

**DIRETORIA DE PESQUISA E
FORMAÇÃO CIENTÍFICA DA ESPM**

RELATÓRIO ANUAL 2010

**DIRETORIA DE PESQUISA E
FORMAÇÃO CIENTÍFICA DA ESPM**

RELATÓRIO ANUAL 2010

Sumário

6	Diretoria
8	Diretoria e Departamentos
16	Publicações
16	Artigos em veículos peer-reviewed
19	Livros
19	Capítulos de livros
21	Projetos de Pesquisa
25	Projetos Técnicos
26	Estudos de Caso
34	Artigos em magazines
38	Bolsas e Financiamentos
38	Recebidos
39	Concedidos
40	Programas de Mestrado
40	PPGCOM
40	Entrantes 2010-2011
40	Alunos Regulares 2010
40	Formandos 2010
41	Dissertações
42	PMGI
42	Entrantes 2010-2011
42	Alunos Regulares 2010
43	Eventos realizados
47	Professores e executivos convidados
48	Editoração (livros publicados por nós)
49	Presença na mídia
64	A ESPM

Diretoria

DIRETOR-PRESIDENTE

José Roberto Whitaker Penteado Filho

VICE PRESIDENTE E DIRETOR DE MARKETING E NOVOS NEGÓCIOS

Hiran Castello Branco

DIRETOR ACADÊMICO

Alexandre Gracioso

DIRETOR DE PESQUISA E FORMAÇÃO CIENTÍFICA

Marcos Amatucci

STAFF DA DIRETORIA

Liliane Matias de Almeida Brazil – Assistente da Diretoria de Pesquisa e Formação Científica

Mari Mitsuru Nishimura – Assistente de Relações Governamentais

Gisele Jordão – Gestora de Relacionamento com Iniciativa Privada

PROFESSORES DO PPGCOM

Gisela Grangeiro da Silva Castro – Coordenadora

Isabel Orofino

João Luiz Anzanello Carrascoza

Marcia Perencin Tondato

Maria Aparecida Baccega

Rosamaria Luiza de Melo Rocha

Tania Marcia Cesar Hoff

Vander Casaqui

PROFESSORES DO PMGI

Eduardo Eugênio Spers

Felipe Mendes Borini

Frederico Araujo Turolla

George Bedinelli Rossi

Ilan Avrichir

Júlio César Bastos de Figueiredo

Manolita Correia Lima

Marcos Amatucci – Coordenador

Mateus Canniatti Ponchio

Thelma Valéria Rocha

Vivian Lara Strehlau

SECRETARIA ACADÊMICA

Expedita Andrade Serra Sanches – Secretária Acadêmica
Rossana Orte André – Secretária Assistente
Jocileide Andrade Marques de Melo – Auxiliar de Secretaria

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM (CAEPM)

Lívia Barbosa – Diretora de Pesquisa
Ricardo Zagallo Camargo – Diretor Executivo
Júlio Cesar B. de Figueiredo – Coordenador de Pesquisa
Manolita Correia Lima – Coordenadora de Pesquisa
Marcello Montore – Coordenador de Pesquisa
Mariângela Toaldo – Coordenadora de Pesquisa
Rose Melo Rocha – Coordenadora de Pesquisa
Veranise Dubeaux – Coordenadora de Pesquisa
Berenice Valencio de Araujo Ferreira – Assistente
Igor Nunes Abreu – Estagiário
Paola Mazzilli – Estagiária
Armando Strotemberg – Conselho Consultivo
Carlos Figueiredo – Conselho Consultivo
Fátima Jordão – Conselho Consultivo
Ivan Santo Barbosa – Conselho Consultivo
Lívia Barbosa – Conselho Consultivo
Roberto DaMatta – Conselho Consultivo

INSTITUTO CULTURAL

Mario Chamie – Diretor
Paula Semidamore de Bem – Assistente Administrativo
Nilma Marli de Jesus – Supervisora
Nayara Dornelles de Oliveira – Auxiliar de Biblioteca
Thais Kanamaru – Estagiária
Carlos Eduardo de Campos Filho – Coordenador de Acervo Digital
Anibal Júnior – Assistente de Audiovisual

CENTRAL DE CASES ESPM

Ivan Pinto – Diretor
Rosilene Moraes Alves Marcelino – Redatora

Diretoria e Departamentos

Diretoria de Pesquisa e Formação Científica (DPFC)

Formada em 2010 pelo presidente José Roberto Whitaker Penteado, a Diretoria de Pesquisa e Formação Científica representa a consolidação da ESPM como uma escola produtora de conhecimento. Agrega os Programas de Mestrado, a Central de Casos, o nosso Centro de Altos Estudos e o Instituto Cultural. Sua missão primordial é levar a escola à condição de universidade de pesquisa, de relevância e impacto social reconhecidos nacional e internacionalmente.

A produção da Diretoria de Pesquisa envolve relatórios de pesquisa, publicações de artigos científicos, de artigos para magazines, livros e capítulos de livros científicos, livros de expressão cultural, eventos e trabalhos técnicos – além da formação de mestres em Comunicação e em Administração. A Diretoria de Pesquisa, através de suas pesquisas, de seus executivos e de seus professores tem expressiva presença midiática, elevando o prestígio da marca ESPM e levando o conhecimento produzido para um público mais amplo.

Financiamento de atividades de produção de conhecimento

O CAEPM, capitaneado pelos Drs. Livia Barbosa e Ricardo Zagallo, já contava com iniciativas de sucesso em termos de buscar financiamento privado para pesquisas e trabalhos científicos em parceria com associações de classe.

Em 2010, não obstante, a Diretoria de Pesquisa como um todo deu passos importantes no sentido de profissionalizar a captação de recursos para financiamento de suas atividades.

A primeira iniciativa foi sensibilizar os executivos para a necessidade de buscar recursos de financiamento logo no nascedouro dos projetos. Essa atividade foi incorporada, por exemplo, no processo de realização de eventos, em sua reformulação pelo GGP (Grupo de Gerenciamento de Processos, v. à frente); e modelos de documentos e projetos foram criados no sentido de incorporar atividades de Marketing e Comunicação para o cliente patrocinador, mostrando de maneira clara e detalhada o orçamento do projeto e as atividades que engloba. Essa iniciativa será levada para as atividades de editoração, produção de casos, pesquisa e ensino científico.

A segunda iniciativa foi a criação de uma posição de Relacionamento com o Governo, ocupada por Mari Nishimura, profissional experiente em captação de fundos de organismos governamentais. Através da Mari já conseguimos um financiamento PAEP, de apoio a eventos, para trazer o professor Roberto Igarza, da Universidade Austral da Argentina, para o VIII Simpósio em Comunicação e Práticas de Consumo. Conseguimos também a aprovação de seis bolsas PROSUP de mestrado para alunos dispensados de mensalidade pela escola, 100% do que pedimos.

A terceira iniciativa foi incorporar a consultoria de Gisele Jordão, da 3d3, para o desenvolvimento de relacionamentos com as empresas no sentido da criação de parcerias mais duradouras com a escola. Gisele tem longa experiência com projetos patrocinados e incentivados pela Lei Rouanet, possuindo capital de relacionamentos na esfera privada e junto ao MinC. Esta iniciativa está em fase de criação, organização e documentação desses relacionamentos para a escola.

Cabe reconhecer que, além das iniciativas próprias da Diretoria de Pesquisa, a Diretoria Corporativa e a Diretoria de Marketing, sensíveis aos nossos esforços, têm também tomado para si a tarefa de buscar parcerias com a iniciativa privada para o desenvolvimento de nossos projetos.

Entretanto, a principal conquista da ESPM na área de *funding* tem sido o aprendizado nessa área, em que a escola possui muito pouca tradição. Esse aprendizado gerará frutos mais concretos no futuro, aliviando os centros de lucro de parte considerável do custo da pesquisa, e melhorando a relação de aproveitamento de suas externalidades positivas.

Programa de Mestrado em Gestão Internacional (PMGI)

O mestrado em Gestão Internacional veio atender à lacuna de pesquisas e formação de pessoal especializado na área internacional, lacuna esta que cresce exponencialmente com a internacionalização das empresas brasileiras.

Até o presente, este é o único mestrado acadêmico exclusivamente voltado a esta área, e veio atender a uma demanda presente e futura de formação de professores que prepararão os gestores das nossas multinacionais, bem como de produção de conhecimento nessa área nova e bastante cara para o país.

Os dez professores do programa estão divididos em duas linhas de pesquisa, Estratégia Internacional e Marketing Internacional. A primeira abriga pesquisas sobre a estratégia de internacionalização e sobre a gestão estratégica das empresas multinacionais. A segunda envolve pesquisas sobre a gestão de Marketing e o comportamento do consumidor no âmbito internacional.

O PMGI conta com uma publicação acadêmica eletrônica, que é a revista Internext, qualificada pela CAPES como B5, e presente em diversas bases de dados nacionais e latino-americanas. A revista é de consulta livre e pode ser acessada em <http://internext.espm.br>.

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM)

O Mestrado Comunicação e Práticas de Consumo ESPM é um Programa de Pós-Graduação *stricto sensu*, centrado na articulação entre os estudos da comunicação e da mídia com os estudos dos processos e práticas de consumo. O programa é voltado preferencialmente aos interessados em estudos acadêmicos, divididos em duas linhas de pesquisa: a) Impactos socioculturais da comunicação orientada para o mercado – esta linha de pesquisa estuda os diversos impactos da comunicação e do consumo no cotidiano, contemplando reflexões sobre recepção, audiências, educação, ética e estética; e b) Estratégias de comunicação e produção de mensagens midiáticas voltadas às práticas de consumo – esta linha de pesquisa estuda as condições de produção da comunicação e suas relações com os processos de consumo que caracterizam a sociedade contemporânea.

O PPGCOM conta com uma publicação acadêmica, a revista Comunicação, Mídia e Consumo, com versões em papel e eletrônica (<http://revistacmc.espm.br>), qualificada pela CAPES com o nível B1.



Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM)

O Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM) criado em 2005, tem como objetivo promover a geração de conhecimentos de fronteira e orientados para a inovação. Caracteriza-se pela integração da reflexão teórica e prática e pela busca de relações éticas e enriquecedoras com o mercado, a academia e a sociedade.

Com foco nas áreas de Comunicação, Gestão, Consumo e Design, as atividades realizadas pelo CAEPM estão divididas em duas dimensões: produção de conhecimento (pesquisas de vanguarda e estados-da-arte), e difusão de conhecimento (eventos, professores visitantes e publicações)

Central de Cases ESPM (CCE)

A Central de Cases ESPM tem como objetivo promover o método do caso como uma ferramenta de ensino e aprendizado nos cursos de graduação e pós-graduação da Escola, com casos apropriados para cada nível e para cada disciplina.

Desde 1999, a área reúne casos referentes às áreas de conhecimento da escola. São histórias compiladas por professores e pesquisadores da ESPM e de outras instituições que colocam o estudante em contato com os desafios enfrentados pelas empresas nas áreas de administração, marketing, comunicação, design e relações internacionais, recriando e antecipando os principais problemas vividos por executivos no dia-a-dia profissional.

A ESPM disponibiliza os casos livremente para a sociedade no endereço eletrônico www.espm.br/centraldecases. Montam hoje um acervo de mais de 240 casos disponíveis para download.

ESPM Media Lab

Sob a coordenação do Dr. Vinícius Andrade, que já opera o Pan Media Lab do Rio de Janeiro, o laboratório está sendo expandido para São Paulo com a parceria de importantes empresas interessadas em desenvolver conhecimento nas áreas de Novas Mídias, Mídias Sociais e Multissensorialismo.

Instituto Cultural (IC)

O Instituto Cultural ESPM é um núcleo de memória ativa que coleciona, organiza, conserva e revitaliza toda a sua documentação de materiais e fontes de consulta que, na ESPM, tenham vínculos históricos e culturais com as áreas de Comunicação, Propaganda e Marketing.

Seus objetivos envolvem promover pesquisas, produzir e difundir atividades e serviços que contribuam para a consolidação de um repertório de conhecimentos técnicos, culturalmente úteis para a melhor qualificação da aprendizagem e da formação acadêmicas de alunos, professores e interessados em geral no cultivo e prática de Propaganda e Marketing.

A escola tem orgulho de ter Mário Chamie à frente de seu Instituto Cultural.

Centro de Referência sobre Liberdade de Expressão

O Centro de Referência sobre Liberdade de Expressão é a primeira biblioteca brasileira especializada na liberdade de expressão em suas mais variadas manifestações – artística, política, religiosa, etc. – porém com foco na comunicação publicitária.

O Centro surge de uma parceria entre o Conar – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária e a ESPM, que assim estão contribuindo para garantir o cumprimento de uma prerrogativa constitucional de todos os brasileiros.

No Brasil, foi apenas com a Constituição de 1988 que os brasileiros reconquistaram a garantia expressa de liberdade de expressão. Muitas vezes a censura ou a aplicação de restrições à comunicação publicitária são vistas com simpatia por parcelas significativas da população. Pessoas que defendem os ideais democráticos, mas que, muitas vezes, não percebem que ao estimular o uso da censura – ou da força – contra a propaganda, a sociedade se desguarnece diante de outros ataques futuros a muitos outros valores tão arduamente conquistados.

Grupo de Gerenciamento de Processos (GGP)

O Grupo de Gerenciamento de Processos é um grupo de trabalho interdepartamentos que foi criado para ajudar a unificar os processos, procedimentos, eventos e documentos da Diretoria de Pesquisa. Formada a partir da junção de departamentos diferentes, com histórias, idades e culturas diferentes, a diretoria tem um caminho de consolidação de práticas e cultura pela frente, fundamentais para a agir de maneira coesa e maximizar seu impacto na sociedade.

O primeiro trabalho do GGP foi a melhoria do processo de eventos. A padronização e otimização desse processo é importante devido à quantidade de eventos produzidos pelos departamentos que compõem a diretoria – e todos eles produzem eventos.

O grupo mapeou o processo “como é”; trabalhou objetivos e padrões de qualidade para um novo processo, e redesenhou o processo (“como deveria ser”). No caminho a equipe adquiriu e aprendeu a utilizar o software Visio, para mapeamento de processos.

As próximas etapas, em andamento, são o detalhamento dos subprocessos e o desenho dos documentos e formulários necessários ao funcionamento do novo processo.

A seguir os subprocessos em redesenho, os documentos que serão elaborados e os mapas de processos produzidos pelo grupo: Mapa do Processo de Eventos “Como deveria ser” e “Como é”.

Lista de Subprocessos a serem detalhados

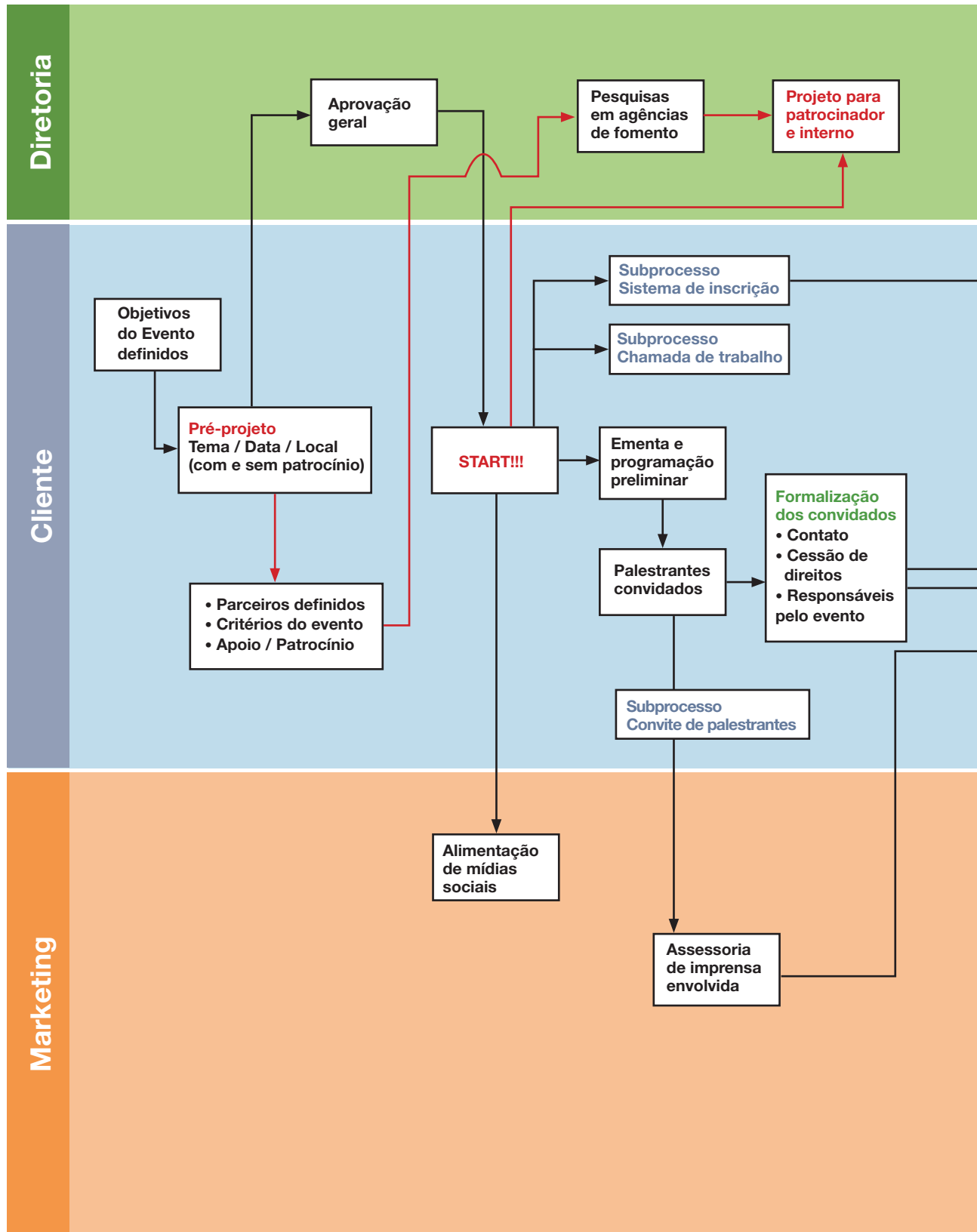
1. Sistema de inscrição
2. Chamada de trabalhos
3. Detalhes convite palestrantes (contratos / cessão de direitos)
4. Publicação (captação / som / áudio / vídeo / transcrição)

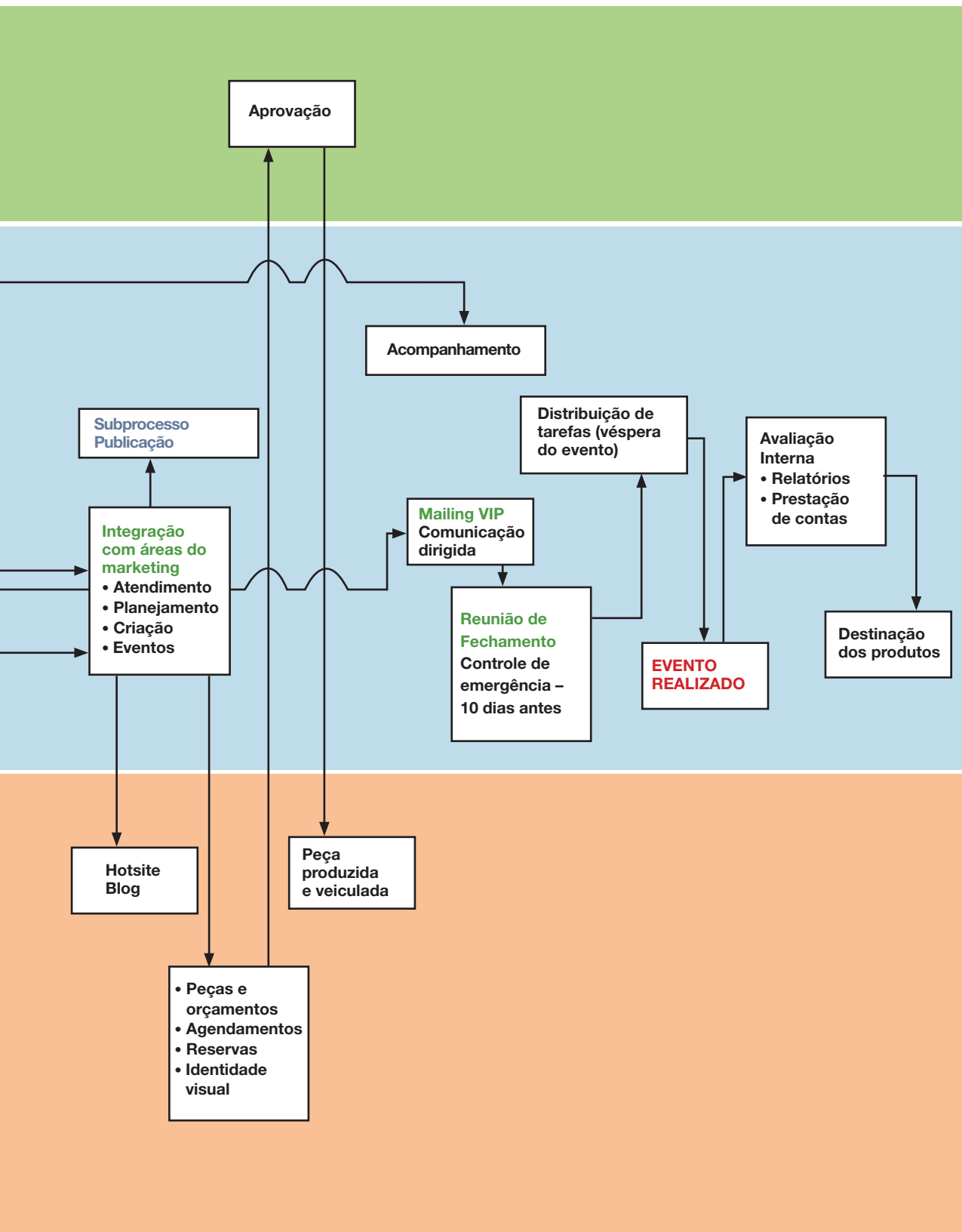
Lista de modelos e documentos a serem desenhados

1. Pré projeto
2. Projeto patrocinador
3. Planos de mkt para patrocinador
4. Modelo contrato palestrante pago
5. Cessão de direitos (autoral, imagem, som, etc)
6. Relatório final
7. Banco de dados – público
8. Banco de dados fornecedores
9. Calendário de eventos DPFC

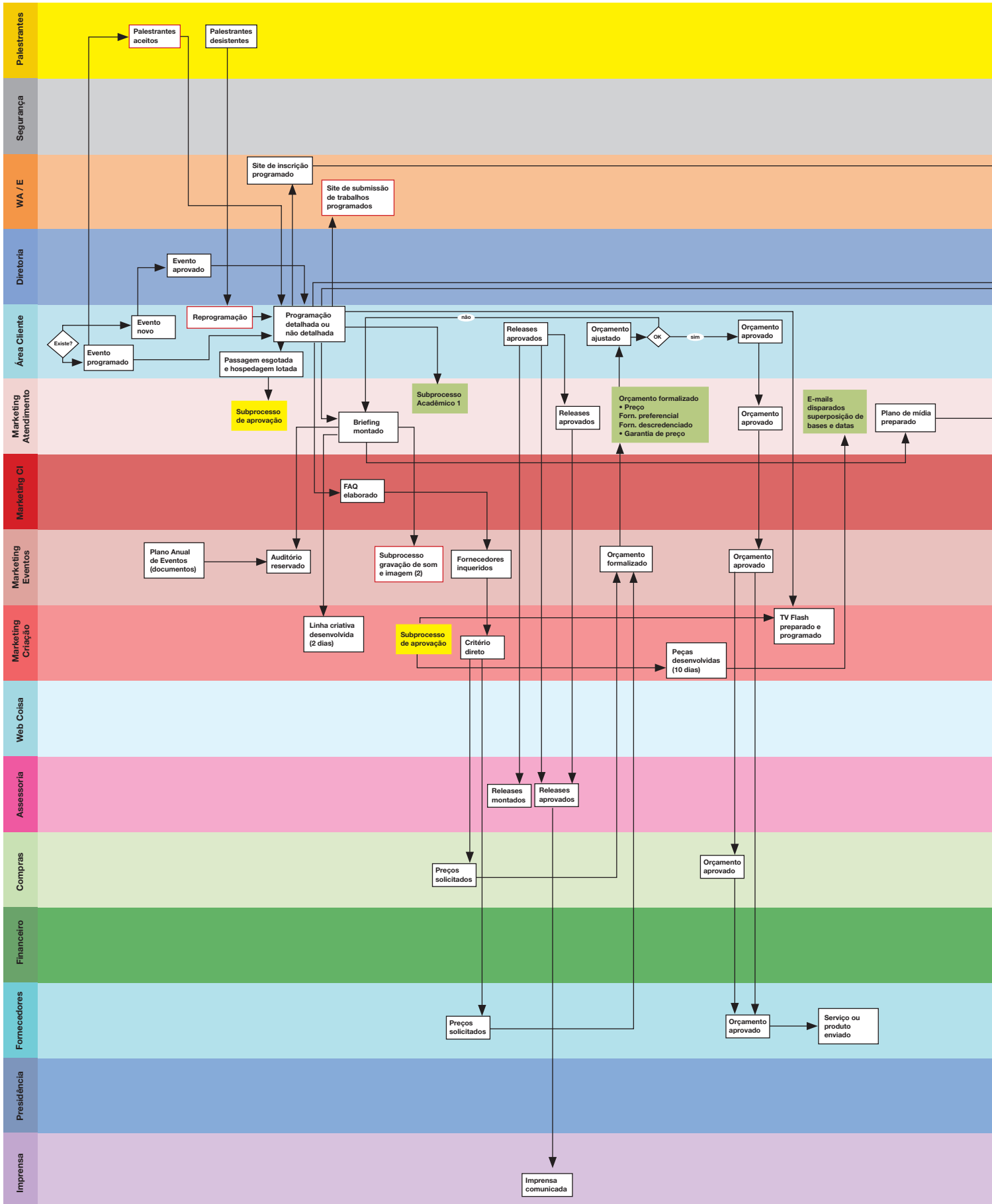


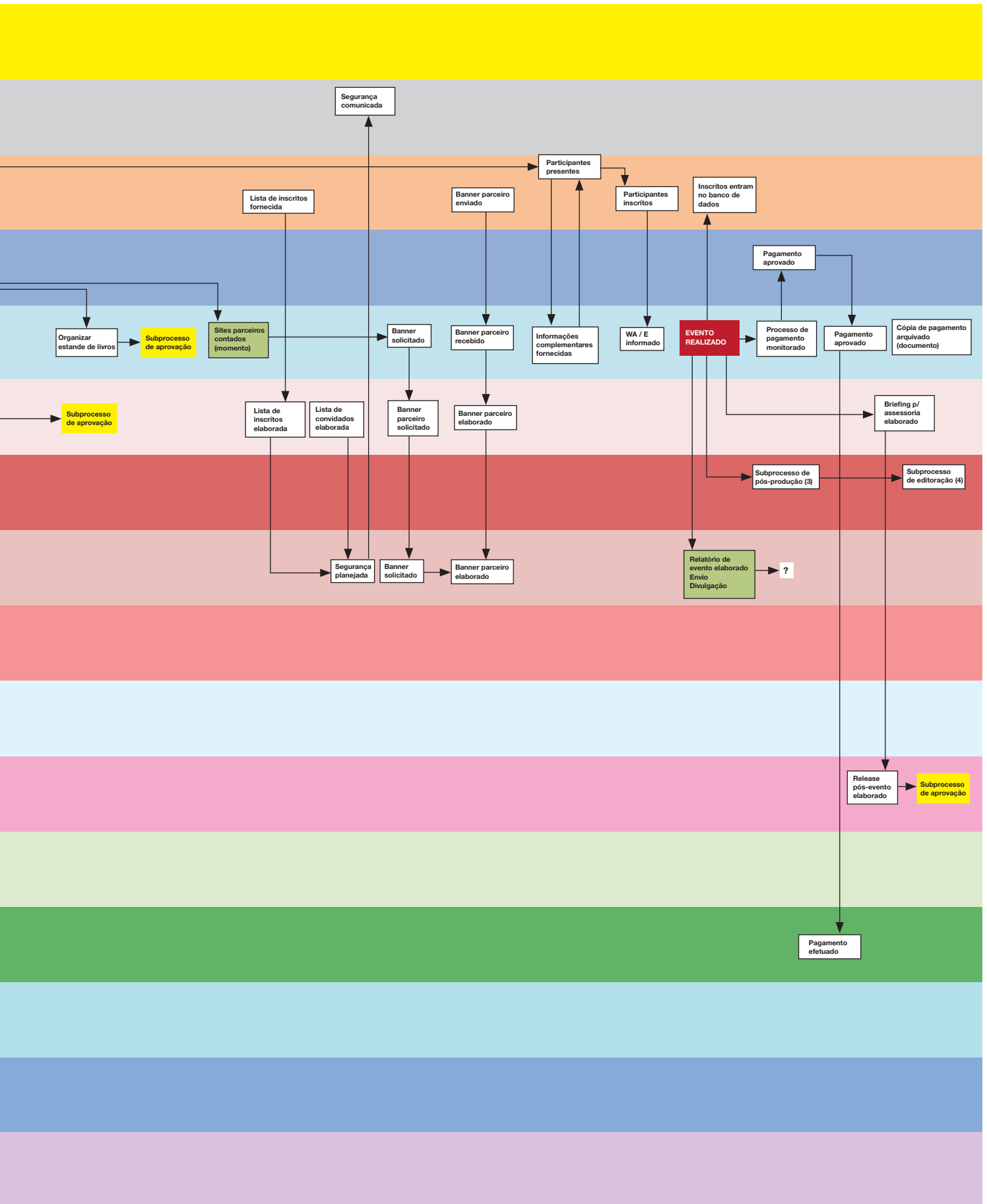
Mapa de Processo de Eventos - como deveria ser





Mapa de Processo de Eventos - como é





Publicações

Artigos em veículos *peer-reviewed*

Em 2010 foram publicados 40 artigos em veículos peer-reviewed

AMATUCCI, M.

Diferenças entre Firstmovers e Late Movers na capacitação para o desenvolvimento de produtos na indústria automobilística.

Revista de Administração e Inovação, v. 7, nº 4, pp. 1-22, 2010.

AMATUCCI, M.

The future of international business. As a study field.

Internext (São Paulo), v. 5, nº5, p. 1-32, jan/jun 2010.

AMATUCCI, M.; SPERS, E. E.

The Brazilian biofuel alternative.

International Journal of Automotive Technology and Management, v. 10, p. 37, 2010.

BACHA, M. L.; STREHLAU, V. I.; VIEIRA, L. D.

Compra de lingerie por mulheres: uma proposta de segmentação baseada em arquétipos.

Revista Brasileira de Marketing, v.9, p. 66-91, 2010.

BACCEGA, M. A.

Comunicação/educação: relações com o consumo. Importância para a constituição da cidadania.

Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v.7, p.49 - 66, 2010.

BARBOSA, L.

Food and sociability on the contemporary Brazilian Plate

Etnografica, Volume 14, numero 3, outubro de 2010.

BELLATO, L.L.N.; LIMA, M. C.

Desafios e oportunidades para as marcas da era digital: estudo de caso da campanha Barack Obama.

Revista Brasileira de Pesquisa de Marketing Opinião e Mídia, v. 4, p. 8-16, 2010.

BERGAMO, F. V. M. ; PONCHIO, M. C. ; ZAMBALDI, F. ; GIULIANI, A. C. ; SPERS, E. E.

De prospect a aluno: fatores influenciadores da escolha de uma instituição de ensino superior.

Base (UNISINOS), v. 7, p. 182-193, 2010.

BORINI, F. M.; FLEURY, M. T. L.

O desenvolvimento de competências organizacionais em diferentes modelos gerenciais de subsidiárias de empresas multinacionais brasileiras.

Revista de Administração Contemporânea (Impresso), v. 14, p. 575-593, 2010.

BORINI, F. M.; FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. C.

Transferência, desenvolvimento e reconhecimento de competências organizacionais em subsidiárias de empresas multinacionais brasileiras.

Economia Global e Gestão, v. 14, p. 31-54, 2010.

BRAGATO, I. R.; SPERS, E. E.;

CORREA, D. A.; SIQUEIRA, E. S.

Responsabilidade social e o gerenciamento de ações sociais: um estudo comparativo no setor sucroalcooleiro.

REAd. Revista Eletrônica de Administração, v.16, p.1-27, 2010.

CARRASCOZA, J. L. A.

Narrativas literárias: retextualizações para o estudo do discurso publicitário.

Conexiones. Revista Iberoamericana de Comunicación, v.2, p.41 - 50, 2010.

CARRASCOZA, J. L. A.

Proceso creativo y ready-made en la publicidad.

Icono 14, v.2, p.2-136 - 2-147, 2010.

CASAQUI, V.

Mr. Hulot e a desconstrução da mitologia do automóvel: uma análise de Trafic, de Jacques Tati.

Comunicacao e Educação (USP), v.1, p.93 - 102, 2010.

CASAQUI, V.

Elos invisíveis do discurso midiático na campanha “Brasil Presença” do Bradesco.

Conexiones – Revista Iberoamericana de Comunicación, v.2, p.65 – 76, 2010.

CASTRO, G.G.S, MASTROCOLA, V.

Breve discussão sobre o envolvimento das redes sociais em Lost.

Revista Eco-Pós, v.13, p.80 – 96, 2010.

FIGUEIREDO, J. C. B.

Uso de modelos de dinâmica de sistemas aplicados ao ensino da teoria das restrições.

Alcance (UNIVALI), v. 18, p. 19-31, 2010.

FRANCISCO, E.; FAGUNDES, E. B.;

PONCHIO, M. C.; ZAMBALDI, F.

Development of an Indicator of propensity to energy commercial losses using geospatial statistical techniques and socio-economic data: the case of AES Eletropaulo.

RAM – Revista de Administração Mackenzie, v. 11, p. 178-197, 2010.

GIAO, P. R.; BORINI, F. M.;

OLIVEIRA Jr, M. M.

The Influence of technology on the performance of brazilian call centers.

Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação (Online), v. 7, p. 335-352, 2010.

LIMA, M. C.

La internacionalización de la industria de la educación: el caso australiano.

Calidad en la Educación, v. 32, p. 169-204, 2010.

LIMA, M. C.; RIEGEL, V.

Motivações da mobilidade acadêmica entre estudantes do curso de administração.

Guavira Letras, v. 1, p. 180-199, 2010.

LIMA, M. F. F.; TUROLLA, F. A.

Internacionalização&sustentabilidade.

GV Executivo, v. 9, p. 1-1, 2010.

MELLO, P. R.; BORINI, F. M.; MONTEIRO, J.; CIPOLLA, J. H. M.

Entrepreneurial strategies and the use of strategic implementation mechanisms: A survey of micro and small entrepreneurs.

Future Studies Research Journal, v. 2, p. 137-154, 2010.

OROFINO, M.I.R.

Communication Power - Resenha.

Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v. 7, p. 213-218, 2010.

OROFINO, M.I.R.

O melodrama como gênero jornalístico: um olhar sobre o caso Isabella Nardoni.

Comunicacao e Educacao (USP), v. 15, p. 95-104, 2010.

PIMENTEL, J. T.; TUROLLA, F. A.

Dívida pública brasileira: características estruturais e tendências recentes.

Textos para Discussão (Instituto de Economia Agrícola), v. 1, p. 1-20, 2010.

PISCOPO, M.R.; BORINI, F. M.;

OLIVEIRA Jr, M. M.

Strategies focused on value net: an analysis of event production companies.

Revista Ibero-Americana de Estratégia, v. 9, p. 96-125, 2010.

RIBEIRO, F. C.; BORINI, F. M.

Desinvestimento nos processos de internacionalização: o caso petrobrás.

Revista Administração em Diálogo, v. 12, p. 20-42, 2010.

ROCHA, R. M.

Políticas de visibilidade como fatos de afecção: que ética para as visibilidades?.

Revista FAMECOS (Online). , v.1, p.1 - , 2010.



ROCHA, R. M.

**Seriam coletivos os indivíduos?
Ética, estética e ações juvenis.**

MSG Revista de Comunicação e Cultura, v.01,
p.01 - , 2010.

ROCHA, R. M.. PORTUGAL, D. B.

**Aesthetization of violence
and contemporary cinema:
death meets sensuality.**

Ghrebh-. , v.1, p.1 - , 2010.

ROCHA, R. M.

**Cenários e práticas comunicacionais
emergentes na América Latina: reflexões
sobre culturas juvenis, mídia e consumo.**

Rumores (USP). , v.1, p.1 - , 2010.

ROCHA, T. V.; CHERUBINI, T. K.;
FUHRER, C. F.; KATAYAMA, N. H.

**A construção da lealdade e imagem de
marca no setor de telefonia móvel.**

Revista de Administração da UNIMEP, v. 8, p.
180-199, 2010.

SANTOS, M. J. M.; SPERS, E. E. ;
PONCHIO, M. C.; ROCHA, T. V.

**Heurísticas no consumo de serviços de
educação superior.**

Revista Brasileira de Marketing – REMark, v. 9,
p. 36-61, 2010.

SPERS, E. E.

**Decisões de mercado: atributos e vieses.
Estudos ESPM.**

Revista Marketing (São Paulo), abril 2010 n.
447, ano 43, p. 47-53, 2010.

STREHLAU, V. I.; CLARO, D. P.;
LABAN NETO, S. A.

**Em busca da identificação de valores
regionais: subsídios para discussão de
estratégias mercadológicas.**

Revista de Administração (FEA-USP), v. 45, p.
116-129, 2010.

TANGERINO, D. P. C.

**Juventudes na América Latina: uma
leitura de processos comunicacionais
articulados a práticas de consumo.**

Entremeios, v. 6, p. 516-529, 2009.

TONDATO, M. P.

**Projetos experimentais, projetos
integrados e agências experimentais:
novas práticas pedagógicas no ensino
de Comunicação.**

Comunicacao e Educacao (USP). ,
v.2, p.115 - 124, 2010.

TUROLLA, F. A.; CONGER, R. O. ;
MONTEIRO, E. R.

**Grau de desenvolvimento,
ambiente macroeconômico e geografia:
uma análise da posição brasileira em
investimentos diretos.**

Economia & Gestão, v. 10, p. 45-66, 2010.

TUROLLA, F. A.; GABRIELLI, M. F.

Estádios para 2014.

GV Executivo, v. 9, p. 14-17, 2010.

Livros

Em 2010 foram publicados 5 livros

BACHA, M. L.; SANTOS, J. F. S.; STREHLAU, V. I.

A comparative overview of leisure time and third age people in AB and CD social classes in São Paulo: a study on habits, attitudes and psychographic profile.

1. ed. São Paulo: , 2010. v. 1. 97 p.

CAEPM (org)

Arenas da comunicação com o mercado: articulações entre consumo, entretenimento e cultura.

1ª ed. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2010.

ROCHA, R. M.

Sobre o medo, a coragem e as inscrições midiáticas do terror

Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2010.

ROCHA, T. V.; GOLDSHIMIDT, A.

Gestão dos stakeholders - Como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse.

São Paulo: Saraiva, 2010. v. 01. 252 p.

TOALDO, M., M.; SILVA, I., S.

Publicitários + anunciantes. A dinâmica de uma relação complexa.

Porto Alegre: Entremeios, 2010.

Capítulos de livros

Em 2010 foram publicados 24 capítulos de livros

BACCEGA, M. A.

Reflexões sobre as relações comunicação/educação e consumo

In: Comunicação Cultura e Juventude ed. São Paulo: INTERCOM, 2010, p. 433-446.

BACCEGA, M. A., BUDAG, F.

Representações em Rebelde e recepção de Rebelde: o global e o local na comunicação e no consumo

In: Arenas da comunicação com o mercado: articulações entre consumo, entretenimento e cultura. 1 ed. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2010, p. 233-248.

BARBOSA, L.

Os donos e as donas da cozinha.

In : Freitas, E. Gênero e Trabalho. São Paulo, 2010.

BARBOSA, L.

As Tendências da Alimentação.

In Brasil Food Trends 2020. São Paulo, FIESP/ITAL,2010.

BORELLI, S. H. S., ROCHA, R. M.,

OLIVEIRA, R. C. A.,

RANGEL, L. H. V., LARA, M.

Jovens urbanos, ações estético-culturais e novas práticas políticas: estado da arte (1960-2000)

In: Jóvenes, cultura y política en América Latina: algunos trayectos de sus relaciones, experiencias y lecturas 1960-2000 ed. Rosario - Argentina : Homo Sapiens Ediciones, 2010, p. 293-324.

BORINI, F. M..

As estratégias das subsidiárias brasileiras no exterior.

In: Afonso Fleury. (Org.). Gestão Empresarial para a Internacionalização das Empresas Brasileiras. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2010, v. 1, p. 83-100.



**BORINI, F. M.; FLEURY, M. T. L.;
FLEURY, A. C.; OLIVEIRA Jr, M. M. .**

Performance e internacionalização das empresas brasileiras.

In: Moacir de Miranda Oliveira Junior. (Org.). Multinationais Brasileiras. 1 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010, v. 1, p. 111-126.

CARRASCOZA, J. L. A.

Definições

In: A USP e a invenção da propaganda. 40 anos depois. 1 ed. São Paulo: Fundac, 2010, p. 73-73.

CASAQUI, V.

Images of work for consumption: factory's representations in ideological propaganda and advertising (no prelo)

In: Consumer Culture in Latin America. 15 ed. Queensland - Austrália : University of Queensland, 2010.

**GAVIÃO, P. D. ; SIQUEIRA, E. S;
SPERS, E. E.**

Tomada de decisão do gestor e a responsabilidade sócio ambiental: o caso do setor têxtil.

In: Valéria Rueda Elias Spers; Elisabete Stradiotto Siqueira. (Org.). Tomada de decisão do gestor e a responsabilidade sócio ambiental: o caso do setor têxtil. Itu: Ottoni, 2010, v. 1, p. -.

GIRARDELLO, G.; OROFINO, M.I.R.

A pesquisa de recepção com crianças: mídia, cultura e cotidiano.

In: Gilka Girardello; Monica Fantim. (Org.). Práticas culturais e consumo de mídias entre crianças. 1 ed. Florianópolis: Núcleo de Publicações - CED/UFSC, 2010, v. 1, p. 23-46.

**HELENA, L. A.; SPERS, E. E.;
GRAZIANO, G. O.**

A formação do futuro gestor: como a responsabilidade social corporativa é entendida e aplicada.

In: Valéria Rueda Elias Spers; Elisabete Stradiotto Siqueira. (Org.). Responsabilidade social: conceitos, experiências e pesquisas. Itu: Ottoni, 2010, v. 1, p. -.

**KAGOHARA, M. S.; SPERS, E. E.;
SPERS, V. R. E.**

Preferência do consumidor sobre os atributos da responsabilidade sócio-ambiental.

In: Valéria Rueda Elias Spers; Elisabete Stradiotto Siqueira. (Org.). Responsabilidade social: conceitos, experiências e pesquisas. Itu: Ottoni, 2010, v. 1, p. -.

**MORAES, P. J.; SPERS, E. E.;
SPERS, V. R. E.; SIQUEIRA, E. S.**

A motivação da mulher e sua atuação no empreendedorismo social.

In: Valéria Rueda Elias Spers; Elisabete Stradiotto Siqueira. (Org.). Responsabilidade social: conceitos, experiências e pesquisas. : , 2010, v. , p. -.

OLIVEIRA Jr, M.M.; BORINI, F. M.

Estratégias e mecanismos para a transferência de conhecimento nas multinacionais brasileiras.

In: Afonso Fleury. (Org.). Gestão Empresarial para a Internacionalização das Empresas Brasileiras. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2010, v. 1, p. 61-82.

OROFINO, M.I.R.

Comunicação e mídias no Município que Educa.

In: Paulo Roberto Padilha, Sheila Ceccon, Priscila Ramalho. (Org.). Município que educa: múltiplos olhares. 1 ed. São Paulo: EdL, 2010, v. 1, p. 77- 89.

ROCHA, R. M.

Saber Crítico e Rupturas Metodológicas: Comunicação e Pluralidades

In: Ensaio sobre a condição humana. (no prelo). Recife : a definir, 2010.

ROCHA, T. V.; GOLDSCHMIDT, A.

Gestão dos stakeholders para a construção de vantagem competitiva.

In: Thelma Rocha; Andrea Goldschmidt. (Org.). Gestão dos Stakeholders - Como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse. São Paulo: Saraiva, 2010, v. 01, p. 05-26.

ROCHA, T. V.; GOLDSCHMIDT, A.

Introdução.

In: Thelma Rocha e Andrea Goldschmidt. (Org.). Gestão dos Stakeholders - Como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse. São Paulo: Saraiva, 2010, v. 01, p. 01-04.

ROCHA, T.; GOLDSCHMIDT, A.

Relacionamento com os consumidores e clientes.

In: Thelma Rocha; Andrea Goldschmidt. (Org.). Gestão dos Stakeholders - Como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse. São Paulo: Saraiva, 2010, v. 01, p. 111-140.

SCARPIM, E. P.; SPERS, E. E.;

GALLI, L. C. L. A..

Empreendedor social: existem diferenças entre o privado, público e do terceiro setor.

In: Valéria Rueda Elias Spers; Elisabete Stradiotto Siqueira. (Org.). Responsabilidade social: conceitos, experiências e pesquisas. : , 2010, v. 1, p. -.

SPERS, E. E.; BEGIATO, G. F.

Agregando valor em frutas: o caso Suemi.

In: Marcos Fava Neves; Luciano Thomé e Castro. (Org.). Agricultura integrada: inserindo pequenos produtores de maneira sustentável em modernas cadeias produtivas. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2010, v. 1, p. 121-128.

TUROLLA, F. A.

Brazil 1994-96.

In: Odekun, M. (Org.). Booms and busts: An Encyclopedia of Economic History from Tulipmania of the 1630s to the Global Financial Crisis of the 21st Century. 1 ed.: M. E. Sharpe (Sharpe Reference), 2010, v. 1, p. 1-1.

TUROLLA, F. A..

Financiamento dos serviços de saneamento.

In: Carolina Mota. (Org.). Saneamento Básico no Brasil: Aspectos Jurídicos da Lei 11.445/07. 1 ed. São Paulo: Quartier Latin, 2010, v. 1, p. 113-126.

Projetos de Pesquisa

Em 2010 foram desenvolvidos 46 projetos de pesquisa

AMATUCCI, M.

Estudos de Inovação e Internacionalização da Indústria Automotiva

Situação: em andamento.

ANDRADE, V.; HECKSHER, A.

A Cauda Longa da Propaganda na TV Digital.

Objetivo: Como objetivo principal o projeto de pesquisa estudará um conjunto específico de transformações plausíveis da linguagem e da cadeia publicitária, dentro do novo sistema digital para a TV aberta, a partir da implementação de uma tecnologia capaz de promover propaganda segmentada na TV digital aberta, desenvolvida pela empresa de telecomunicação Peta5.

Situação: concluído.

AVRICHIR, I.

Competitividade de indústrias brasileiras

Situação: em andamento.

BACCEGA, M. A.

Concepções e práticas de consumo na ficção televisiva: a construção das representações nas narrativas das diferentes plataformas e a presença dessa diversidade na cena sócio-midiática

Situação: em andamento.

BACCEGA, M. A.

A PUBLICIDADE NO FEMININO: A RECEPÇÃO COMO SUPORTE DAS RELAÇÕES ENTRE COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO.

Situação: em andamento.

BARBOSA, L.;

Núcleo de Agronegócios da ESPM Percepções preliminares sobre o agronegócio

Situação: em andamento.



BARBOSA, L.;

Parceria externa: Toledo Associados

Consumo, Sustentabilidade cidadania

Objetivo I: Avaliar o conhecimento e a compreensão do jovem brasileiro de diferentes segmentos de renda sobre questões de sustentabilidade, da relação entre ação política, consumo e cidadania.

Objetivo II: Identificar perfis de consumidores no que se relaciona ao consumo ético e sustentável.

Objetivo III: Analisar os dados no contexto das teorias contemporâneas sobre consumo, cidadania e ação política.

Situação: concluído (1ª etapa).

BARBOSA, L.;

Parceria externa: Toledo Associados

Hábitos Alimentares Brasileiros II

Objetivo I: Dar seqüência ao estudo realizado em 2006 sobre os hábitos alimentares brasileiros focando nessa oportunidade nas refeições fora de casa. É importante observar que essa será a primeira pesquisa dessa amplitude no Brasil sobre esse tema.

Objetivo II: Identificar perfis de consumidores de refeições fora de casa

Obter informações que não constam da POF/IBGE.

Situação: em andamento.

BARBOSA L.; BORINI, F. M.;

ROCHA, T. V.; SPERS, E.E.

ABF: O Processo de Internacionalização do Franchising Brasileiro

Objetivo I: Entender do ponto de vista da estratégia e do marketing o processo de internacionalização do franchising brasileiro.

Objetivo II: Mapear o perfil do franqueador brasileiro.

Situação: concluído.

BARBOSA, L.; DUBEUX, V.; KAMLOT, D.

Marcas e Juventude

(Dossiê do Projeto Jovem)

Objetivo I: Aprofundar o conhecimento sobre o consumo de determinados produtos entre os jovens de 17 a 29 anos, relacionando-o ao peso das marcas nas respectivas categorias de produto.

Objetivo II: Testar hipóteses consagradas na literatura de marcas para o segmento jovem brasileiro.

Situação: em andamento.

BARBOSA, L.; DUBEUX, V.; LIMA, M. C.;

PACHECO, J.; BAGGIOTTO, A. L.

Faça História com a Sua História

Acompanhamento longitudinal e aprofundado de um grupo de alunos selecionados entre os entrantes do ano de 2008 nos três campi da ESPM. O projeto que entra em 2011 no seu quarto ano, focaliza a passagem pela Escola e os primeiros anos após a formatura, por meio de entrevistas e registros em foto e vídeo. Busca compreender os processos de mudança de valores e comportamentos. Integra as pesquisas agrupadas no âmbito do Núcleo de Estudos da Juventude.

Situação: em andamento.

BARROS, C.

Circuitos Tecnológicos nas Camadas Populares: um estudo sobre práticas e fluxos de consumo.

Objetivo: O objetivo principal do projeto é o de mapear circuitos tecnológicos, especialmente os relacionados aos usos de computadores e celulares, no universo social das camadas populares. Trata-se de compreender os sentidos e as lógicas criados no “trânsito” entre os diversos objetos tecnológicos investigados.

Situação: concluído.

BORINI, F. M.

A Internacionalização das Franquias Brasileiras

Situação: em andamento.

BORINI, F. M.

Estratégia e Inovação em Subsidiárias Estrangeiras

Situação: em andamento.

CARRASCOZA, J. A.

Concepções e práticas de consumo na ficção televisiva: a construção das representações nas narrativas das diferentes plataformas e a presença dessa diversidade na cena sócio-midiática

Situação: em andamento.

CARRASCOZA, J. A.

Retórica publicitária, consumo e ficção

Situação: em andamento.

CASAQUI, V.

Concepções e práticas de consumo na ficção televisiva: a construção das representações nas narrativas das diferentes plataformas e a presença dessa diversidade na cena sócio-midiática (título provisório)

Situação: em andamento.

CASAQUI, V.

As representações do mundo do trabalho na comunicação publicitária

Situação: em andamento.

CASTRO, G.

Comunicação, consumo e entretenimento na cibercultura

Situação: em andamento.

CASTRO, G.

Concepções e práticas de consumo na ficção televisiva: a construção das representações nas narrativas das diferentes plataformas e a presença dessa diversidade na cena sócio-midiática

Situação: em andamento.

COELHO, J. A.; CASTANHEIRA, J. C.

Identidades sonoras para gestão de marcas: modelos de audibilidade no cenário midiático contemporâneo.

Objetivo: O objetivo principal desta pesquisa é investigar os processos de construção de marcas sonoras em dois níveis. Um nível nacional, compreendendo as diferenças culturais entre cada uma de nossas regiões; e um nível internacional, em que procuraremos demonstrar o grau de universalidade e de particularidade nas relações entre grupos sociais específicos e diferentes sonoridades. Situação: em andamento.

FIGUEIREDO, J. C. B.

Modelos de Difusão de novos produtos baseados em simulação computacional: uma aplicação para a indústria de motocicletas no Brasil.

Objetivo: Este projeto tem como objetivo desenvolver um conjunto de modelos matemáticos e de simulação computacional voltados para o estudo e previsão dos ciclos de difusão de marcas e modelos de motocicletas comercializadas no Brasil. É também objetivo do trabalho a elaboração de uma análise comparativa do processo de difusão de diferentes marcas e modelos de motocicletas, observando quais mecanismos de difusão, inovação ou contaminação social, são mais impactantes na comercialização dos diversos modelos e marcas. Situação: em andamento.

FIGUEIREDO, J. C. B.

Estudos em Modelagem e Simulação Empresarial

Situação: em andamento.

HOFF, T. M. C.

A comunicação publicitária e suas estratégias: consumo e representações da diferença

Situação: em andamento.



HOFF, T. M. C.

Concepções e práticas de consumo na ficção televisiva: a construção das representações nas narrativas das diferentes plataformas e a presença dessa diversidade na cena sócio-midiática

Situação: em andamento.

HOFF, T. M. C.

Representações de corpo e consumo da diferença: comunicação midiática e resistência

Situação: em andamento.

LIMA, M. F. F.; TUROLLA, F. A..

O Brasil em relação aos critérios de convergência da UE. 2010.

TUROLLA, F. A..

World Investment Report 2011 Brainstorming Meeting. 2010.

LIMA, M. C.

A Internacionalização da Educação Superior: o papel da universidade no processo de integração regional

Objetivo: Entender até que ponto a Universidade, enquanto instituição de educação superior, pode influir para o processo de integração regional, de caráter internacional.

Situação: em andamento.

LIMA, M. C.

Internacionalização da Educação Superior: A gestão da mobilidade

Situação: em andamento.

OROFINO, I.

CONCEPÇÕES E PRÁTICAS DE CONSUMO NA FICÇÃO TELEVISIVA

Situação: em andamento.

OROFINO, I.

MÍDIA, CRIANÇAS E CONSUMO DE TECNOLOGIAS

Situação: em andamento.

OROFINO, I.

CONSUMO, MÍDIAS E REFLEXIVIDADE: RECEPÇÃO E PRODUÇÃO DE WEB SÉRIES NA INTERNET

Situação: em andamento.

PONCHIO, M. C.

Comportamento do Consumidor da Base da Pirâmide

Situação: em andamento.

ROCHA, T. V.; BORINI, F. M.; SPERS, E.E.

A internacionalização das franquias brasileiras. 2010.

Situação: concluído.

ROCHA, T. V.

Gestão de Marketing no Contexto Internacional

Situação: em andamento.

ROCHA, T. V.

Fatores condicionantes da autonomia para inovar nas atividades de marketing em subsidiárias de multinacionais no Brasil

Objetivo: Analisar os fatores condicionantes da autonomia para inovar nas atividades de marketing em subsidiárias de multinacionais atuantes no Brasil.

ROSSI, G. B.

O efeito da interatividade na memória explícita do consumidor em marketing

Situação: em andamento.

SPERS, E. E.

Caracterização do marketing ambiental no Brasil

Situação: em andamento.

SPERS, E. E.

Marketing em Agronegócios e Varejo

Situação: em andamento.

STREHLAU, V. I.

Comportamento do consumidor: identidade, cultura e consumo

Situação: em andamento.

TONDATO, M. P.

Impactos do consumo na construção da identidade feminina: uma análise dos hábitos de consumo da mulher e a importância desta na disseminação das práticas de consumo

Situação: em andamento.

TONDATO, M. P.

Concepções e práticas de consumo na ficção televisiva: a construção das representações nas narrativas das diferentes plataformas e a presença dessa diversidade na cena sócio-midiática (título provisório)

Situação: em andamento.

TUROLLA, F. A.; GABRIELLI, M. F.; OHIRA, T. H. ; LIMA, M. F. F. .

Análise econômico-financeira dos projetos de parceria público-privada. 2010.

TUROLLA, F. A.; OHIRA, T. H.; LIMA, M. F. F. ; DIETRICH, J. L..

Estudo de viabilidade econômico-financeira das concessões da Companhia. 2010.

TUROLLA, F. A.

Título do projeto: **Análise econômica dos investimentos diretos internacionais em infraestrutura**

Situação: em andamento.

Projetos Técnicos

Em 2010 foram realizados 2 projetos técnicos

CAMARGO, R. Z.; LAMARDO, R.

Rede do Conhecimento ESPM

Objetivo: Desenvolver e implementar um sistema de busca, indexação e distribuição do conhecimento gerado na ESPM. Propõe a criação de uma estrutura de base semântica que interligue bases de conhecimento internas e externas, oferecendo como interface uma tela de consulta no site da ESPM, onde será possível acessar por palavras-chave quais professores, alunos, ex-alunos, e colaboradores, cursos, publicações, departamentos, núcleos e redes sociais orbitam em torno de determinado assunto ou campo do conhecimento.

Situação: em andamento.

PONTE, M. T.; CAMARGO, R. Z.; DINIZ, M. (ABAP)

Indicadores de Sustentabilidade para agências de comunicação

Parceria externa: ABAP

Objetivo: Desenvolver um conjunto de indicadores que funcionem como ferramenta de gestão para agências de publicidade e permitam futuramente a elaboração de relatório dentro de padrões internacionais relativos aos impactos socioambientais. Funciona como projeto piloto para o desenvolvimento posterior de indicadores para a Indústria da Comunicação.

Situação: em andamento.



Estudos de Caso

*Em 2010 foram desenvolvidos
50 estudos de caso*

AVANCINI, J.

Colaboração: SOUZA, A.;
BUTIER, L. R.; SALING, R

Sport Club Internacional: 100 anos, 100 mil sócios

2010-ESPM-RS-CEXE-196 – Caso

Com uma abordagem do contexto histórico do Clube, este caso apresenta as dificuldades enfrentadas pelo Sport Club Internacional diante do desafio de atingir 100 mil sócios no ano de seu centenário.

Foco: Marketing de relacionamento

BEDENDO, M. H.

TAM: a diferenciação como estratégia de sobrevivência

2010-ESPM- SP-CEXE-207 – Caso

Conta a trajetória da TAM de forte crescimento, que levou a companhia, fundada em 1961, a obter cerca de 20% do mercado brasileiro de aviação civil em 2000 e, finalmente, à liderança absoluta desse mercado em 2007, em que atingiu mais de 50% de participação. Este caso focaliza a diferenciação como estratégia de sobrevivência.

Foco: Estratégia

BRONER, D. A.; BEDENDO, M. H.

AES Brasil: a marca como agente de mudança

2010-ESPM- SP-CHAR-012 – Caso

2010-ESPM- SP-NE-012 – Notas de Ensino
Relata como as sete empresas da AES Brasil passaram por um processo de reestruturação por meio de um projeto de branding que propôs inicialmente a transformação da organização pela atitude de seus colaboradores.

Foco: Marca

BORN, A. M. H.

Fabiano Gomes - Centro de Cultura e bem-estar

2010-ESPM- RS-CEXE-087 – Caso

Revela a trajetória da escola de Yôga Fabiano Gomes, localizada no bairro Moinhos de Vento, em Porto Alegre. Inicialmente apresenta os cinco anos de Fabiano Gomes antes da escola de Yôga, o mercado de Yôga no Brasil e o método DeRose. O caso ainda destaca algumas decisões fundamentais no processo de construção da marca, focada no mercado de luxo e o desenvolvimento desde a inauguração da escola aos dias atuais.

Foco: Serviços

BORN, R.

Malvadeza Pub

2010-ESPM-RS-CHAR-129–Caso

2010-ESPM- RS-NE-129 – Notas de Ensino

É um caso sobre um pequeno negócio que, diferentemente da maioria dos empreendimentos no Brasil, conseguiu superar os primeiros anos de atividade de maneira lucrativa e harmônica entre os sócios. Contando com atendimento dos proprietários, larga carta de cervejas que inclui produtos de fabricação própria e pizzas gourmet, o bar realiza um desempenho satisfatório, na avaliação de seus donos, mas que oferece possibilidades quando observadas as oportunidades existentes.

Foco: Estratégia

BORN, R.

O sorvete de Luíza

2010-ESPM-RS-CHAR-158–Caso

2010-ESPM- RS-NE-158 – Notas de Ensino

Narra a situação real enfrentada por uma ex-aluna de Administração da ESPM – RS, que resolveu investir na fabricação de sorvetes artesanais. A empreendedora realizou os investimentos e contratou as consultorias necessárias para iniciar suas atividades. No entanto, surgem questionamentos e problemas que necessitam de soluções.

Foco: Empreendedorismo

BORN, A. M. H. B.; BORN, R.

Vossa: um novo modelo de negócio na Comunicação

2010-ESPM-RS-CEXE-230 – Caso
Apresenta a trajetória da Vossa, empresa que atua nos mercados de comunicação e de estratégia. Criado por Carlos Gerdau Johannpeter, após deixar a direção do Grupo Gerdau, o negócio se apresenta com um posicionamento que pretende se diferenciar da concorrência das agências tradicionais. Para tanto, adota o conceito de “alinhamento estratégico” em suas práticas, inovação que trouxe desafios relatados neste caso.

Foco: Empreendedorismo

BORN, A. M. H.

Tecpol: a importância do salto do calçado feminino para uma empresa de poliuretano

2010-ESPM- RS-CEXE-210 – Caso
O poliuretano é um material que possui versatilidade de utilização, mas ainda pouco explorado no Brasil. Mara e Hamilton, no entanto, perceberam o potencial desse componente para diversas aplicações e essencialmente para o produto taco para calçados femininos. Sendo assim, em abril de 2006, inauguraram, em Campo Bom (RS), a TECPOL – Tecnologia em Poliuretano. Portanto, este caso revela a trajetória desses dois empreendedores, as decisões tomadas, os obstáculos vencidos e os futuros desafios do negócio.

Foco: Empreendedorismo

COELHO, J. A.; SIQUEIRA, R.

ABRH-RJ

2010-ESPM- RJ-CHAR-007 – Caso
2010-ESPM- RJ-NE-007 – Notas de Ensino
Descreve o modelo de gestão da ABRH-RJ, sob a presidência de Leyla Nascimento, durante o período de 2007-2009. Discute-se o modelo de gestão que agregou uma equipe de voluntários, formada por respeitados executivos, em torno de uma visão de futuro para a ABRH-RJ e o cumprimento de sua Missão.

Foco: Gestão de pessoas

KAMLOT, D.; DEBEUX, V. J. C.

Castelinho Móveis e Decorações Infantis

2010-ESPM- RJ-CEXE-049 – Caso
Tendo em vista as transformações ocorridas no mercado moveleiro nacional nos últimos tempos, a mais antiga loja de móveis infantis do Estado do Rio de Janeiro, a Castelinho, demonstra a necessidade de uma estratégia dinâmica e de compreender detalhadamente os desejos e necessidades de seus clientes, para não perdê-los para a concorrência.

Foco: Varejo

KAMLOT, D.

Enjoy: análise do composto varejista no setor de moda feminina

2010-ESPM- RJ-CEXE-080 – Caso
Tem como base o composto varejista de marketing, também conhecido como os “Seis Ps do Marketing de Varejo. Explora, além do histórico da empresa e seu desenvolvimento, o mercado da moda e a atuação da Enjoy, bem como os principais atributos do composto de varejo existentes na estratégia adotada pela empresa.

Foco: Varejo

KAMLOT, D.; DUBEUX, V. J. C.

Ferrero Rocher

2010-ESPM- RJ-CEXE-089 – Caso
Tem como foco a análise do composto de marketing desse produto de sucesso, e aborda, para ampliação do conhecimento a respeito do produto, resultados de pesquisa realizada em campo sobre a frequência do consumo, as ocasiões de consumo e critérios de escolha do produto por parte de seus consumidores.

Foco: Marketing estratégico



MARCELINO, R. M. A.

Ceratti: o processo de sucessão da terceira para a quarta geração

2010-ESPM- SP-CEXE-043 – Caso
Estatísticas mundiais apontam que somente 60% dos empreendimentos familiares conseguem atingir a 2ª geração e, destes, somente 30% atingem a 3ª geração. Este caso mostra como a Ceratti contrariou a estatística.
Foco: Gestão de empresa familiar

MASTROCOLA, V. M.

E-commerce como ferramenta de vendas

2010-ESPM- SP-CEXE-FIC-075 – Caso
Este caso fictício traz as principais características do e-commerce, a importância de ampliar um canal de vendas físico para a internet e discute as possibilidades de como divulgar esse tipo de serviço usando como apoio outras plataformas oferecidas pela web.
Foco: E-commerce

MANZIONE, S.

Fundação Abrinq: como aumentar a captação e atingir metas ambiciosas

2010-ESPM-SP-CHAR-093–Caso
2010-ESPM-SP-NE-093–Notas de Ensino
Uma atividade de cunho social exige atenção a diversos fatores. A busca por se atingir metas sociais é intuito de muitas pessoas e organizações. Atingir essas metas requer uma boa escolha de projetos, aplicar da melhor forma os recursos que são dados aos cuidados de uma organização. Como fazer empresas e pessoas se motivarem a fazer doações à Fundação Abrinq é o desafio proposto por este caso.
Foco: Marketing

MANZIONE, S.

Fundação Abrinq: uma marca a ser lembrada

2010-ESPM-SP-CHAR-094–Caso
2010-ESPM- SP-NE-094 – Notas de Ensino
Apresenta a acirrada concorrência por verbas para projetos e mostra o desafio da Fundação Abrinq para ser lembrada e ter uma posição conhecida.
Foco: Marca

MANZIONE, S.

Fundação Abrinq: o desafio de posicionar e comunicar

2010-ESPM-SP-CHAR-238–Caso
2010-ESPM- SP-NE-238 – Notas de Ensino
Lança aos estudantes o desafio de validar ou propor mudanças nos segmentos de atuação e no posicionamento estratégico da instituição.
Foco: Marketing

MANZIONE, S.

Fundação Abrinq: uma atuação global

2010-ESPM-SP-CHAR-239–Caso
2010-ESPM- SP-NE-239 – Notas de Ensino
Apresenta a cooperação iniciada em 2010 com a Save the Children e, com ela, as novas oportunidades que se descortinam, assim como novos (e grandes) desafios.
Foco: Marketing

MASTROCOLA, V. M.

Neon: possibilidades para comunicação on-line

2010-ESPM- RS-CEXE-147 – Caso
Apresenta uma empresa do interior de São Paulo, fabricante de discos de freio, discos de embreagem e platôs, especializada no ramo de veículos pesados (como caminhão e tratores). Através de um panorama mercadológico da empresa retratada, são colocadas aos estudantes algumas questões para análise, focalizando estratégias de comunicação (principalmente comunicação on-line), criatividade e de baixo custo.
Foco: Comunicação

MULLER, L. B.

STIHL: um processo de mudança

2010-ESPM-RS-CHAR-200–Caso
2010-ESPM- RS-NE-200 – Notas de Ensino
Relata o processo de profissionalização da gestão da STIHL no mundo e no Brasil e as conseqüentes mudanças ocorridas, tais como formas de relacionamento com a Matriz, perfil cultural da empresa, reposicionamento estratégico da área de Recursos Humanos, implantação do sistema lean Manufacturing, etc.
Foco: Gestão de pessoas

MURY, L. G.

Pincéis Atlas

2010-ESPM-RS-CEXE-177 – Caso
Aborda os esforços de um fabricante de ferramentas de pintura na busca por melhorias em seu processo de exportação, visando atender a um conservador e exigente mercado.
Foco: Negócios internacionais

MURY, L. G.

Madehouse: reflexos da oscilação cambial para o exportador brasileiro

2010-ESPM-RS-CEXE-128 – Caso
Aborda os esforços de um fabricante de cabos de madeira no Brasil para manter a viabilidade de suas exportações frente à queda na taxa de câmbio.
Foco: Negócios internacionais

PASSOS, A.

Colaboração: LOURENÇO, L. M. B.

Gafisa S/A: alternativas para crescer

2010-ESPM- SP-CEXE-097 – Caso
A Gafisa S/A é a terceira maior incorporadora de empreendimentos residenciais do País. Apesar de crescer a altíssimas taxas, o setor sofreu com o início da crise financeira e as empresas tiveram de desenvolver estratégias para superá-la. No caso da Gafisa, a alternativa foi comprar sua concorrente mineira, a Tenda, que possui foco no público de baixa renda. Dessa maneira, a empresa pôde recuperar o fôlego em termos de vendas.
Foco: Baixa renda

PAUTASSO, D.; NETTO, A. R. M.

WEG: desafios da Weg no mercado chinês

2010-ESPM-RS-CHAR-231 – Caso
2010-ESPM- RS-NE-231 – Notas de Ensino
Aborda os desafios de internacionalização da WEG no mercado chinês. Apresenta um histórico da dinâmica empresa originalmente de motores elétricos surgida em Jaraguá do Sul, Santa Catarina, e sugere alguns tópicos para reflexão acerca dos desafios a serem enfrentados para que esta empresa brasileira se consolide e amplie sua posição no mercado chinês.
Foco: Internacionalização

PAUTASSO, D.

Strada Shoe

2010-ESPM-RS-CEXE-201–Caso
Aborda o surgimento e o desenvolvimento da empresa Strada Shoe, bem como sobre a crise do setor calçadista brasileiro após a implantação da paridade cambial, concomitante à crescente competitividade da produção calçadista na Ásia Oriental.
Foco: Internacionalização

PAUTASSO, D.

Chery: o desafio da multinacional chinesa

2010-ESPM- RS-CEXE-045 – Caso
Aborda a entrada da multinacional chinesa Chery no mercado automotivo brasileiro. O caso reflete sobre a dinâmica e a transformação do setor automotivo brasileiro, a estratégia de entrada da Chery e os possíveis desdobramentos para as “gigantes” do setor.
Foco: Negócios internacionais

PEREIRA, M. L. A.; RIEGEL, V.

Pão de Açúcar Mais: o desafio do relacionamento

2010-ESPM-SP-CEXE-167 – Caso
Apresenta o processo para reformulação do programa Pão de Açúcar Mais e propõe algumas discussões sobre as estratégias de relacionamento e os principais fatores que podem ser analisados para atender ao desafio do relacionamento.
Foco: Marketing de relacionamento



PIASKOWY, M. S.

Vencendo barreiras

2010-ESPM- SP-CHAR-FIC-223 – Caso
2010-ESPM- SP-NE-223 – Notas de Ensino
Guilherme (personagem fictício) é um trader internacional do ramo de embalagens customizadas. Sua missão é negociar com o proprietário de uma empresa de massas da região de Genova, na Itália. Sabendo um pouco sobre o histórico da empresa (também fictícia) e os valores do cliente, Guilherme prepara sua estratégia de negociação.
Foco: Negócios internacionais

PIASKOWY, M. S.

Pé na areia

2010-ESPM-SP-CHAR-169 – Caso
2010-ESPM- SP-NE-169 – Notas de Ensino
Neste caso fictício, um jovem casal e dois filhos passam as férias em uma pousada da Ilha do Mel, litoral paranaense. As aventuras e desventuras dão margem à discussão sobre os valores e as expectativas sobre os serviços prestados.
Foco: Marketing de serviços

PIASKOWY, M. S.

O Processo de negociação: vendedor

2010-ESPM-SP-CHAR-FIC-157– Caso
2010-ESPM- SP-NE-157 – Notas de Ensino
A WWW Tecnologia, empresa (fictícia) especializada em desenvolvimento de software e consultoria em TI, deseja expandir sua área de atuação para o setor automotivo. A porta de entrada é a venda do software de CRM para uma rede de concessionárias. O problema está em alinhar o preço do produto com o nível de investimento que a indústria estabeleceu com base na performance dos softwares concorrentes.
Foco: Negociação

PIASKOWY, M. S.

O Processo de negociação: comprador

2010-ESPM-SP-CHAR-FIC-155–Caso
2010-ESPM- SP-NE-155 – Notas de Ensino
A ABC CAR é uma tradicional rede de concessionárias (fictícia) de veículos que atua nas regiões Sul e Sudeste. O Grupo possui uma grande carteira de clientes, mas pouco controle sobre ela. Para melhorar a performance da concessionária e desenvolver programas de marketing mais agressivos nas áreas de vendas e pós-vendas, a empresa pretende investir em um software com um módulo integrado de CRM. O problema é que o melhor fornecedor comercializa o produto 20% acima do valor do mercado. A verba para TI é pequena e a ABC quer comprar a melhor solução pelo menor preço possível.
Foco: Negociação

PIASKOWY, M. S.

O plano de marketing

2010-ESPM-SP-CHAR-FIC-156–Caso
2010-ESPM- SP-NE-156 – Notas de Ensino
Uma empresa (fictícia) de cosméticos, em fase de expansão para o mercado internacional, desenvolve um processo de seleção de trainees com a finalidade de localizar talentos que assumam futuramente o cargo de Gerente de Produto. Para saber se os candidatos têm suficiente embasamento em Marketing para enfrentar as realidades do mercado, a empresa decide incluir no processo seletivo, o desenvolvimento de um Plano de Marketing.
Foco: Marketing

PIASKOWY, M. S.

O paraíso da ilha

2010-ESPM-SP-CHAR-FIC-154–Caso
2010-ESPM- SP-NE-154 – Notas de Ensino
Este caso fictício fala sobre um jovem empresário que adquire uma pousada na Ilha do Mel e agora busca formas de se diferenciar dos concorrentes e atrair turistas estrangeiros.
Foco: Marketing de serviços

PIASKOWY, M. S.**Exportação: uma pedra no sapato**

2010-ESPM- SP-CHAR-FIC-085 – Caso

2010-ESPM- SP-NE-FIC-085 – Notas de Ensino

ABCalçados é uma empresa (fictícia) gaúcha de fabricação de calçados para o segmento de luxo, com fábricas estabelecidas no sul e no nordeste do País. Com a entrada de produtos chineses, a empresa perdeu espaço no mercado norte-americano. Ainda assim, quer expandir as exportações para outros países. Para tanto, reúne uma equipe interna para reavaliar suas opções e estratégias.

Foco: Negócios internacionais

PIASKOWY, M. S.**Construindo uma marca**

2010-ESPM- SP-CHAR-FIC-055 – Caso

2010-ESPM- SP-NE-FIC-055 – Notas de Ensino

Este caso fictício apresenta a ABCDelícia, uma fábrica de chocolates que se desenvolveu no sul do País com muito sucesso. Para expandir os seus negócios ao restante do País, a empresa optou pelo modelo de franquias e agora enfrenta o desafio de transformar a marca conhecida regionalmente em um ícone no mercado nacional.

Foco: Marca

PIASKOWY, M. S.**Ciclo virtuoso versus ciclo vicioso**

2010-ESPM- SP-CHAR-FIC-046 – Caso

2010-ESPM- SP-NE-FIC-046 – Notas de Ensino

Este caso fictício relata as frustrações uma executiva de marketing trabalhando na rede de lojas de um supermercado pertencente à família. Contando com 12 lojas, os problemas constantes de turnover e a insatisfação do pessoal afetam a qualidade dos serviços prestados. Clientes insatisfeitos não retornam e os investimentos em marketing não são suficientes para atrair clientes novos.

Foco: Gestão de pessoas

PIASKOWY, M. S.**Ecochapa**

2010-ESPM-SP-CHAR-240–Caso

2010-ESPM- SP-NE-240 – Notas de Ensino

Um empresário da área metalúrgica desenvolveu um produto que permite assar carnes, aves e legumes dentro de casa, sem consumo de energia elétrica, sem fumaça e praticamente sem cheiro. Apesar da aprovação dos clientes, Paulo tem dificuldades para promover e vender o produto em volumes maiores.

Foco: Marketing

PIASKOWY, M. S.**Groupon: liderança em compras coletivas**

2010-ESPM-SP-CHAR-241–Caso

2010-ESPM- SP-NE-241 – Notas de Ensino

Apresenta o Groupon Inc., uma empresa de site de compras coletivas criada em 2008 por Andrew Manson, um jovem empresário de 29 anos. A empresa valorizou 3 bilhões de dólares em menos de dois anos. Atualmente, está presente em mais de 1.000 cidades, de 29 países, incluindo o Brasil. Sua operação local oferece ofertas diárias aos usuários cadastrados em seu sistema.

Foco: Marketing

PIASKOWY, M. S.**Hotel Dois Santos Ilha Bela**

2010-ESPM-SP-CHAR-242–Caso

2010-ESPM- SP-NE-242 – Notas de Ensino

Em outubro de 2010, o Grupo Dois Santos lançou um novo empreendimento no litoral norte paulista. Como estratégia de lançamento, utilizou um site de compras coletivas. A ação durou menos de 12 horas e o resort de luxo Dois Santos Ilhabela atingiu seus objetivos. Além da venda de 246 diárias, a apresentação do hotel Dois Santos Ilha Bela foi visto por mais de 2 milhões de pessoas. Com exceção dos descontos de 50% nas diárias, o grupo Dois Santos atingiu esse nível de exposição sem fazer qualquer outro investimento em campanhas de marketing, e ainda obteve uma receita inicial de mais de R\$ 40 mil.

Foco: Marketing



REIS, P.

Extreme Results: estratégias de comunicação para marketing multiníveis

2010-ESPM- RJ-CHAR- 092 – Caso

2010-ESPM- RJ-NE-FIC-092 – Notas de Ensino

O dilema deste caso refere-se a encontrar qual é a melhor estratégia de comunicação de marca, para médio e longo prazos, para uma empresa de pequeno porte operada exclusivamente por seus sócios.

Foco: Comunicação

ROTH, C. A.

Vista Skateboard Art

2010-ESPM-RS-CEXE-226 – Caso

Fala sobre a revista 'Vista Skateboard Art' e relata um problema vivido pela empresa: A decisão de continuar distribuindo a revista gratuitamente, sobrevivendo da venda de anúncios, ou passar a cobrar um valor por unidade comercializada para aumentar as receitas.

Foco: Estratégia

SALAINI, C. J.; MACHADO, R. P.

Coleção L&PM Pocket: desafios do mercado editorial brasileiro

2010-ESPM-RS-CHAR-126–Caso

2010-ESPM- RS-NE-126 – Notas de Ensino

Versa sobre a editora gaúcha L&PM, líder no mercado no setor de livros de bolso no Brasil. Apresenta o histórico da empresa desde a década de 1970 até os dias atuais, para entender o contexto em que emerge a Coleção L&PM Pocket. Além disso, discute o mercado editorial brasileiro e o impacto das novas tecnologias digitais sobre esse setor e mais especificadamente sobre o segmento de livros de bolso.

Foco: Marketing

SIQUEIRA, R.

Baixa renda e estratégia

2010-ESPM- RJ-CHAR-027 – Caso

2010-ESPM- RJ-NE-027 – Notas de Ensino

Discute as categorias de risco envolvidas no processo de decisão de compra para consumidores de baixa renda e suas implicações para a indústria e para o varejo. Convida os estudantes a elaborar recomendações gerenciais para as organizações que trabalham direta ou indiretamente com este segmento de mercado.

Foco: Baixa renda

SCHERER, F.

XP Investimentos

2010-ESPM-RS-CEXE-237 – Caso

Apresenta a trajetória de consolidação de uma das maiores corretoras de valores para pessoas físicas do Brasil, analisada pelo do viés da inovação, que desde a formação da empresa permeou a sua estratégia de negócio. Apresenta o cenário adverso do mercado de corretagem no qual a XP surgiu, o modelo de negócio inovador encontrado pela empresa para conquistar espaço e os diferentes tipos de inovações que caracterizam o perfil da empresa.

Foco: Inovação

SIQUEIRA, R.

Restaurante Fellini: gestão com pessoas

2010-ESPM-RJ-CHAR-184 – Caso

2010-ESPM- RJ-NE-184 – Notas de Ensino

Descreve o processo de gestão de pessoas do Restaurante Fellini. Suas principais políticas de gestão de pessoas são apresentadas assim como o impacto na percepção de qualidade do restaurante. Ao final, os desafios são abordados no que diz respeito ao futuro de uma empresa familiar.

Foco: Gestão de pessoas

TAVARES, M. F. F.

Colaboração: **TONETTE, R.; FISCHER, T. B.**

Natura – agregação de valor na castanha-do-Brasil: o caso da Natura Ekos

2010-ESPM-SP-CHAR-146 – Caso

2010-ESPM- SP-NE-146 – Notas de Ensino
Sabá – líder da Comunidade São Francisco do Iratapuru, localizada no meio da Floresta Amazônica, entre os Estados do Amapá e Pará – com um misto de simplicidade, dedicação e visão de futuro, apresentou aos autores deste caso o processo de extração da castanha. Desde os castanhais, passando pela secagem, retirada da casca, até chegar à venda do óleo vegetal para a Natura, empresa do setor cosmético. Neste caso, o estudante conhece a cadeia produtiva da castanha e a parceria entre a Natura e essa comunidade, resultando nos produtos sob a marca Natura Ekos.

Foco: Agronegócio

TAVARES, M. F. F.

Pós-Coco: agregação de valor na cadeia produtiva do coco verde

2010-ESPM-SP-CHAR-180–Caso

2010-ESPM- SP-NE-180 – Notas de Ensino
A Pós-Coco é uma empresa nova que atua na reciclagem de coco verde e que busca agregar valor desenvolvendo produtos sustentáveis, e ao atuar no reaproveitamento de resíduos sólidos pretende contribuir na questão do problema do lixo na cidade de São Paulo. Neste caso é mostrado um panorama da cadeia produtiva do coco verde e alguns dados do reaproveitamento de resíduos sólidos no Brasil.

Foco: Agronegócio

TUROLLA, F. A.; LIMA, M. F. F.

Acessa.com: vivendo a inovação

2010-ESPM- SP-CHAR-009 – Caso

2010-ESPM- SP-NE-009 – Notas de Ensino

Ilustra a identificação, por parte dos empreendedores, das oportunidades em nichos específicos no setor de telecomunicações. Destaca igualmente o produto VoIP em telefonia de uso público.

Foco: Inovação

VASCONCELLOS, A. P.

Hospital Veterinário Lorenzoni: a busca pela excelência na prestação de serviços de saúde veterinária

2010-ESPM- RS-CEXE-109 – Caso

O Hospital Veterinário Lorenzoni, pioneiro em Porto Alegre, se encontra numa fase de retomada de crescimento, após uma etapa difícil de troca de gestão e melhoria de aspectos internos. Entre os desafios nessa retomada, o principal e mais complexo está associado às dificuldades de alinhamento e engajamento da equipe em relação à visão estratégica e planos do sócio-diretor.

Foco: Serviços

VANTI, M. A. S.

Inovam Brasil

2010-ESPM- RS-CEXE-114 – Caso

Conta a história do processo de internacionalização da Inovam Brasil, uma indústria de óleos vegetais da Amazônia, que desde o seu primeiro ano de funcionamento, em 2006, já buscou se preparar para as exportações. Ao longo dos três últimos anos, algumas decisões importantes foram tomadas a fim de conquistar um espaço no mercado externo e melhorar o desempenho no mercado interno.

Foco: internacionalização



Artigos em magazines

*Em 2010 foram publicados
61 artigos em magazines*

ABRAÃO, M.A.P.

Um novo olhar para o consumo a partir das Telenovelas

Estudos ESPM, Revista Marketing (São Paulo), novembro 2010, n.454, ano 44, p.45-51, 2010.

AVRICHIR, I.

Compras Globais requerem planos bem detalhados

Valor, São Paulo, 30 nov. 2010.

AVRICHIR, I.

A literatura gerencial sobre cultura organizacional

Revista da ESPM, v. 17, p. 80-85, 2010.

BARBOSA, L.

Cultura nacional e cultura organizacional

Revista ESPM, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 76-79, mar/abr. 2010.

BELLATO, L. L. N.; LIMA, M. C.

Desafios e oportunidades para as marcas da era digital: estudo de caso da campanha de Barack Obama

Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião é Mídia, n. 4, março/2010, p. 8-16.

BERIMBAU, M.

AdvergAMES – Stage 1 – Da brincadeira à jogada publicitária

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), outubro 2010, n.453, ano 44, p.63-73, 2010.

BORINI, F.M.

Mecanismos de Transferência de Conhecimento Utilizados pelas Multinacionais Brasileiras

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), julho 2010, n.450, ano 43, p. 41-45, 2010.

BORINI, F. M., SANDINVISKI, A. L.

MULTINACIONAIS DO TERCEIRO SETOR: DISCUSSÕES E IMPLICAÇÕES PARA OS ESTUDOS DE ESTRATÉGIA INTERNACIONAL

eGesta (UNISANTOS). , v.6, p.140 - 168, 2010.

BORINI, F. M.

Mecanismos de transferência de conhecimento utilizados pelas multinacionais brasileiras

Marketing, São Paulo, p. 41 - 45, 01 jul. 2010.

CAMARGO, R. Z.

Agência de Publicidade Verbete.

São Paulo: Intercom, 2010.

Verbete Enciclopédia Intercom.

CAMARGO, R. Z.

Sustentabilidade: todos estão falando a mesma coisa?

Revista ESPM, São Paulo, v. 17, n. 1, p. 30-34, jan/fev. 2010.

CARRASCOZA, J. L. A.

A mulher que lia as pessoas

Jundiaí: Paco Editorial, 2010. Prefácio de Livro.

CARRASCOZA, J. L. A.

Comunicação e consumo

São Paulo: ESPM, 2010. Apresentação da Revista CMC.

CARRASCOZA, J. L. A.

Comunicação e educação

São Paulo: ESPM, 2010. Apresentação da Revista CMC.

CARRASCOZA, J. L. A.

Comunicação publicitária e consumo.

São Paulo: ESPM, 2010. Apresentação da Revista CMC.

CARRASCOZA, J. L. A.

Ensaio de estereótipos

São Paulo: Portal Editora, 2010. Prefácio Livro.

CARRASCOZA, J. L. A.

Estratégia de criação

Verbete. São Paulo: Intercom, 2010. Verbete Enciclopédia da Intercom.

CARRASCOZA, J. L. A.

Pais e filhos

Rio de Janeiro: Record, 2010.

Conto em antologia.

CASAQUI, V.

A comunicação viva da publicidade, plena de afetos e silêncios

Ensaio sobre comunicação e consumo - seção

Cápsulas para Consumo - blog PPGCom

ESPM. São Paulo: ESPM, 2010.

CASAQUI, V.

A publicidade da Brahma e a cena midiática da Copa do Mundo de 2010: como o “espírito guerreiro” foi parar no Uruguai

Ensaio sobre comunicação e consumo - seção

Cápsulas para Consumo - blog PPGCom

ESPM. São Paulo: ESPM, 2010.

CASAQUI, V.

Desejo de marcar, algo demasiadamente humano

Ensaio sobre comunicação e consumo - seção

Cápsulas para Consumo - blog PPGCom

ESPM. São Paulo: ESPM, 2010.

CASAQUI, V.

Esboços cartográficos: sobre carros, fotos e afetos

Ensaio sobre comunicação e consumo - seção

Cápsulas para Consumo - blog PPGCom

ESPM. São Paulo: ESPM, 2010.

CASAQUI, V.

O relógio de bolso de meu avô

Ensaio sobre comunicação e consumo - seção

Cápsulas para Consumo - blog PPGCom

ESPM. São Paulo: ESPM, 2010.

CASAQUI, V., CARRASCOZA, J. L. A.,

MENEZES, José Eugenio de Oliveira.

Os significados do trabalho e do consumo nas narrativas do eu: um estudo do

Projeto “Avon - Memória dos 50 anos de

Brasil, no Museu da Pessoa, 2010.

CASTRO, G.G.S., FREIRE FILHO, J.

Para repensar a felicidade nos dias atuais

Rio de Janeiro: FGV, 2010. Resenha crítica.

CASTRO, G.G.S., NIETO, M. P. D.

Periodismo digital en tiempo de crisis

Madri: Ariel, 2010. Resenha crítica.

CASTRO, G.G.S., SOVIK, L.

Aqui ninguém é branco

Rio de Janeiro: Aeroplano, 2010.

Resenha crítica.

CSILLAG, P.

Sintaxe da Linguagem Cromática:

Relacionando Estudos de Cor ao Modelo de Percepção Visual

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo),

janeiro 2010, n.444, ano 43, p. 43-52, 2010.

COSTA FILHO, J. R. M. G.;

MARGARIDO, M. A. ; TUROLLA, F. A.

Crédito, crise e pós-crise: previsão com séries temporais

Revista Tecnologia de Crédito, São Paulo-SP,

p. 8 - 23, 31 maio 2010.

FIGUEIREDO, J. C. B.; CRESCITELLI, E.

Estudando a comunicação integrada de marketing com o uso de mapas conceituais

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo),

junho 2010 n. 449, ano 43,

p. 43-50, 2010.

GARRINI, S. P. F.

Corpos sem gordura e com afeto.

As campanhas publicitárias contra

a ditadura da magreza

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo),

dezembro 2010, n.455, ano 44, p.107-118,

2010.

KISS, E.

Para que serve o design

Época Negócios, São Paulo, p. 76, 01 jul. 2010.

LEONARDI, E.; ROCHA, T. V..

Obrigado pela preferência

Revista Dirigida aos Profissionais da Saúde -

Especial MIPs, São Paulo, p. 26 - 27,

01 abr. 2010.



MASSETTI, R. F. .

Curso de Fotografia Básico

Publico Interno ESPM-RS. 2009.

MASSETTI, R. F.

Os usos e as estéticas da fotografia. 2010.

MONTEIRO, D. G.

Crise X Visibilidade X Capitalismo

2010 (Coluna no site da ABERJE).

MONTEIRO, D. G.

Eventos: tendência X realidade

2010 (Coluna no site da ABERJE).

MONTEIRO, D. G.

O que é “minha verdade”?

Existe mais de uma?

2010 (Coluna no site da ABERJE).

MONTEIRO, D. G.

Os comerciais de margarina estão mudando

2010 (Coluna no site da ABERJE).

MONTEIRO, D. G.

Sons de Verão

2010 (Coluna no site da ABERJE).

MONTEIRO, D. G.

Sons de Verão II

2010 (Coluna no site da ABERJE).

MONTEIRO, D. G.

Tenho medo de SAC!

2010 (Coluna no site da ABERJE).

MONTEIRO, D. G.

Você é especialista em algo?

2010 (Coluna no site da ABERJE).

MONTEIRO, D. G.

Você sabe mesmo o que é Relações Públicas?

Profissão de bastidor 2010

(Coluna no site da ABERJE).

OLIVEIRA, R. O.

Planejamento estratégico (Parte 4)

Revista Cães & Gatos, São Paulo, SP, p. 30 - 33, 01 jan. 2010.

PASSOS, A.

Longe da Nova Classe Média

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), março 2010, n.446, ano 43, p.55-65, 2010.

PORTUGAL, D.

O design só se preocupa com as aparências

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), agosto 2010, n.451, ano 43, p. 63-68, 2010.

ROCHA, R. M.

O ser coletivo como experiência (digital) da sociedade

Revista E SESCSP. São Paulo, p.39 - 41, 2010.

ROCHA, R. M.

Quando nos falta a palavra, sobre o que escrever? Vazio e excesso nas práticas de consumo

Comunicação e Consumo - seção Cápsulas para Consumo - blog PPGCom ESPM. São Paulo, 2010.

ROCHA, T. V.

Gestão dos públicos de interesse para construção de vantagem competitiva.

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), maio 2010, n.448, ano 43, p. 49-57, 2010.

SAITO, C. ET AL

As práticas de marketing nas empresas industriais do setor de alimentos

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), fevereiro 2010, n.445, ano 43, p. 41-47, 2010.

SPERS, E. E.

Decisões de mercado: atributos e vieses.

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), abril 2010, n.447, ano 43, p. 47-53, 2010.

TUROLLA, F. A..

A torcida pelo câmbio chinês

Portal iG - Economia, São Paulo-SP, p. 1 - 1, 25 jun. 2010.

TUROLLA, F. A..

Concentração e reação

Jornal O Povo, Fortaleza-CE, p. 24 - 24, 30 mar. 2010.

TUROLLA, F. A.

Escassez no ambiente propício

Jornal Brasil Econômico, São Paulo-SP, p. 19 - 19, 22 jun. 2010.

TUROLLA, F. A..

Financiamento e garantias

Conjuntura da Infraestrutura ABDIB, São Paulo-SP, p. 11 - 12, 01 mar. 2010.

TUROLLA, F. A..

Impactos da flexibilização do luane

DCI - Diário do Comércio, Indústria e Serviços, São Paulo-SP, p. 2 - 2, 23 jun. 2010.

TUROLLA, F. A.

Londres e o investimento direto criativo

Brasil Econômico, São Paulo-SP, p. 31 - 31, 25 nov. 2010.

TUROLLA, F. A.

Mundo mix

Instante - Newsletter de Conjuntura Econômica, São Paulo-SP, p. 2 - 2, 22 mar. 2010.

TUROLLA, F. A.

Perigos de uma ressaca olímpica

DCI - Diário do Comércio Indústria & Serviços, São Paulo-SP, p. 2 - 2, 11 fev. 2010.

TUROLLA, F. A.

Três anos da Lei 11.445

Conjuntura da Infraestrutura, São Paulo-SP, p. 10 - 12, 01 ago. 2010.

Bolsas e Financiamentos

Recebidos

8º Simpósio Comunicação e Práticas de Consumo

Comunicação e culturas de consumo: imaginários e produção de sentido

Lívia Barbosa / Toledo associados

Consumo, Sustentabilidade e Cidadania

Lívia Barbosa / Toledo associados

Hábitos Alimentares Brasileiros II

Lívia Barbosa, Felipe Borini, Thelma Rocha, Eduardo Spers

ABF: O Processo de Internacionalização do Franchising Brasileiro

Maurício Turra, Ricardo Zagallo Camargo, Marcelo Diniz (ABAP)

Indicadores de Sustentabilidade para agências de comunicação

Total Recebido: R\$ 123.000,00

Concedidos

PROJETOS TÉCNICOS E DE PESQUISA

Carla Barros

Pesquisa: Circuitos Tecnológicos nas Camadas Populares: um estudo sobre práticas e fluxos de consumo.

Lívia Barbosa, Veranise Dubeux e Daniel Kamlot

Pesquisa: Marcas e Juventude (Dossiê do Projeto Jovem)

Lívia Barbosa, Veranise Dubeux, Manolita C. Lima, Janie Pacheco e Anny Liege Baggiotto

Pesquisa: Faça História com a Sua História

Vinicius Andrade e Andrea Hecksher

Pesquisa: A Cauda Longa da Propaganda na TV Digital.

Joyce Ajuz Coelho e

José Claudio Castanheira

Identidades sonoras para gestão de marcas: modelos de audibilidade no cenário midiático contemporâneo.

Julio Cesar Figueiredo

Pesquisa: Modelos de Difusão de novos produtos baseados em simulação computacional: uma aplicação para a indústria de motocicletas no Brasil.

Ricardo Zagallo Camargo, Pedro Bendassolli e Maria Aparecida Baccega

Projeto Dicionário de Comunicação

Ricardo Zagallo Camargo e Rafael Lamardo

Projeto: Rede do Conhecimento ESPM

LIVROS

Mariângela Toaldo e Iara Silva da Silva

Livro: Publicitários + anunciantes. A dinâmica de uma relação complexa

CAEPM (org.)

Livro: Arenas da Comunicação com o Mercado

COSI, Julio.

Livro: Bonitinha ou ordinária: em propaganda não há meio-termo: é Cute ou Corny. São Paulo: M Books, 2010. 279p. Livro

CORRÊA, Roberto.

Livro: E de repente... acordou publicitário! Caetano Zamma: um sonho na realidade. São Paulo: Referência, 2010.

Total Concedido: R\$ 513.337,46

Programas de Mestrado

PPGCOM

Entrantes 2010-2011

1	Aliana Barbosa Aires
2	Andréa Celeste Montini Antonacci
3	Deyse Maciel De Araujo
4	Fernanda Cintra De Paula
5	Lara Vollmer
6	Marcelo Victor Teixeira
7	Marcio G. Casarotti
8	Maria Irene Carballido Romero
9	Rita De Cassia Paludetto Fernandes
10	Vanessa Das Chagas Carvalho
11	Walfredo Ribeiro De Campos Junior

Formandos 2010

1	Ana Cristina Puglia Duque Estrada
2	Daniel Bittencourte Portugal
3	Diana Gualberto de Macedo
4	Igor da Costa Bento
5	Maria Amélia Paiva Abrão
6	Mauro Miguel Rodrigues Berimbau
7	Renato Vercesi Mader
8	Thálita Larissa Galutti
9	Viviane Riegel

Alunos Regulares 2010

1	Adriana Figueiredo Junqueira Leite
2	Chirles Virginia Antas de Oliveira
3	Clarisse Setyon
4	Denio Dias Arrais
5	Denise de Paiva Costa Tangerino
6	Denise Gouveia Monteiro
7	Ednaldo Edilei Franco
8	Ellen Kiss
9	Fabiana Parra de Lazzari
10	Fábio Sergio Teixeira Boueri
11	Francisco Silva Mitraud
12	Luis Henrique dos Santos
13	Martha Terenzio
14	Matheus Matsuda Marangoni
15	Paola Mazzilli
16	Rachel Eid Polito
17	Renata Furtado Massetti
18	Roberta Scorcio Maia
19	Rosilene Moraes Alves Marcelino
20	Silvia Góis Dantas
21	Sulce Neide Lima
22	Tiago Pereira Andrade
23	Vicente Marton Mastrocola
24	Viviane Ribeiro Felix

Dissertações

MADER, R. V.

Título: **A PUBLICIDADE NO CONTEXTO PÓS-MODERNO: Produção e consumo de fluxos discursivos da marca Seda Shampoo**

Orientador(a): João Anzanello Carrascoza

PORTUGAL, D. B.

Título: **A imagem entre vinculações e interpretações: consumo, mídia e estetização pelas lentes da Comunicação e da Iconologia**

Orientador(a): Rose de Melo Rocha

MACEDO, D. G.

Título: **COMUNICAÇÃO, RECEPÇÃO E CONSUMO: INTER-RELAÇÕES O receptor/consumidor no prime time brasileiro e português**

Orientador(a): Maria Aparecida Baccega

RIEGEL, V.

Título: **COMUNICAÇÃO E CONSUMO DA MARCA GLOBAL Transformações estratégicas contemporâneas no território simbólico de McDonald's. São Paulo**

Orientador(a): Vander Casaqui

BERIMBAU, M. M. R.

Título: **ADVERGAMES: Comunicação e consumo de marcas**

Orientador(a): Gisela Castro

ABRAO, M. A. P.

Título: **COMUNICAÇÃO, RECEPÇÃO E CONSUMO: as manifestações culturais e sua influência na formação das identidades. Um estudo sobre as telenovelas Duas Caras (brasileira) e A Outra (portuguesa)**

Orientador(a): Maria Aparecida Baccega

BENTO, I. C.

Título: **Ouvidos de Mercado: novas configurações da comunicação e de consumo digital na cena paulistana**

Orientador(a): Gisela Castro

DUQUE ESTRADA, A. C. P.

Título: **CONSUMO DE PUBLICIDADE: corpo, vestuário e atitude na construção do imaginário de marcas de moda feminina**

Orientador(a): Tania Hoff

GALUTTI, T. L.

Título: **Politicidades como devir juvenil: um debate sobre comunicação, consumo e juventudes na pós-modernidade**

Orientador(a): Rose de Melo Rocha



PMGI

Entrantes 2010-2011

- 1 Adriana Roncon de Carvalho
- 2 Agnaldo Antonio dos Santos
- 3 Cláudia Cristiane dos Santos Silva
- 4 Gisele Jordao Costa
- 5 Manoel Guedes Neto
- 6 Marcelo Rocha e Silva Zorovich
- 7 Marcelo Vergilio Paganini de Toledo
- 8 Maria Luiza Piccioli
- 9 Michele Candeloro Herminio
- 10 Monique Fernandes Aragao Goncalves
- 11 Pedro Augusto Godeguez Da Silva
- 12 Viviane Eiko Ito Yamasaki

Alunos Regulares 2010

- 1 Antonio Augusto de Miranda Grieco
- 2 Felipe Nasrallah Bedran
- 3 Flávia Figueiredo Tótoli
- 4 Gabriel Vouga Chueke
- 5 Marcello Monteiro Pereira
- 6 Maria Adriana de Andrade Camargo
- 7 Neusa Santos de Souza
- 8 Paulette Siekierski
- 9 Reynaldo Dannecker Cunha
- 10 Ricardo Osorio de Oliveira
- 11 Ronald de Oliveira Concer
- 12 Sergio Garrido Moraes
- 13 Sidney Costa

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Período
8º Simpósio Comunicação e Práticas de Consumo	Comunicação e culturas de consumo: imaginários e produção de sentido	Gera espaço de reflexão e análise sobre a dinâmica social do consumo em seus múltiplos pólos de contato com o campo da pesquisa em Comunicação. Reúne pesquisadores de várias universidades em mesas temáticas específicas, constituindo o fórum nacional de reflexão sobre os produtos midiáticos, seus impactos sociais e os novos cenários nas práticas de contemporâneas de consumo.	29 e 30 de setembro de 2010
5º Seminário Intermestrados em Comunicação	Comunicação e Consumo.	Seminário acadêmico, organizado pela pesquisadora mestre e alunos do PPGCOM ESPM. Modelo inovador, este evento discente reúne mestrados dos programas de pós-graduação em Comunicação e áreas afins de todo o Brasil, que apresentam seus projetos de pesquisa em desenvolvimento, fomentando discussão, compartilhamento de fontes e dados, assim como a criação de redes informais de parceria acadêmica inter-institucional.	28 e 29 de outubro de 2010
Conversações	Temas Diversos	A Série Conversações propõe colocar em destaque temas atuais e relevantes para serem discutidos conjuntamente pelos discentes e docentes do programa e convidados. A série Papo de Mestre convida egressos do PPGCOM ESPM para apresentarem síntese do trabalho desenvolvido no programa, e debater com os presentes sobre sua experiência discente.	Março, abril, maio, junho outubro e novembro de 2010



Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Período
3º Seminário de Pesquisa em Comunicação e Consumo	Apresentação das pesquisas em desenvolvimento pelos docentes e discentes do PPGCOM ESPM.	O objetivo deste seminário é divulgar as pesquisas em andamento no Programa, para o público interno e externo. Como objetivos secundários, fomentar a colaboração e a troca de ideias e informações entre os pares, além de funcionar como uma preparação para o Seminário Intermestrados em Comunicação.	6 de outubro
5º Simpósio Internacional de Administração e Marketing / VII Congresso de Administração da ESPM	O que muda com o novo espaço ocupado pelos países emergentes?	<p>Objetivo: fortalecer a posição da ESPM como produtora e difusora de conhecimento, em especial nas áreas de Gestão Internacional, Administração de Marketing e Pesquisa e Educação em Administração.</p> <p>Descrição: quarta edição de duplo evento que inclui sessões de apresentação de textos acadêmicos, painéis temáticos e palestras, com presença de convidado(s) internacional(is). Recebeu 108 artigos completos, dos quais 43 foram selecionados e 39 apresentados em 7 Áreas Temáticas.</p>	13 e 14 de outubro
V ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo/ I Encontro Luso-brasileiro de Estudos do Consumo	Tendências e ideologias do consumo no mundo contemporâneo	<p>Objetivo: fortalecer a posição da ESPM como produtora e difusora de conhecimento na área de consumo; fortalecer diálogo interinstitucional.</p> <p>Descrição: Evento realizado na ESPM-RJ e reconhecido pela comunidade acadêmica como importante fórum de estudos de consumo em diferentes modalidades e enfoques teóricos. Recebeu 120 resumos dos quais 99 foram selecionados para apresentação em 9 Grupos Temáticos. Ligado a grupo de pesquisa do CNPQ é realizado em parceria com UFRRJ e UFF e recebe apoio da FAPERJ.</p>	15, 16 e 17 de setembro
I Seminário ESPM Tendências do Consumo Contemporâneo	Vida Privada e Consumo Público	<p>Objetivo: fortalecer a posição da ESPM como produtora e difusora de conhecimento, oferecendo aporte de conhecimento científico com linguagem compatível com as necessidades do mercado.</p> <p>Descrição: Evento que, a partir de dados de pesquisa, discute tendências do consumo contemporâneo, focalizando setores específicos. Nesta 1ª edição abordou os setores de alimentação, imobiliário e no mundo digital.</p>	8 e 9 de junho

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Período
I Jornada dos Países de Língua Portuguesa	Possibilidades de colaboração pela educação superior e pela literatura	<p>Objetivo: Colaborar com o processo de internacionalização, oferecendo subsídios que permitissem a formulação coletiva de projetos de cooperação e aproximação entre instituições de educação superior brasileiras com suas congêneres lusófonas.</p> <p>Descrição: Evento concebido a partir de pesquisa sobre a internacionalização da educação superior. De característica diagnóstica, contou com presença de autoridades oriundas dos países lusófonos. Dividido em dois momentos discutiu, respectivamente, possibilidades de colaboração/cooperação pela educação superior (caso UNILAB) e possibilidades de colaboração/cooperação pela literatura.</p>	27 de maio
Professor Convidado	Aprendizados sobre o consumo	<p>Objetivo: fortalecer a posição da ESPM como produtora e difusora de conhecimento, por meio de aporte atualizado sobre pesquisa científica em âmbito internacional e possibilidade de interlocução das instâncias de pesquisa da ESPM com pesquisadores internacionais.</p> <p>Descrição: O professor Trentmann é professor de história no Birkbeck College (Univ. Londres). Dirigiu entre 2005-2007 o programa de pesquisa Cultures of Consumption. Ofereceu de duas palestras (para públicos acadêmico e executivo) em São Paulo e a conferência de abertura do V ENEC no Rio.</p>	11 a 17 de setembro
Seminários de Pesquisa	Juventude, Consumo e Cidadania	<p>Objetivo: fortalecer a posição da ESPM como produtora e difusora de conhecimento, oferecendo aporte de conhecimento científico com linguagem compatível com as necessidades de públicos específicos.</p> <p>Descrição: Realizado a partir de estudo envolvendo 457 jovens de Rio e SP, o evento discutiu a relação entre práticas de consumo dos jovens e suas manifestações políticas e de apoio a causas. Contou com a participação de pesquisadores, profissionais do mercado e jovens estudantes, que debateram os resultados da pesquisa.</p>	11 de novembro



Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Período
SAS Sustentabilidade, Alimentação e Saúde	SAS Sustentabilidade, Alimentação e Saúde	<p>Objetivo: fortalecer a posição da ESPM como produtora e difusora de conhecimento, oferecendo aporte de conhecimento científico com linguagem compatível com as necessidades do mercado.</p> <p>Descrição: Evento reuniu especialistas das áreas de nutrição, saúde e comunicação; representantes de empresas, governo, universidades e centros de pesquisa para discutir questões relacionadas ao consumo, hábitos e tendências na área de alimentação, incluindo a comunicação e informação científica, a propaganda de alimentos e as exigências dos consumidores</p>	25 e 26 de novembro
II Fórum sobre Comunicação no Ambiente Urbano	Comunicação no Ambiente Urbano - Experiências e propostas	<p>Objetivo: fortalecer a posição da ESPM como produtora e difusora de conhecimento (com aportes de conhecimento em design e comunicação) e como espaço de interlocução para apontar caminhos para a cidade de Porto Alegre.</p> <p>Descrição: Evento criado a partir de pesquisa realizada pelo CAEPM sobre comunicação no ambiente urbano. Espaço de discussão e elaboração de alternativas dialogadas para a comunicação mercadológica na cidade de Porto Alegre (como alternativa ao Cidade Limpa).</p>	12 de novembro

Professores e executivos convidados

- 1 Abel Reis – AgênciaClick
- 2 Adriano Jordão – Embaixada de Portugal
- 3 Alcindo Dell’Agnese Filho – Alcindo Dell’Agnese Arquitetos Associados
- 4 Aldo Baccarin – Food Intelligence
- 5 Alessandra Aldé – UERJ
- 6 Alexandre Novachi – Danone
- 7 Prof. Dr. Alfred Jaeger – McGill University
- 8 Álvaro Cardoso Gomes – USP
- 9 Ana Lúcia Enne – UFF
- 10 Carmen Rial – UFSC
- 11 Prof. Daniel Ladeira – Universidade Ibirapuera
- 12 Deborah Pierri – Ministério Público de São Paulo
- 13 Edney Narchi – CONAR
- 14 Prof. Dr. Eduardo Bittencourt – Berkeley
- 15 Eliane de Alcântara Teixeira – Faculdades São Sebastião
- 16 Enzo Donna – DIEFS (Distribuidores Especializados em Food Service)
- 17 Everardo Rocha – PUC - RJ
- 18 Fátima Pacheco Jordão – TV Cultura
- 19 Francisco Maciel Silveira – USP
- 20 Frank Trentmann – Universidade de Londres
- 21 Gisela Taschner – FGV/SP
- 22 Glenn Morgan – Cardiff Business School
- 23 Hélio Mattar – Akatu
- 24 Issao Minami – FAU - USP
- 25 Jacqueline Maria Torres Paro – Alcindo
- 26 John Wilkinson – UFRRJ
- 27 Prof. Dr. Jorge Carneiro – PUC - RJ
- 28 José Mauro Moraes – ABIR
- 29 Lênia Márcia de Medeiros Mongelli – USP
- 30 Leonardo Soares – IBOPE Inteligência
- 31 Luiz Antonio dos Anjos – Universidade Federal Fluminense
- 32 Prof. Luiz Artur Ledur Brito – FGV
- 33 Marcelo Coutinho – Terra Networks
- 34 Maria Aparecida Amorim de Toledo – Toledo Associados
- 35 Marta Rosales – Universidade Nova de Lisboa
- 36 Mauro Fisberg – Escola Paulista de Medicina (EPM-UNIFESP)
- 37 Mônica Debanné – MP Comunicação
- 38 Olga Amâncio – Conselho Regional de Nutricionistas 3ª Região
- 39 Oswaldo Rodrigues – Página Comunicação
- 40 Paulo Lima – Trip
- 41 Paulo Secches – Oficina Sophia
- 42 Prof. Paulo Speller – Universidade Federal de Integração Luso-Afro-Brasileira
- 43 Percival Caropreso – Abrinq
- 44 Regina Fisberg – Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição
- 45 Roberta Sudbrack – Chef da cozinha do Presidente da República do Brasil
- 46 Roberto Gasparini – Habitat Living Marketing
- 47 Roberto Igarza – Academia Nacional de Educación (Argentina)
- 48 Roberto Smeraldi – OSCIP Amigos da Terra – Amazônia Brasileira
- 49 Prof. Dr. Rodrigo Bandeira de Mello – FGV-EAESP
- 50 Romeo Busarello – PUC - SP

Editoração

Em 2010 foram editados 3 livros

CORRÊA, Roberto.

E de repente... acordou publicitário!

Caetano Zamma: um sonho na realidade

São Paulo: Referêcia, 2010.

COSI, Julio.

Bonitinha ou ordinária: em propaganda

não há meio-termo: é Cute ou Corny

São Paulo: M Books, 2010.

GRACIOSO, Francisco,

PENTEADO, J. Roberto Whitaker.

Propaganda brasileira. 3ª ed. Atualizada.

São Paulo: Mauro Ivan. 2010. 260 p.

Presença na mídia

Em 2010 houve 221 inserções de artigos na mídia

2/2/2010

DINHEIRO (SP)

Mais brilho a seda

Para conter a queda de vendas, a Unilever muda fórmula, preço e embalagem de seu xampu mais vendido. Resultado: em quatro meses, adiciona R\$ 40 milhões ao seu caixa SP • ESPM

27/3/2010

GLOBAL RESEARCH (SP)

Mais brilho a seda

GO • ESPM

27/3/2010

O POPULAR ON LINE (GO)

Palavrão, calcinha e batom já “tiraram” publicidade do ar

PR • ESPM

27/3/2010

RPC.COM.BR (PR)

G1/Globo.com

Palavrão, calcinha e batom já “tiraram” publicidade do ar

Entenda como o Conar avalia a publicidade no país. Qualquer pessoa pode denunciar publicidade considerada ofensiva RJ • ESPM

27/3/2010

G1 (RJ)

Palavrão, calcinha e batom já “tiraram” publicidade do ar

Entenda como o Conar avalia a publicidade no país. Qualquer pessoa pode denunciar publicidade considerada ofensiva.

MS • ESPM

27/3/2010

MIDIA MAX NEWS (MS)

Palavrão, calcinha e batom já tiraram anúncio do ar

PI • ESPM

27/3/2010

PORTAL AZ (PI)

Palavrão, calcinha e batom já “tiraram” publicidade do ar

PR • ESPM

27/3/2010

JORNAL DE MARINGÁ (PR)

Palavrão, calcinha e batom já tiraram publicidade do ar

AC • ESPM

27/3/2010

A TRIBUNA (AC)

Palavrão, calcinha e batom já tiraram publicidade do ar

BA • ESPM

28/3/2010

CORREIO DA BAHIA (BA)

O que diz o código

Palavrão, calcinha e batom já tiraram publicidades do ar

MT • ESPM

28/3/2010

OLHAR DIRETO (MT)

Palavrão, calcinha e batom já tiraram publicidade do ar

GO • ESPM

28/3/2010

O POPULAR (GO)

Código prega respeito à sociedade

GO • ESPM



28/3/2010

O POPULAR (GO)

Para Conar, interpretar padrões morais é desafio

GO • ESPM

2/5/2010

O POPULAR (GO)

“Decência” na publicidade é motivo de divergências

SP • ESPM

9/5/2010

DINHEIRO (SP)

A nova criação de Olivetto

Washington Olivetto, representante de uma época romântica da publicidade, se une à americana McCann Erickson, criando o oitavo maior grupo publicitário do Brasil

SP • ESPM

10/5/2010

DINHEIRO (SP)

A DPaschoal dos caminhões

Bridgestone vai abrir, até 2014, 200 lojas para oferecer reparos mecânicos e já busca franqueados

SP • ESPM

5/7/2010

GLOBAL RESEARCH (SP)

Automobilístico

A DPASCHOAL DOS CAMINHÕES

SP • ESPM

5/7/2010

VALOR ECONÔMICO (SP)

Unilever muda fórmula e produção da linha de sabões

Marketing: Omo, Brilhante e Surf recebem R\$ 49,6 milhões em campanhas que começam em 10 dias

SP • ESPM

21/7/2010

GLOBAL RESEARCH (SP)

Higiene e Limpeza do Lar

Unilever muda fórmula e produção da linha de sabões

TV BRASIL • DF • ESPM

28/7/2010

REPÓRTER BRASIL 2ª EDIÇÃO (DF)

Mercado quer atingir consumidores das classes C e D

SP • ESPM

28/7/2010

FOLHA DE SÃO PAULO (SP)

Análise: **Reconstrução da marca BP deverá passar por racionalização**

SP • ESPM

23/8/2010

UOL (SP)

Análise: **Reconstrução da marca BP deverá passar por racionalização**

SP • ESPM

29/8/2010

FOLHA DE SÃO PAULO (SP)

Caso a caso

Além de escrever cada vez mais casos brasileiros para uso nas discussões de sala de aula, faculdades agora se empenham em divulgar a sua produção

SP • ESPM

31/8/2010

DINHEIRO (SP)

Kenzo e suas faces no Brasil

Multifacetado, o estilista quer parcerias brasileiras na moda, na decoração e nas artes

SP • ESPM

17/9/2010

DINHEIRO (SP)

Kenzo e suas faces no Brasil

Multifacetado, o estilista quer parcerias brasileiras na moda, na decoração e nas artes

SP • ESPM

1/4/2010

VALOR ECONÔMICO (SP)

Unilever quer varejo mais perto

RS • ESPM

21/4/2010

JORNAL DO COMÉRCIO (RS)

Arquitetura

SP • ESPM

1/5/2010

DIÁRIO DO COMÉRCIO SP (SP)

Uma revolução de costumes na história dos presentes

SP • ESPM

9/5/2010

REVISTA FATOR (SP)

ESPM patrocina V Conferência Legislativa sobre Liberdade de Imprensa

RS • ESPM

24/5/2010

JORNAL DO COMÉRCIO (RS)

Vencedores do Açorianos de Artes Plásticas recebem homenagem

RJ • ESPM

23/7/2010

JORNAL DO BRASIL (RJ)

Wave Festival se consolida no Rio

SP • ESPM

26/7/2010

PROFESSIONAL PUBLISH (SP)

Lançamento: ESPM lança biografia do publicitário Júlio Cosi

Livro reúne histórias do mundo da propaganda e ensina a criar campanhas “do zero”

SP • ESPM

26/7/2010

ADNEWS (SP)

ESPM lança “Bonitinha” ou “Ordinária”

SP • ESPM

28/7/2010

JORNAL PROP. E MARKETING (SP)

Frase

SP • ESPM

29/7/2010

REVISTA PUBLICITÀ (SP)

ESPM lança “Bonitinha ou Ordinária”

SP • ESPM

2/8/2010

VOX NEWS (SP) • 10:29:00

ESPM lança “Bonitinha ou Ordinária”

SP • ESPM

3/8/2010

CCSP (SP)

Júlio Cosi lança livro no dia 10

SP • ESPM

3/8/2010

CALL TO CALL (SP)

ESPM lança Bonitinha ou ordinária

PR • ESPM

6/8/2010

OUTROS SITE (PR)

Livro - **Bonitinha ou Ordinária****Na obra, o autor descreve muitas histórias do mundo da propaganda**

SP • ESPM

9/8/2010

CCSP (SP)

Julio Cosi resgata memórias da propaganda

SP • ESPM

9/8/2010

JORNAL PROP. E MARKETING (SP)

Escritor não vê meio termo

PR • ESPM

29/8/2010

OUTROS SITE (PR)

http://www.jornow.com.br/jornow/noticia.php?idempresa=1399&num_release=24777&ori=**Bonitinha ou Ordinária**

Em propaganda não há meio-termo é Cute ou Corny - Memórias que ensinam, como fazer propaganda criativa

SP • ESPM

14/1/2010

O ESTADO DE SÃO PAULO (SP)

O poeta que virou voz na televisão

Aos 77 anos, o criador do Centro Cultural SP, Mário Chamie, divide-se entre a produção de sua obra, as aulas na ESPM e a locução na Record

SP • ESPM



14/1/2010

DCI (SP)

Setor de serviços aumenta fatia em remessas ao exterior

SP • ESPM

18/1/2010

ADUANEIRAS (SP)

Contas externas

Setor de serviços aumenta fatia em remessas ao exterior

PR • ESPM

18/1/2010

OUTROS SITE (PR)

www.propmark.com.br

Compra da Femsas pode acirrar concorrência

SP • ESPM

27/1/2010

JORNAL PROP. E MARKETING (SP)

Compra da Femsas pode acirrar concorrência

SP • ESPM

27/1/2010

ADMINISTRADORES (SP)

Últimos dias de inscrição no Programa de Mestrado em Gestão Internacional da ESPM

SP • ESPM

27/1/2010

IG (SP)

ESPM promove mestrado em Gestão Internacional

Prazo para inscrição termina no dia 1º de fevereiro

Redação IG Empregos

SP • ESPM

27/1/2010

PORTAL DA PROPAGANDA (SP)

Últimos dias de inscrição no Programa de Mestrado em Gestão Internacional da ESPM

SP • ESPM

27/1/2010

ADMINISTRADORES (SP)

Últimos dias de inscrição no Programa de Mestrado em Gestão Internacional da ESPM

SP • ESPM

27/1/2010

IG (SP)

ESPM promove mestrado em Gestão Internacional

Prazo para inscrição termina no dia 1º de fevereiro

SP • ESPM

27/1/2010

SEGS PORTAL NACIONAL (SP)

Últimos dias de inscrição no Programa de Mestrado em Gestão Internacional da ESPM

RS • ESPM

27/1/2010

CONSUMIDOR-RS (RS)

Últimos dias de inscrição no Programa de Mestrado em Gestão Internacional da ESPM

PR • ESPM

28/1/2010

OUTROS SITE (PR)

O prazo de inscrições para o primeiro Programa de Mestrado em Administração com concentração em Gestão Internacional da ESPM termina em 01 de fevereiro, segunda-feira.

SP • 28/1/2010 • ESPM

31/1/2010

REVISTA FATOR (SP)

Últimos dias de inscrição no Programa de Mestrado em Gestão Internacional da ESPM

SP • ESPM

9/2/2010

FOLHA DE SÃO PAULO (SP)

MESTRADO ACADÊMICO

Etapa prepara para pesquisa e atuação em área técnica

Modalidade também é primeiro passo para dar aulas

SP • ESPM

15/2/2010

R7 (SP)

Brasil está livre de crise financeira na Europa

SP • ESPM

18/2/2010

JORNAL PROP. E MARKETING (SP)

Cosan e Shell abrem espaço para etanol no exterior

SP • ESPM

11/3/2010

BRASIL ECONÔMICO ONLINE (SP)

Geração de empregos pode trazer incerteza para mercado financeiro

SP • ESPM

14/3/2010

R7 (SP)

Letícia Casado, do R7

Especialistas dizem que queda do PIB não é alarmante

Queda dos investimentos fez economia encolher 0,2% no ano passado

SP • ESPM

21/3/2010

DINHEIRO (SP)

Bentley no Brasil

Prestes a inaugurar a sua operação no País, o presidente da montadora inglesa revela à DINHEIRO os planos da marca

SP • ESPM

29/3/2010

RÁDIO CBN (SP)

Investimentos estrangeiros são importantes para o Brasil, afirma professor

SP • ESPM

30/3/2010

RÁDIO ELDORADO (SP)

Fusões no setor varejista podem trazer benefícios aos consumidores

RJ • ESPM

30/3/2010

G1 (RJ)

Nova gigante varejista traz competição forte ao mercado, dizem especialistas

Ricardo Eletro e Insinuante anunciaram união na segunda-feira. Negócio ainda precisa ser aprovado pelo Cade.

SP • ESPM

30/3/2010

GLOBAL RESEARCH (SP)

NOVA GIGANTE VAREJISTA TRAZ COMPETIÇÃO FORTE AO MERCADO

SP • ESPM

31/3/2010

DCI (SP)

Novo PAC destina mais de R\$ 1 tri para o setor de energia

DF • ESPM

23/4/2010

TRIBUNA DO BRASIL (DF)

Nova gigante traz competição

SP • ESPM

25/4/2010

MAXPRESSNET (SP)

SABESP LANÇA E DEBATE RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2009 NA PRÓXIMA SEGUNDA-FEIRA

RJ • ESPM

25/4/2010

JORNAL DO BRASIL (RJ)

Altos impostos pesam no setor e Brasil perde posto mundial

SP • ESPM

25/4/2010

INVERTIA (SP)

Economia nacional

Especialistas: impostos causam perda de posto da indústria

SP • ESPM



25/4/2010

TERRA (SP)

Economia nacional

Especialistas: impostos causam perda de posto da indústria

RJ • ESPM

25/4/2010

JB ONLINE (RJ)

Indústria: **Altos impostos pesam no setor e Brasil perde posto mundial**

RJ • ESPM

26/4/2010

JB ONLINE (RJ)

Indústria: **Altos impostos pesam no setor e Brasil perde posto mundial**

SP • ESPM

12/5/2010

GLOBAL 21 (SP)

ECONOMIA

Altos impostos pesam no setor e Brasil perde posto mundial / Adriana Diniz

Produção brasileira está em declínio há cerca de dez anos.

SP • ESPM

12/5/2010

DCI (SP)

Aumenta interesse dos países do G-7 em investir no Brasil

SP • ESPM

13/5/2010

ADUANEIRAS (SP)

G-7

Aumenta interesse dos países do G-7 em investir no Brasil

SP • ESPM

26/5/2010

GLOBAL 21 (SP)

POLÍTICA EXTERNA

Aumenta interesse dos países do G-7 em investir no Brasil / Fernanda Bompan

Nos últimos meses, Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, França, Alemanha, Itália e Japão têm demonstrado a intenção em elevar as exportações, estimular associações com empresas brasileiras e investir no Brasil.

SP • ESPM

26/5/2010

BLOG DO JAMILDO (SP)

O que Embratel e Claro ganhariam com a fusão

SP • ESPM

26/5/2010

INFO ONLINE (SP)

O que Embratel e Claro ganhariam com a fusão

SP • ESPM

17/6/2010

EXAME ONLINE (SP)

O que Embratel e Claro ganhariam com a fusão

Nova operadora teria o potencial de chegar à liderança do mercado em apenas um ano, segundo especialistas

SP • ESPM

23/6/2010

DCI (SP)

Economistas divergem sobre alta das reservas em dólar

SP • ESPM

8/7/2010

BRASIL ECONÔMICO (SP)

Escassez no ambiente propício

SP • ESPM

1/9/2010

AGÊNCIA LEIA (SP)

EUA: **Fim do ano fiscal gera expectativas em relação ao próximo orçamento**

SP • ESPM

1/9/2010

TERRA (SP)

Juros

Copom ainda deve se preocupar com forte demanda, diz Pezco

SP • ESPM

1/9/2010

INVERTIA (SP)

Juros

Copom ainda deve se preocupar com forte demanda, diz Pezco

RJ • ESPM

9/9/2010

JB ONLINE (RJ)

Copom ainda deve se preocupar com forte demanda, diz Pezco

SP • ESPM

11/9/2010

ADNEWS (SP)

ESPM traz ao Brasil o especialista em consumo Frank Trentmann

SP • ESPM

12/9/2010

REVISTA FATOR (SP)

ESPM traz ao Brasil o especialista em consumo Frank Trentmann

SP • ESPM

13/9/2010

BLÁ DO BLEH! (SP)

ESPM traz ao Brasil o especialista em consumo Frank Trentmann

SP • ESPM

16/9/2010

UNIVERSIA BRASIL (SP)

ESPM traz ao Brasil o especialista em consumo Frank Trentmann

DF • ESPM

16/9/2010

CORREIO BRAZILIENSE (DF)

Chegou o momento da decisão

Hoje é o último dia para quem comprou ações da Petrobras com recursos do FGTS aderir à nova capitalização

DF • ESPM

16/9/2010

MA • ESPM

20/9/2010

PR • ESPM

28/9/2010

RÁDIO BANDNEWS (PR)

Professor comenta sobre volume de fusões e aquisições de empresas brasileiras

SP • ESPM

29/9/2010

DCI (SP)

Governo define capitalização de R\$ 30 bilhões para o BNDES

SP • ESPM

5/1/2010

BRASIL ECONÔMICO (SP)

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Em busca de escala e novos clientes, empresas do segmento buscam oportunidades no exterior

SP • ESPM

7/1/2010

MUNDO DO MARKETING (SP)

Quem não gosta de gifting bom sujeito não é!

SP • ESPM

8/3/2010

AMPRO (SP)

Quem não gosta de gifting bom sujeito não é! - Por Marina Pechlivanis

SP • ESPM

10/3/2010

REVISTA FATOR (SP) • 14:10:00

Palestra sobre Tecnologia da informação e comunicação dará início ao Mestrado em Comunicação da ESPM

SP • ESPM



10/3/2010

VIDA UNIVERSITÁRIA (SP)

Palestra sobre Tecnologia da informação e comunicação dará início ao Mestrado em Comunicação da ESPM

SP • ESPM

10/3/2010

UNIVERSIA BRASIL (SP)

Palestra sobre Tecnologia da informação e comunicação dará início ao Mestrado em Comunicação da ESPM

SP • ESPM

11/3/2010

BLÁ DO BLEH! (SP)

Palestra sobre Tecnologia da informação e comunicação dará início ao Mestrado em Comunicação da ESPM

SP • 11/3/2010 • ESPM

8/4/2010

JORNAL DA TARDE (SP)

Sorte de uns, azar de muitos outros

PR • ESPM

13/4/2010

OUTROS SITE (PR)

Ser jovem em São Paulo: mídia, juventude e consumo

PR • ESPM

14/4/2010

OUTROS SITE (PR)

www.jornow.com.br

João Carrascoza promove oficina de redação publicitária na Unil

PR • ESPM

6/5/2010

OUTROS SITE (PR)

minhanoticia.ig.com.br

João Carrascoza promove oficina de redação publicitária na Unil

PR • ESPM

12/5/2010

OUTROS SITE (PR)

<http://ppgcom.espm.br/blog/?p=1596>

Expressão e Comunicação através do Jogo Ecom 2010 - A Academia de

Professores da Graduação da ESPM promove, nos dias 10 e 15 de maio de 2010, o curso Expressão e Comunicação através do Jogo.

CE • ESPM

19/5/2010

O POVO (CE)

Elisa Parente

Crônicas insossas

Viver a Vida, de Manoel Carlos, encerra sua exibição nesta sexta-feira, 14, com o pior índice de audiência das 21 horas da TV Globo. O Vida & Arte questiona os possíveis erros do autor na construção da trama envolta à festejada primeira Helena Negra

MT • ESPM

19/5/2010

A GAZETA MT (MT)

Prêmio Gazeta de Comunicação

Circuito Info-publicitário terá como foco o rádio

PR • ESPM

28/5/2010

OUTROS SITE (PR)

<http://ppgcom.espm.br/blog/?p=1652>

5° ENEC

MT • ESPM

28/5/2010

A GAZETA MT (MT)

Jurados batem o martelo

MT • ESPM

16/6/2010

A GAZETA MT (MT)

Jurados batem o martelo

SP • ESPM

22/6/2010

REVISTA FATOR (SP)

Sexto encontro do Ciclo de Estudos: Comunicação, Análise de Discurso e Atividade Linguageira acontece dia 22 de junho na ECA-USP

SP • ESPM

13/7/2010

REVISTA FATOR (SP)

Sexto encontro do Ciclo de Estudos: Comunicação, Análise de Discurso e Atividade Linguageira, na ECA-USP

SP • ESPM

20/7/2010

NO MINUTO.COM (SP)

SBPC Jovem realiza ciclo de palestras sobre linguagem

PR • ESPM

20/7/2010

OUTROS SITE (PR)

Maria Cristina Dias Alves

PR • ESPM

29/7/2010

OUTROS SITE (PR)

Sônia Inês Vendrame

SP • ESPM

30/7/2010

REVISTA FATOR (SP)

ECA discute Trabalho, educação e linguagem

PR • ESPM

31/7/2010

CLICKMARKET.COM.BR (PR)

Curso aborda múltiplas linguagens em comunicação

SP • ESPM

18/8/2010

PORTAL IMPRENSA (SP)

Sétimo encontro de comunicação da ECA discute trabalho, educação e linguagem

SP • ESPM

23/8/2010

UNIVERSIA BRASIL (SP)

USP: Baccega fala de discursos e mídia no último evento do Ciclo de Estudos na ECA

A última palestra do Ciclo de Estudos: Comunicação, Análise de Discurso e Atividade Linguageira será ministrada pela Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega, da ECA-USP e ESPM, em 31 de agosto

PR • ESPM

24/8/2010

OUTROS SITE (PR)

Juventud, comunicación y nuevas politicidades

COMUNICAÇÃO E CONSUMO

PR • BSP (SP)

26/8/2010

OUTROS SITE (PR)

Tome nota: cursos e palestras

SP • ESPM

10/9/2010

PORTAL IMPRENSA (SP)

ECA-USP e ESPM discutem comunicação e mídias em palestra do Ciclo de Estudos

SP • ESPM

13/9/2010

ADONLINE (SP)

ESPM realiza workshop sobre pré-projeto de pesquisa

SP • ESPM

13/9/2010

PROFESSIONAL PUBLISH (SP)

Evento: ESPM realiza workshop sobre mestrado em práticas de consumo

Workshop é essencial para aqueles que desejam se candidatar a uma vaga em 2011

SP • ESPM



2010

PROFESSIONAL PUBLISH (SP)

Evento: ESPM realiza workshop sobre mestrado em práticas de consumo

Workshop é essencial para aqueles que desejam se candidatar a uma vaga em 2011

11/06/2010

VALOR ECONÔMICO

Agenda

Mídia impressa V Simp. / VII Congres.

12/10/2010

VALOR ECONÔMICO

Agenda

Mídia impressa V Simp. / VII Congres.

02/07/2010

Revista Fator

ESPM promove V Simpósio Internacional de Administração e Marketing e VII Congresso de Administração

Mídia impressa V Simp. / VII Congres.

08/06/2010

O Estado de São Paulo

Internet bate TV na decisão de compra
Mídia impressa

1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

08/06/2010

Veja

Internet bate TV na decisão de compra
Mídia impressa

1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

06/12/2010

O Globo

Quando a consciência não se traduz em ação

Mídia impressa Juventude, Consumo e Cidadania

13/07/2010

Folha de São Paulo

O BEM-ESTAR É COLORIDO

Mídia impressa Pesquisa Cores

25/11/2010

Folha de São Paulo

Queda de Novos Alimentícios

Mídia impressa SAS

29/11/2010

Propmark

ESPM defende propaganda de alimento e consumo responsável

Mídia impressa SAS

25/05/2010

Revista Making Of

ESPM realiza evento inédito para discutir consumo contemporâneo

Mídia impressa Tend. do Cons. Contemp.

25/05/2010

Jornal do Bleh

ESPM realiza evento inédito para discutir consumo contemporâneo

Mídia impressa Tend. do Cons. Contemp.

28/06/2010

Hoje em Dia (MG)

Eles assumem o fogão sem preconceitos

Mídia impressa Tend. do Cons. Contemp.

28/06/2010

Jornal Extra-RJ

Novos Condomínios incluem cada vez mais opções de lazer

Mídia impressa Tend. do Cons. Contemp.

28/06/2010

Revista Fator

ESPM realiza evento inédito para discutir consumo contemporâneo

Mídia impressa Tend. do Cons. Contemp.

25/05/2010

Portal Revista Marketing

ESPM realiza evento inédito para discutir consumo contemporâneo

Mídia Online 1º Seminário de Tendências do Consumo Contemporâneo

26/05/2010

Portal Itapevi

Publicidade na web é a mais influente nas compras

Mídia Online Marcas online

26/05/2010

Portal Malagueta

ESPM realiza evento inédito para discutir consumo contemporâneo

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

26/05/2010

Portal Akatu

1º Seminário de Tendências do Consumo Contemporâneo

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

26/05/2010

Circuito BR

Publicidade na web é mais influente nas compras

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

26/05/2010

Núcleo de Notícias

Publicidade na web é mais influente nas compras, diz ESPM/Ibope

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

27/05/2010

Portal do Sindicato

O consumo do futuro

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

27/05/2010

Portal FGV

1º Seminário de Tendências do Consumo Contemporâneo

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

27/05/2010

Programa Doxologia

Publicidade na web é mais influente nas compras

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

27/05/2010

O Jornal Web

Publicidade na web é mais influente nas compras

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

31/05/2010

Portal Casa e Jardim

Especialistas discutem tendências do consumo

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

07/06/2010

Clientes S.A

O consumo do futuro

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

08/06/2010

Época

Negócios Online O consumo do futuro

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

09/06/2010

Site Chácara de orgânicos

O consumo do futuro

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

10/06/2010

Malagueta Comunicações

Prato do Brasileiro reúne alimentos funcionais, revela estudo na ESPM

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons. Contemp.

30/06/2010

Universia

ESPM promove V Simpósio Internacional de Adm e Mkt e VII Congresso de Adm

Mídia Online V Simp. / VII Congres.



09/10/2010

BLOG GUILHERME BARROS

ESPM traz britânico especialista em negócios internacionais para Simpósio de Administração e Marketing

Mídia Online V Simp. / VII Congres.

14/10/2010

BLOG GUILHERME BARROS

ESPM traz britânico especialista em negócios internacionais para Simpósio de Administração e Marketing

Mídia Online V Simp. / VII Congres.

14/10/2010

BLOG GUILHERME BARROS

Multinacionais emergentes investem 25% do fluxo global

Mídia Online V Simp. / VII Congres.

01/11/2010

OUTROS SITE

Direto de SP - Seminário Juventude, Consumo e Cidadania - I

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

01/11/2010

Marketing Universitário

ESPM realiza seminário Juventude, Consumo e Cidadania

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

04/11/2010

AGREGÁRIO

Espm Realiza Seminário Juventude, Consumo e Cidadania

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

04/11/2010

Agregario

Espm Realiza Seminário Juventude, Consumo e Cidadania

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

10/11/2010

OUTROS SITE (PR)

ESPM faz seminário

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

11/11/2010

PORTAL AKATU

Seminário na ESPM discute o papel do jovem como consumidor consciente

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

11/11/2010

Blues

Direto de SP - Seminário Juventude, Consumo e Cidadania - I

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

17/11/2010

IG

Consumo político: utopia ou realidade no Brasil?

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

25/11/2010

GLOBAL RESEARCH (SP)

BRASIL CAI NO RANKING DE LANÇAMENTOS DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS

Mídia Online SAS

18/11/2010

Revista Pronews

ESPM e ILSI Brasil realizam evento inédito para debater Sustentabilidade, Alimentação e Saúde

Mídia Online SAS

19/11/2010

Revista Filantropia

Seminário Sustentabilidade, Alimentação e Saúde

Mídia Online SAS

19/11/2010

Adnews

ESPM discute propaganda de alimentos

Mídia Online SAS

20/11/2010

Nutro ciência

Seminário Sustentabilidade, Saúde e Alimentação

Mídia Online SAS

22/11/2010

Universia

ESPM e ILSI Brasil promovem discussão sobre a restrição da propaganda de alimentos

Mídia Online SAS

23/11/2010

Propmark

ESPM e ILSI Brasil debatem restrição da propaganda de alimentos

Mídia Online SAS

08/11/2010

OUTROS SITE (PR)

ESPM realiza seminário sobre juventude, consumo e cidadania

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

09/11/2010

ADNEWS

ESPM apresenta pesquisa Consumo Jovem

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

09/11/2011

OUTROS SITE

ESPM apresenta pesquisa Consumo Jovem

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

18/11/2010

OUTROS SITE (PR)

ESPM e ILSI Brasil realizam evento inédito para debater Sust...

Mídia Online SAS

18/11/2010

OUTROS SITE (PR)

Hábitos Alimentares

Mídia Online SAS

19/11/2010

OUTROS SITE (PR)

Seminário Sustentabilidade, Alimentação e Saúde

Mídia Online SAS

19/11/2010

OUTROS SITE (PR)

Evento debaterá Sustentabilidade, Alimentação e Saúde

Mídia Online SAS

19/11/2010

OUTROS SITE (PR)

ESPM discute propaganda de alimentos

Mídia Online SAS

20/11/2010

OUTROS SITE (PR)

ESPM e ILSI Brasil realizam evento inédito para debater

Mídia Online SAS

22/11/2010

OUTROS SITE (PR)

Evento Sustentabilidade, Alimentação e Saúde

Mídia Online SAS

22/11/2010

OUTROS SITE (PR)

Descrição

Mídia Online SAS

22/11/2010

OUTROS SITE (PR)

Seminário sobre Sustentabilidade, alimentação e Saúde

Mídia Online SAS

22/11/2010

OUTROS SITE (PR)

ESPM e ILSI Brasil promovem discussão sobre a restrição da p...

Mídia Online SAS

22/11/2010

OUTROS SITE (PR)

ESPM e ILSI Brasil promovem discussão sobre a restrição da p...

Mídia Online SAS

23/11/2010

OUTROS SITE (PR)

ESPM e ILSI Brasil debatem restrição da propaganda de alimen...

Mídia Online SAS



24/11/2010

OUTROS SITE (PR)

**Evento discute food service X
alimentação saudável**

Mídia Online SAS

25/11/2010

OUTROS SITE (PR)

**Simpósio Sustentabilidade,
Alimento e Saúde**

Mídia Online SAS

01/11/2010

Agenda Universia

**Seminário juventude,
consumo e cidadania**

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

04/11/2010

Grupo de Planejamento

**Seminário: “Juventude,
Consumo e Cidadania”**

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

04/11/2010

Catraca Livre

**ESPM realiza seminário sobre juventude,
consumo e cidadania**

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

08/11/2010

Jornal Bleh Online

**ESPM realiza seminário Juventude,
Consumo e Cidadania e apresenta
pesquisa inédita sobre o tema**

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

2010

Voluntários em Ação

**ESPM realiza seminário sobre juventude,
consumo e cidadania**

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

2010

Administradores

**1º Seminário de Tendências do Consumo
Contemporâneo**

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons.

Contemp.

2010

Malagueta Newsletter

**ESPM realiza evento para discutir
consumo contemporâneo**

Mídia Online 1

2010

Administradores

**1º Seminário de Tendências do Consumo
Contemporâneo**

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons.

Contemp.

2010

Portal da Propaganda

**1º Seminário de Tendências do Consumo
Contemporâneo**

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons.

Contemp.

2010

Adonline

**1º Seminário de Tendências do Consumo
Contemporâneo**

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons.

Contemp.

2010

Iguatemix

**Publicidade na web é mais influente nas
compras**

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons.

Contemp.

2010

Agenda Garanhuns

**Publicidade na web é mais influente
nas compras**

Mídia Online 1º Sem. de Tend. do Cons.

Contemp.

2010

Instituto Ressoar

**ESPM realiza seminário sobre juventude,
consumo e cidadania**

Mídia Online Juventude, Consumo e Cidadania

2010

Saúde Business

Sustentabilidade, Alimentação e Saúde

Mídia Online SAS

2010

Alimento Seguro

**Evento discute food service X
alimentação saudável**

Mídia Online SAS

2010

Estudos do consumo

**Evento “Sustentabilidade, Alimentação e
Saúde”**

Mídia Online SAS

2010

Meta Análise

**Encontro reunirá especialistas que
discutirão as novas tendências do setor
e a apresentação do novo estudo
do Laboratório Global de Embalagem
da ESPM**

Mídia Online SAS

2010

Blog Criar Digital

**Seminário sobre Sustentabilidade,
alimentação e Saúde**

Mídia Online SAS

2010

Ressoar

**Evento debaterá Sustentabilidade,
Alimentação e Saúde**

Mídia Online SAS

2010

Design Informa

**ESPM e ILSI Brasil promovem
discussão sobre a restrição
da propaganda de alimentos**

Mídia Online SAS

2010

Jornal Empresas e Negócios

Hábitos Alimentares

Mídia Online SAS

2010

Revista Hospital Brasil

**Simpósio Sustentabilidade,
Alimento e Saúde**

Mídia Online SAS

07/12/2010

UOL

**Evento da ESPM e ILSI Brasil trataram de
assuntos importantes da
alimentação moderna**

Mídia Online SAS

27/05/2010

**RÁDIO CULTURA (SP) ESPM promove
seminário sobre hábitos de alimentação
dos brasileiros**

Rádio Tend. do Cons. Contemp.

06/06/2010

CBN

**ESPM promove o 1º Seminário Tendências
do Consumo Contemporâneo**

Rádio Tend. do Cons. Contemp.

09/08/2010

Rede Record

**Novos apartamentos aderiram a moda
do espaço gourmet**

Televisão Tend. do Cons. Contemp.

11/11/2010

Globo News

**Especialistas debatem demora dos jovens
para sair de casa**

Televisão Tend. do Cons. Contemp.

15/11/2010

CNT

**Jovens brasileiros se dizem bem
informados, mas sabem pouco sobre
meio ambiente e política**

Televisão Juventude, Consumo e Cidadania



Sobre a ESPM

A ESPM é uma instituição cultural sem fins lucrativos, que atua nas áreas de Educação em todos os níveis e Pesquisa, especializada em Comunicação, Marketing e Gestão, oferecendo programas de formação e aperfeiçoamento profissional de qualidade, para benefício da sociedade. Nossos alunos são – ou se tornam – líderes no mercado de trabalho.

ESPM

