mailto:gabriela.almeida@gmail.com)

**COMUNICAÇÃO, CONSUMO E ARTE**

O GP concentra suas investigações em práticas de consumo expressas em manifestações artísticas, como a literatura, o cinema, as artes plásticas, a música etc, e nas lógicas de produção da indústria criativa e artística. Busca igualmente discutir questões atinentes à concepção da arte, sua produção e consumo e seus contornos em dimensão expandida - desdobramento advindo de sua gênese (toda arte é em algum grau contaminada por outra arte) - sempre na confluência com o campo da comunicação.

**Contato do grupo:** Prof. João Luís Anzanello Carrascoza

**E-mail:** [jcarrascoza@espm.br](mailto:jcarrascoza@espm.br)

**CONSUMO E MARCAS EM AMBIENTE INTERNACIONAL E REGIONAL**

Pesquisas destinadas a discutir, propor e desenvolver projetos acadêmicos e aplicados nas áreas de comportamento do consumidor e marcas em ambiente internacional, com enfoque nos temas: marcas regionais e globais, marca país, de região ou cidades, identidade, cultura e consumo. Tem sido realizadas publicações em âmbito internacional e nacional. Trabalhos recentes foram publicados no Journal of International Consumer Marketing, Brazilian Business Review dentre outros.

**Contato do grupo:** profas.Vivian Iara Strehlau e Thelma Valeria Rocha Rodrigues

**E-mail:** [vstrehlau@espm.br](mailto:vstrehlau@espm.br); [tvrocha@espm.br](mailto:tvrocha@espm.br)

**Website:** <http://www2.espm.br/programa-de-mestrado-e-doutorado-em-gestao-internacional-pmdgi>