

**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU**

RELATÓRIO BIENAL

2012

2011



ESPM

**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU**












RELATÓRIO BIENAL

2012

2011



SUMÁRIO

	6	Diretoria
	8	Pró-Reitoria e Departamentos
	12	Publicações
	12	Artigos em veículos peer-reviewed
	26	Livros
	28	Capítulos de livros
	39	Projetos de Pesquisa do Biênio - Professores e Pesquisadores
	58	Projetos de Pesquisa do Biênio - Institucionais
	60	Artigos em magazines
	64	Bolsas e Financiamentos - 2012
	64	Recebidos
	66	Concedidos
	66	Bolsas Institucionais
	67	Programa Ciência sem Fronteira
	68	Bolsas e Financiamentos - 2011
	68	Recebidos
	69	Concedidos
	69	Bolsas Institucionais
	70	Bolsas e Financiamentos - 2010 a 2012
	72	Programa de Mestrado
	72	Comunicação e Práticas de Consumo - 2012
	72	Entrantes 2013 - 2012
	72	Alunos Regulares 2012
	72	Formandos 2012
	73	Dissertações
	74	Comunicação e Práticas de Consumo - 2011
	74	Alunos Regulares 2011
	74	Formandos 2011
	74	Dissertações
	76	Gestão Internacional 2012
	76	Entrantes 2013 - 2012
	76	Alunos Regulares 2012
	76	Formandos 2012
	77	Dissertações
	78	Gestão Internacional 2011
	78	Alunos Regulares 2011

	79	Eventos realizados 2012
	79	PMGI
	80	CAEPM
	81	PPGCOM
	82	MEDIA LAB
	83	Eventos realizados 2011
	84	Professores e executivos convidados 2012
	84	PMGI
	84	PPGCOM
	85	MEDIA LAB
	85	CAEPM
	86	Professores e executivos convidados 2011
	87	Livros publicados por professores da ESPM de outras áreas no Biênio
	92	Presença na mídia
	96	CAEPM
	97	MEDIA LAB
	98	PMGI
	99	PPGCOM
	116	Sobre a ESPM

Relatório bianal 2011/2012 – Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação
Stricto Sensu / Marcos Amatucci, Liliâne Matias de Almeida,
Rossana Orte André. – São Paulo, 2012.
119 p. : il., color., tab.

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, 2012.

1. Relatório 2. Bienal 3. Pesquisa 4. Pós-graduação. I. Título. II. Amatucci,
Marcos. III. Almeida, Liliâne Matias. IV. André, Rossana Orte. V. Escola Superior
de Propaganda e Marketing.

Projeto gráfico, diagramação e finalização: Casa Desenho Design

DIRETORIA

DIRETOR-PRESIDENTE

José Roberto Whitaker Penteadó Filho

VICE-PRESIDENTE ACADÊMICO

Alexandre Gracioso

PRÓ-REITOR DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

Marcos Amatucci

STAFF DA PRÓ-REITORIA

Liliane Matias de Almeida Brazil – Assistente da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação *Stricto Sensu*

ESCRITÓRIO DE PROJETOS APLICADO À PESQUISA

Mari Mitsuru Nishimura

PROFESSORES DO PPGCOM – MESTRADO E DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO

Gisela Grangeiro da Silva Castro

Isabel Orofino

João Luiz Anzanello Carrascoza

Luiz Peres Neto

Marcia Perencin Tondato

Maria Aparecida Baccega – Decana

Monica Rebecca Ferrari Nunes

Rosamaria Luiza de Melo Rocha – Coordenadora

Silvia Borelli – Professora Colaboradora

Tania Marcia Cesar Hoff – Vice Coordenadora

Vander Casaqui

PROFESSORES DO PMGI – MESTRADO EM GESTÃO INTERNACIONAL

Eduardo Eugênio Spers

Felipe Mendes Borini

Frederico Araujo Turolla – Vice Coordenador

George Bedinelli Rossi

Ilan Avrichir

Júlio César Bastos de Figueiredo

Manolita Correia Lima

Marcos Amatucci

Mateus Canniatti Ponchio

Thelma Valéria Rocha – Coordenadora

Vivian Lara Strehlau

SECRETARIA ACADÊMICA

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

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM (CAEPM)**Direção**

Ricardo Zagallo Camargo – Diretor Executivo

Coordenação de pesquisa

Manolita Correia Lima – Coordenação geral/metodologia
Veranise Dubeux – Coordenação geral/Métodos quantitativos/Representante da ESPM-Rio
Fábio Hansen – Representante da ESPM-Sul
João A. Carrascoza – Representante da área de Comunicação
Júlio Figueiredo – Representante da área de Administração
Marcelo Montore – Representante da área de Design
Maria Elisabete Antonioli – Representante da área de Jornalismo
Rodrigo Cintra – Representante da área de Relações Internacionais

Assistência

Berenice Valêncio de Araújo Ferreira

Estagiário

Daniel Augusto Azevedo Moori

ESPM MIDIA LAB

Vinicius Andrade Pereira
Beatriz Brandão Polivanov

OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

Gabriel Vouga Chueke

PRÓ-REITORIA E DEPARTAMENTOS

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

A Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação *Stricto Sensu* da ESPM (PRPPG) busca fomentar e sustentar a pesquisa na escola. Agrega um Escritório de Projeto aplicado à Pesquisa, que faz a ponte entre a pesquisa docente e discente e os órgãos de fomento do governo, como CAPES, CNPq, FAPESP, FAPERJ e FAPERGS; e diversos núcleos de pesquisa: o ESPM Media Lab, o CAEPM, o Observatório de Multinacionais Brasileiras e o Centro de Referência do Comportamento do Consumidor. Em coordenação com as unidades locais, supervisiona os programas de Pós-Graduação *stricto sensu*. Os programas de Pós Graduação mantêm diversos Grupos de Pesquisa Certificados no CNPq, os quais podem ser consultados nos respectivos sites dos programas.

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

O Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM) foi iniciado em 2006, e hoje oferece cursos de Mestrado Acadêmico e Doutorado. Tem por objetivo formar docentes, investigadores e extensionistas de alto nível, com competência de atuação nacional e internacional, que possam assumir responsabilidades pela execução e liderança nas atividades de pesquisa, orientação e ensino na área de Comunicação.

Processo seletivo rigoroso, cotidiano de pesquisa intenso e investimento duradouro na consolidação de nossa particularidade investigativa são os principais eixos que orientam nossa dinâmica curricular e pautam a qualidade da presença de nosso corpo docente e discente nos principais fóruns científicos nacionais e internacionais. Há perfeita integração entre Linhas de Pesquisa, estrutura curricular, Grupos CNPq e projetos de pesquisa, nos quais se distribui equilibradamente o corpo docente e seus respectivos orientandos.

Diferencial e abordagem

Trata-se do primeiro e único PPGCOM brasileiro inteiramente dedicado ao estudo da interface entre comunicação e consumo, e das relações a ela articuladas. Problematizar a articulação, historicamente estabelecida, entre as dinâmicas da comunicação, da mídia e do consumo, em seus aspectos materiais e simbólicos, significa refletir sobre uma temática de complexidade, que entrelaça as dimensões estruturais da sociedade às experiências mais corriqueiras e ordinárias de nossa vida cotidiana.

O conceito de consumo, apreendido a partir dos aportes peculiares ao campo da comunicação, constituiu-se em um lugar estratégico para se indagar sobre a emergência de uma nova reflexividade na vida sociocultural da atualidade.

Linhas de pesquisas: Processos de recepção e contextos socioculturais articulados ao consumo e Lógicas da produção e estratégias midiáticas articuladas ao consumo

Revista CMC

A revista *Comunicação, Mídia e Consumo* (editada desde 2004 e desde 2009 classificada pelo sistema Qualis como B1 na área de Ciências Sociais Aplicadas I), publica produção acadêmica de excelência, nacional e internacional. Desde 2012, inclui, no formato digital, versão trilingue (português/espanhol/inglês) do seu dossiê temático. É indexada em sete bases de dados em portais de revistas científicas: Revcom, Latindex, IBICT/Seer, Sumarios.org, LivRe, EBSCO e Univerciência.

Periodicidade: quadrimestral

ISSN: 1806-4981

Revista eletrônica: <http://revistacmc.espm.br>

Programa de Mestrado em Gestão Internacional (PMGI) Mestrado em Administração

O Programa de Mestrado em Gestão Internacional (PMGI) da ESPM São Paulo é um programa de pós-graduação acadêmico, ou seja, *stricto sensu*, reconhecido pela Capes, na área de administração. O curso, voltado para interessados em se tornar mestres em administração, prepara o aluno para ser professor, desenvolver pesquisas e estudos e tem duração de dois anos. Nesse período o mestrando irá cursar um mínimo de 12 disciplinas, sendo 6 obrigatórias e 6 eletivas, cumprindo ainda os créditos concedidos pelo desenvolvimento da dissertação, totalizando 390 horas de curso. As aulas iniciam-se em março e acontecem em duas tardes por semana, das 14h às 18h30. Além das aulas, o aluno cumpre horas de leitura, participa das reuniões de orientação e dos eventos promovidos pelo mestrado.

Linhas de pesquisas

O PMGI possui duas linhas de pesquisa: Estratégia em Gestão Internacional e Marketing em Gestão Internacional.

Revista Internext

A InternexT, revista eletrônica de negócios internacionais da ESPM, começou em 2006, como instrumento acadêmico de discussão sobre questões ligadas ao desenvolvimento da área de gestão internacional no Brasil.

A revista tem por objetivo alavancar as publicações de pesquisas e reflexões na área, fornecendo um espaço próprio para pesquisadores, docentes, doutorandos e mestrandos, com interesse nessa temática. No ano 2010, a InternexT foi contemplada com status Qualis B5.

Periodicidade: semestral

ISSN: 1980-4865

Revista eletrônica: <http://internext.espm.br>

Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM)

O Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM) tem a missão de promover a geração de conhecimentos de fronteira orientados para a inovação. Realiza atividades que priorizam as grandes áreas de interesse da ESPM, a saber, Comunicação, Gestão, Consumo e Marketing, articuladas aos cursos de Administração, Comunicação Social, Jornalismo, Design, e Relações Internacionais. Tem como característica o diálogo constante com os diversos setores da Escola para formular princípios e planos de atuação compatíveis com o presente e o futuro da instituição.

Breve Histórico

O CAEPM foi criado em abril de 2005. Em 2006 ocorreu uma fase experimental e em 2007 iniciou-se a operação efetiva, com rotinas orientadas para produção e divulgação de conhecimento. Desde 2009 o Centro passa a desenvolver uma agenda própria de pesquisas e a partir de 2013 reforça o vínculo com os interesses dos cursos de Graduação, assim como inclui entre suas modalidades de pesquisa a realização de projetos temáticos, voltados para áreas consideradas estratégicas pela ESPM.

ESPM Media Lab

O ESPM Media Lab é um laboratório que investiga, através de pesquisas básicas e aplicadas, as principais transformações na comunicação contemporânea e na cultura digital, com foco em Mídias, Entretenimento, Design e Intervenções Artísticas. É um espaço produtor e difusor de conhecimento para formação de professores, alunos e profissionais do mercado, assim como um polo de experimentação em linguagens para novos meios.

Em estreita colaboração com outros centros de pesquisa e com empresas, o ESPM Media Lab contou neste período com patrocínios da Agência Click/Isobar e do Bradesco.

Observatório de Multinacionais Brasileiras

O Observatório de Multinacionais Brasileiras da ESPM é um centro internacional de pesquisa científica que concentra seus esforços no estudo do processo de internacionalização de empresas brasileiras, cuja missão é: Ser um centro de excelência acadêmica no mapeamento e difusão de informações sobre investimentos brasileiros no exterior.

Escritório de projetos e apoio à pesquisa

O escritório de projetos de apoio à pesquisa faz a ponte entre a pesquisa docente e discente e os órgãos de fomento do governo, como CAPES, CNPq, FAPESP, FAPERJ e FAPERGS. Os programas de Pós-Graduação mantêm diversos Grupos de Pesquisa Certificados no CNPq, os quais podem ser consultados nos respectivos sites dos programas.

Bolsas administradas pelo Escritório de projetos e apoio à pesquisa:

Bolsa/auxílio	Agência financiadora	Quantidade			
		2011	2012	2013	Total
Bolsa de Produtividade à Pesquisa	CNPq			3	3
Bolsa Estágio Pós-Doutoral no Exterior	CAPES			1	1
Bolsa de Mestrado	FAPESP		2		2
Bolsa de Mestrado - PROSUCN	CAPES	5			5
Bolsa de Mestrado - PROSUP	CAPES			15	15
Bolsa de Doutorado - PROSUP	CAPES			6	6
Bolsa de Graduação - PIC	ESPM	7	15		22
Bolsa de Graduação - PIBIC	CNPq	5	7		12
Projeto Regular	FAPESP			1	1
Edital Universal	CNPq		2		2
Ciência Humanas, Ciências Sociais Aplicadas	CNPq			3	3
Programa de Apoio a Eventos no País - PAEP	CAPES	2	1		3
Programa de Apoio a Evento no Exterior (pesquisadores) - PAEX	CAPES		3		3
Organização de Reunião	FAPESP		2		2
Auxílio Publicação	FAPESP	1		1	2
FAP-Livros	FAPESP	1			1
Editoração	CNPq		1		1
Total anual		21	33	30	84

Publicações

Artigos em veículos peer-reviewed

Em 2012 foram publicados 97 artigos em veículos peer-reviewed

ALMEIDA, L. F.; ZYLBERSZTAJN, D.
Análise comparada entre o mercado decrédito agrícola no Brasil e nos Estados Unidos.
 Organizações Rurais e Agroindustriais (UFLA), v. 14, p. 1, 2012.

ALVES, R.; ROMUALDO, M.C.S.;
 PAIVA, C.; AMPARO, F.C.; MOREIRA, P.;
 MAGNONI, C.D., SOUZA, A.
Diferenças estruturais e qualitativas dos óleos de oliva, girassol e linhaça e seus efeitos sobre as doenças cardiovasculares.
 Revista da Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo, volume 2, 2012

AMATUCCI, M.
Estratégia Global, Inovação Local
 Revista da ESPM, v. 19, n. 5, p. 70-75, 2012

AMATUCCI, M.; BERNARDES, R. C.
Impact of product development on subsidiary strategy: a case in the brazilian automotive sector.
 Espacios (Caracas), v. 33, p. 4-6, 2012.

AMATUCCI, M.; MARIOTTO, F. L.
The internationalisation of the automobile industry and the roles of foreign subsidiaries.
 International Journal of Automotive Technology and Management, v. 12, p. 55-75, 2012.

AMATUCCI, M.; NISHIO, L. Y.;
 LOUREIRO, L. C.; BRAGA, M. M.
Desempenho exportador: um estudo empírico das pequenas e médias empresas paulistas durante a crise de 2008.
 Gestão & Planejamento (Salvador), v. 13, p. 1-19, 2012.

ANJO C.; BARBOSA, J. G.;
 BOUZADA M.; NETO C. G.
Inovação e formação de estratégias empresariais: um estudo de caso no setor de material de defesa
<http://revistas.utfpr.edu.br/pg/index.php/revistagi/article/view/866/782>

AVRICHIR, I.; CHUEKE, G. V.
Comportamento exportador de empresas brasileiras do setor de rochas ornamentais: um estudo de caso múltiplo envolvendo fatores organizacionais, gerenciais e ambientais
 Gestão.org
<http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg/index.php/gestao/article/view/304>

AVRICHIR, I.; CHUEKE, G. V.
Empreendedorismo institucional: uma análise de caso no setor de energia elétrica brasileiro
 RAM. Revista de Administração Mackenzie
http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1678-69712011000600007&script=sci_arttext

AVRICHIR, I.
Aprendendo com o salmão
 Revista da ESPM, v. 19, nº 5, p. 80-85, 2012

BACCEGA, M. A.
Ressignificação e atualização das categorias de análise da ficção impressa como um dos caminhos de estudo da narrativa teleficcional
 Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura (v. 01, p. 01-19, 2012.)
http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa8/100.Resignificacao_e_atualizacao_das_categorias_de_analise_da_ficcao_impressa-como_um_dos_caminhos_de_estudo_da_narrativa_teleficcional.pdf

BACHA, M. L.; STREHLAU, S.; STREHLAU, V. I.

Proposta de segmentação para usuárias de bolsas de marcas de luxo falsificadas.

PMKT: Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia

BARBOSA, L.; VELOSO, L.; DUBEUX, V. J. C.

Music and youth in brazilian contemporary society

International Review of Social Research, v2, p.22 - 44, 2012

http://irsr.eu/issue04/02_Barbosa_p28-44.pdf

BARROS, C.

Juvenile sociability, cultural classifications and tastes : a study on the universe of games and social networks in lower class lan houses

International Review of Social Research, v. 2, p. 91-103, 2012.

http://www.irsr.eu/4_barros.html

BARROS, C.

Representations of poverty and digital inclusion: clashes over alterity in the field of technology and the virtual universe

Journal of Latin American Communication Research, v. 2, p. 92-114, 2012

<http://alaic.net/journal/index.php/jlacr/article/view/32>

BERGAMO, F.; GIULIANI, A.; CAMARGO, S.; ZAMBALDI, F.; PONCHIO, M.

A lealdade do estudante baseada na qualidade do relacionamento: uma análise em instituições de ensino superior

BBR – Brazilian Business Review (QUALIS-CAPES A2)

http://www.bbronline.com.br/artigos.asp?sessao=ready&cod_artigo=20

BOCORNÝ A. E. P.; KILIAN C. K.; WILKENS R.; VILLAVICENCIO, A.

Critérios de seleção de termos utilizados na construção de glossários pedagógicos online baseados em corpus especializado

entrelinhas - Revista do Curso de Letras da Unisinos

<http://www.unisinos.br/revistas/index.php/entrelinhas>

BONETTI, M. A. C.

Karl Marx e Walter Benjamin

Revista Z cultural – UFF

<http://revistazcultural.pacc.uffrj.br/karl-marx-e-walter-benjamin-de-marco-antonio-bonetti/>

BORINI, F. M.; FLORIANI, D. E.;

FLEURY, M. T. L.

O tamanho da multinacional brasileira e o desenvolvimento de competências no exterior

Revista de Administração (FEA-USP), 2012. (aceito)

BORINI, F. M.; OLIVEIRA JR, M.M.;

SILVEIRA, F. F.; CONGER, R. O.

The reverse transfer of innovation of foreign subsidiaries of brazilian multinationals.

European Management Journal (Cessou em u992), v. 30, p. 219-231, 2012.

BORINI, F. M.; OLIVEIRA JR., M. M.;

CHUEKE, G. V.

Transferência reversa de práticas de responsabilidade social corporativa em subsidiárias estrangeiras no Brasil

BBR. Brazilian Business Review

BORINI, F. M.

Discurso ou prática: a responsabilidade social e ambiental das multinacionais.

Marketing (São Paulo), v. 45, p. 65-69, 2012.

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

Dos sinos ao Ipod: sons, espaços e identidades nas novas estratégias das marcas

Comunicação, mídia e consumo (ESPM), Ano 9, Vol. 9, N.25 AGO2012, p. 219.

<HTTP://revistacmc.espm.br>

CASTRO, G. G.

Screenagers: entretenimiento, comunicación y consumo en la cultura digital.

Meios y Enteros

Revista Digital de la Escuela de Comunicación Social - Universidad Nacional de Rosario ISBN 1852-6322

Edición nº 11 - Noviembre-Diciembre 2012

link: <http://www.mediosyenteros.org.ar/home/?p=823>

CASTRO, G.

Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor-fã

Revista Fronteiras, estudos midiáticos Unisinos

<http://www.unisinos.br/revistas/index.php/fronteiras/article/view/fem.2012.142.07/998>

CASTRO, G.

Notas sobre a inserção da telenovela brasileira na cibercultura

Comunicación Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura

Número 10- Vol. 1, 2012

Universidade de Sevilha ISSN 1989-600X

http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/003.Notas_sobre_a_insercao_da_telenovela_brasileira_na_cibercultura.pdf

CASTRO, G; OLIVEIRA, C. A.

O discurso da responsabilidade social nas empresas contemporâneas: valorização da humanização das marcas nas campanhas publicitárias

Revista Comunicação Midiática, v. 7 n. 1

Faac – Unesp

E-ISSN 2236-8000

<http://www.mundodigital.unesp.br/revista/index.php/comunicacaomidiatica/article/viewFile/171/108>

CHAMIE, B. C; IKEDA, A. A.; PARENTE, J.

Atmosfera de loja como um elemento da estratégia varejista

RAD Vol.14, n.1, Jan/Fev/Mar/Abr 2012, p.01-31.

<http://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/view/10178>

CHUEKE, G. V.; LIMA, M. C.

Pesquisa qualitativa: evolução e critérios

Revista Espaço Acadêmico (UEM), v. 11, p. 63-69, 2012.

<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/12974/8511>

CINTRA, R.

Leadership brasileira e integrazione economica in America Latina.

Ventunesimo Secolo, v. 27, p. 53-71, 2012.

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

A cultura do consumo e o entretenimento como linguagem multissensorial.

Lumina (UFJF), Vol. 5, 2011, p. 1-12.

COSTA, S.; BORINI, F. M.

A importância do determinismo ambiental para a realização de alianças estratégicas por subsidiárias estrangeiras

Economia Global e Gestão, 2012.

CUNHA, P. R.

O espelho da sociedade contemporânea.

Revista da ESPM, v. 19, p. 96-101, 2012.

ENIO, M. J.

Toda chuva molha, mas nem sempre transtorna.

Observatório da Imprensa (São Paulo), v. 679, p. 1-1, 2012.

FABRETTI, D.

O direito de intervir na sociedade é inerente ao estado de direito?

Revista da ESPM- 2012

FARIAS C.; BOUZADA M.

Abordando probabilisticamente um problema com decisões sim ou não: um estudo de determinação de mix de projetos de consultoria

<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/view/1177/1571>

FERNANDES, O. A.

O liberalismo financeiro em xeque.

Revista da ESPM, v. 19, p. 18-25, 2012.

FERRAZ, T; CRUZ, L. S.

Quando o cinema é a maior sofisticação: experiências sensíveis, desejo e práticas de consumo nas salas exibidoras de luxo do Rio de Janeiro

<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/issue/view/7/showToc>

FIGUEIREDO, J. C. B.

Caos determinístico em um modelo simplificado de cadeia produtiva.

Produção

Produção (São Paulo. Impresso).

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-65132012005000050&script=sci_arttext

FIGUEIREDO, J. C. B.

Modelo de difusão de bass: uma aplicação para a indústria de motocicletas no Brasil.

Revista Gestão Industrial.

<http://revistas.utfpr.edu.br/pg/index.php/revistagi/article/view/881>

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

BORINI, F. M.

Is production the core competence for the internationalization of emerging country firms?

International Journal of Production Economics, v. 140, p. 439-449, 2012.

FRANÇA, R.; SOUZA, E.; BOUZADA, M.
A aplicação da programação inteira na solução logística do transporte de carga: o solver e suas limitações na busca pela solução ótima
<http://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/866>

FREITAS, A.S.; NARDUCCI, V.;
 DUBEUX, V. J. C.; BERTRAND, H.
Projeto de capacitação docente e difusão do e-learning: uma investigação na busca de champions.
 RAI: Revista de Administração e Inovação, v.6, p.119 - 134, 2009
<http://www.scielo.br/pdf/rap/v45n2/02.pdf>

GIRARDELLO, G.; OROFINO, M.I.R.
Crianças, cultura e participação: um olhar sobre a mídia-educação no Brasil
 Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v. 9, p. 73-90, 2012.

GOMES, V. M. L. R.
O processo estratégico de marketing em empresas de desenvolvimento de software
 Gestão Contemporânea
<http://seer2.fapa.com.br/index.php/arquivo/article/view/106>

HERSKOVITS, J.; DUBEUX, V. J. C.;
 SOARES, C. M. M.; ARAUJO, A. L.
Interior point algorithms for nonlinear constrained least squares problems.
 Inverse Problems in Science & Engineering (Print)., v.12, p.221 - 223, 2004.

JESUS, D. S. V.
Aqui jaz o amor: o nascimento do homem, a produção das masculinidades e as relações internacionais.
 Revista Latino-Americana de Geografia e Gênero (UEPG), v. 3 (1), p. 17-29, 2012.

JESUS, D. S. V.
Autonomia e proteção: os estados nas conferências de exame do tnp (2000-2010)
 Oikos (Rio de Janeiro), v. 11(1), p. 39-65, 2012.

JESUS, D. S. V.
Em nome da autonomia e do desenvolvimento: o Brasil e a não-proliferação, o desarmamento e os usos pacíficos da energia nuclear.
 Meridiano 47 (UnB), v. 13, p. 28-34, 2012.

JESUS, D. S. V.
Emancipation through mediation: Brazil and the tehran declaration.
 The Global Studies Journal, v. 4(3), p. 185-194, 2012.

JESUS, D. S. V.
Mirando o passado: autonomia e proteção nas conferências de exame do tnp (2000-2010)
 História, v. 31(1), p. 392-419, 2012.

JESUS, D. S. V.
O mito revisitado: perspectivas alternativas sobre a paz de vestfália.
 Intellector (CENEGRI. Online), v. VIII, p. 1-18, 2012.

JESUS, D. S. V.
Os herdeiros de todos os medos: a dissuasão nuclear para os Eua e a Rússia (2000-2005)
 Brazilian Journal of International Relations, v. 1(2), p. 116-146, 2012.

JESUS, D. S. V.
The global role of an intermediate power: Brazil and the iranian nuclear program
 New Global Studies, v. 6(2), p. 1-15, 2012.

KAMLOT, D.; DUBEUX, V. J.; HABIB, T.
Comportamento do consumidor de artigos esportivos diante de acusações de atuação socialmente irresponsável de uma empresa globalmente reconhecida
 Revista Contextus

KAMLOT, D.; DUBEUX, V. J. C.;
 CASTRO; L. N. V.
Comportamento dos consumidores de instituições financeiras antes e após um processo de fusão
 Revista de Economia e Administração (Impresso), v.10, p., 2011

LEMOS, A. H.; DUBEUX, V. J. C.; PINTO, M.
Empregabilidade dos jovens administradores: uma questão de meritocrática ou aristocrática?
 BBR. Brazilian Business Review (Edição em português. Online), v.8, p.94 - 115, 2011.
http://www.sumarios.org/sites/default/files/pdfs/65684_7424.PDF

LEMOS, A. H.; DUBEUX, V. J. C.; PINTO, M.
Educação, empregabilidade e mobilidade social: convergências e divergências.
 Cadernos EBAPE.BR (FGV)., v.VII, p.1 - 2, 2009.

NARDUCCI, V., VILLARDI, B., DUBEUX, V. J. C.
Uma metodologia para diagnóstico de clima organizacional: integrando motivos sociais, cultura brasileira com fatores do ambiente de trabalho do poder judiciário.
 Revista de Administração Pública (Impresso), v.v. 45, p.303 - 329, 2011.
<http://www.scielo.br/pdf/rap/v45n2/02.pdf>

OLIVEIRA JR, M. M.; BORINI, F. M.
The role of subsidiaries from emerging economies-a survey involving the largest brazilian multinationals.
 Thunderbird International Business Review (Print), v. 54, p. 361-371, 2012.

OLIVEIRA, B.; STREHLAU, S.; XIMENES, R.
Atitude e comportamento de consumo em um destino ecológico: um estudo com jovens de ilhabela (SP, Brasil).
 Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 6, p. 121, 2012.

OLIVEIRA, T. E.; ROSSI, G. B.; KUBO, E. K.; OLIVEIRA, J. T.
Valores organizacionais: fatores críticos a contribuir para a internacionalização das empresas que buscam a estratégia liderança em custos
 Internext, v. 7, n.2, p. 49-69, 2012

OROFINO, M. I. R; GIRARDELLO, G.
Crianças, cultura e participação: um olhar sobre a mídia-educação no Brasil.
 Comunicação, Mídia e Consumo
www.ppgcom.br

SOARES, P. A.; KOVACS, C.; MOREIRA, P.; SALEH, M. H.; MAGNONI, D.; FAINTUCH, J.
Is intake of vitamin d and calcium important for cardiovascular health in elderly obese patients?
 Obesity surgery, volume 2, 2012

PAIM, S. P.; ROSSI, G. B.; SILVA, D.; GERVASONI, V. C.
Lei dos genéricos: causa da vantagem competitiva
 Revista de Gestão em Sistemas de Saúde, v. 1, n. 1, p. 4-21, 2012

PALERMO, P. U.; PORSSSE, A. A.; PORTUGAL, M. S.
Exercícios de reestruturação tributária para o Rio Grande do Sul: análise com um modelo de equilíbrio geral computável inter-regional
 Revista ANPEC Selecta 2010
<http://www.anpec.org.br/revista/aprovados/Exercicios.pdf>

PAUTASSO, D.
A economia continental chinesa e seu efeito gravitacional
 Revista de Sociologia e Política. (UFPR. Impresso e digital), v. 19, p. 45-56, 2012.
<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v19s1/05.pdf>

PAUTASSO, D.
Reorientação na diplomacia brasileira e o Focem
 Meridiano 47 (UnB), v. 13, p. 10-16, 2012.
<http://seer.bce.unb.br/index.php/MED/article/viewFile/5576/5143>

PAUTASSO, D.; ALBANUS, A.
O Brasil e a cúpula América do Sul-África: um país emergente nas relações Sul-Sul.
 Século XXI: Revista de Relações Internacionais / Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio Grande do Sul., v. 3, p. 79-95, 2012.
<http://sumario-periodicos.espm.br/index.php/seculo21/article/view/1837/114>

PESAVENTO, F.
O colonial tardio e a economia do Rio de Janeiro na segunda metade dos setecentos: 1750-90
 Estudos Econômicos (USP)
<http://www.scielo.br/pdf/ee/v42n3/a06.pdf>

PONCHIO, M.C.; STREHLAU, V. I.
Eu estendido no interesse por automóveis clássicos: estudo comparativo entre consumidores paulistanos
 Revista Facef

RAMOS, P.; PEREIRA, A.Z.; MAGNONI, C. D.; SCARPATO, V.P.; CORREA, C.S.; BERTTI, F. S.
Circunferência de pescoço: um novo marcador nutricional para doença crítica
 Clinical Nutrition Supplements, Volume 7 Supplement 1, 2012

REBS, R. R.
Bens virtuais em social games
 Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

REBS, R. R.
Colecionando fragmentos de identidade: perspectivas do colecionismo virtual em social network games
 Revista Contemporânea (UERJ). 19ª Edição. 2012
<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/3026>

REIS, G. G.; BORINI, F.; FLORIANI, D. E.
A relação entre global mindset e capacidades adaptativas em empresas internacionalizadas
 Revista Alcance (Online), 2012. (aceito)

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

Internacionalização acelerada de empresas de base tecnológica: o caso das born globals brasileiras

RAC. Revista de Administração Contemporânea (Impresso), v. 16, p. 866-888, 2012.

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

Aesthetization of violence and contemporary cinema: death meets sensuality.

Ghrebh, 2012

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

Sedução, sonhos, fantasma: a erótica das visualidades.

Revista FAMECOS (Impresso), v.1, p.01, 2012

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

Sedução, sonhos, fantasma: a erótica das visualidades. Revista FAMECOS (Online), v. 19, p. 280-294, 2012 /

<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/11359/7747>

ROCHA, R.M.

Corpos significantes na metrópole discursiva: ensaio sobre fetichismo visual e ativismo juvenil.

Significação: Revista de Cultura Audiovisual http://www.usp.br/significacao/pdf/37_rocha.pdf

ROSSI, G. B.; SILVA, F. L.; SILVA, D.; GARCIA, M. N.

Interatividade: fator a aumentar a memorização e gerar mais acessos a sites na internet

Revista Brasileira de Gestão e Negócios (São Paulo. Impresso), v. 14, n. 12, p. 59-77, 2012

SÁ, S.; POLIVANOV, B.

Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais

Contemporânea (UFBA)

SÁ, S.; POLIVANOV, B.

Presentificação, vínculo e delegação nos sites de redes sociais

Comunicação, Mídia e Consumo (ESPM)

SANCHES, L.T.; MAGNONI, C. D.; COSTA, R. P.; ANDRADE, C.; WEBER, B.

Como criar e implementar indicadores de qualidade no cuidado nutricional

Clinical Nutrition Supplements, Volume 7 Supplement 1, 2012

SANTORO, L; BOUZADA M.

Jogo de empresas interdisciplinar: elaboração e teste

<http://www.uff.br/pae/index.php/pca/article/view/127/135>

STREHLAU, V. I., PONCHIO, M. C.; LOEBEL, E.

An assessment of the consumer ethnocentric scale (cetscale): evidences from Brazil.

BBR – Brazilian Business Review

TERRES, M.

O papel das consequências – brandas e severas – nas trocas de serviços médicos.

Revista gestão & Planejamento

<http://revistas.unifacs.br/index.php/rgb/author/submission/2138>

TOLEDO, M. V. P.

Os golfinhos da comunicação

Revista da ESPM, v. 19, n.4, p.56-59, 2012.

TONDATO, M. P.

Avançando pelo século XXI: telenovela, um gênero perene.

Comunicacao e Educacao (USP), v. XVII, p. 101-110, 2012.

http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci_serial&pid=0104-6829&lng=pt&nrm=iso

TONDATO, M. P.

Cenários internacionais na teleficação - (re) conhecendo-se na geografia do imaginário: consumo comunicação identidade.

Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, v. 1, p. 289-302, 2012

<http://www.ruigracio.com/000pdf/Anuario2011prv.pdf>

TONDATO, M. P.

Viajando com a telenovela: o turismo ficcional como amplificação de universos simbólicos e materiais

Revista Comunicación, v. 1, p. 1031-1046, 2012.

<http://www.revistacomunicacion.org/>

TONDATO, M. P.; TEMER A. C. R. P.
Representações dos bolivianos na mídia brasileira: a questão do trabalho e as migrações econômicas na américa latina
 Revista Comunicación, v. 1, p. 429-442, 2012.
<http://www.revistacomunicacion.org/>

TUROLLA, F. A.
O mercado internacional de commodities alimentícias e a taxa de câmbio do yuan
 Informações Econômicas (Online), v. 24, p. 87-97, 2012.
<ftp://ftp.sp.gov.br/ftpiea/publicacoes/IE/2012/ie-4-12.pdf>

TUROLLA, F. A.
Remittances and the internationalization of latin american banks.
 Espacios (Caracas), v. 33, p. 23-24, 2012.
<http://www.revistaespacios.com/a12v33n02/123302141.html>

TUROLLA, F. A.; MARGARIDO, M. A.
Investimentos diretos estrangeiros e non-equity modes no setor agrícola.
 Informações Econômicas (Online), v. 42, p. 19-28, 2012.
<ftp://ftp.sp.gov.br/ftpiea/publicacoes/IE/2012/ie-4-12.pdf>

TUROLLA, F. A.
O impacto econômico dos megaeventos esportivos: experiência internacional e perspectivas para o Brasil.
 Revista Tecnologia de Crédito (SERASA Experian)
<http://www.serasaexperian.com.br/serasaexperian/publicacoes/revista/>

ZISMANN, T.
Getúlio vargas na ficção: leituras comparadas de um suicídio político
 Literatura e autoritarismo – ISSN 1679x849x
http://w3.ufsm.br/grpesqla/revista/dossie10/art_10.php

Em 2011 foram publicados 120 artigos em veículos peer-reviewed

ABREU, L. M.; MORAES, A.
Point navigation map method to track low income mobile user's interaction
 Work
<http://iospress.metapress.com/content/d8816n2345646763/?p=efdaa2f3304e4d8fa36922da35a782e0&pi=11>

ALCADIPANI, R; ROSA, A. R.
From global management to glocal management: latin american perspectives as a counter-dominant management epistemology.
 Canadian Journal of the Administrative Sciences

ALMEIDA, L. F.; ZYLBERSZTAJN, D; KLEIN, P. G.
Determinants of contractual arrangements in agricultural credit transactions.
 RAUSP-e (São Paulo), v. 45, p. 209-220, 2011.

AMARAL, O. E.
Ainda conectado: o PT e seus vínculos com a sociedade.
 Opinião Pública (UNICAMP. Impresso), v. 17, p. 1-44, 2011.

AVRICHIR, I.; ALMEIDA, V. M. C.; ANDREASSI, T.
Caso webbusiness: vender ou não vender, eis a questão
 Revista RAC. Revista de Administração Contemporânea (Impresso) JCR. v. 15, p. 776-789, 2011.

AVRICHIR, I.; ALMEIDA, V. M. C.
Guliani de piacenza: um caso de negociação internacional entre sócios de uma PME (pequena e média empresa).
 Revista RAEP – Administração: Ensino e Pesquisa JCR, v. 12, p. 319-340, 2011

BACCEGA, M. A.
Clô: uma personagem da sociedade de consumo
 Revista Comunicação&Educação

BARROS, C.
“Distinção e compartilhamento no jogo da sociabilidade juvenil: um estudo em lan house popular”.
 Revista Intexto, do Departamento de Comunicação Social da UFRGS

BARROS, C.

Interações e alteridade nas apropriações de redes sociais e games

Revista Iluminuras UFRGS

BOCORNY, A. E. P.

Panorama dos estudos sobre a linguagem da aviação

Revista Brasileira de Linguística Aplicada, v. 11, p. 963-986, 2011.

<http://www.scielo.br/pdf/rbla/v11n4/a08v11n4.pdf>

BOCORNY, A. E. P.; VILLAVICENCIO, A.; KILIAN, C. K; WILKENS, R .

Projeto glossri: a construção de um glossário online colaborativo com elementos multimeios para aprendizes da área de relações internacionais e seus resultados preliminares.

Revista Virtual de Estudos da Linguagem, v. 9, p. 305-321, 2011.

http://www.revel.inf.br/files/artigos/revel_17_projeto_glossri.pdf

BOCORNY, A. E. P.; VILLAVICENCIO, A.; KILIAN, C. K; WILKENS, R.

A construção de um glossário bilíngue (inglês/português) multimeios online colaborativo para aprendizes baseado em corpus especializado da área de relações internacionais.

Revista trama (UNIOESTE. Online), v. 6, p. 9-25, 2011.

<http://e-revista.unioeste.br/index.php/trama/article/view/5115/3817>

BONASSA, A.; CUNHA, C. B.

Sistema de apoio à decisão para a otimização da roteirização da separação manual de peças em armazém utilizando planilhas eletrônicas

Gestão & Produção (UFSCAR)

BONETTI, M. A. C.

Natureza da televisão digital

Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação Vol XIII, n. 1, Ene, Abr.

<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/vol.XIII,n1,2011/AMarcoBonetti.pdf>

BONETTI, M. A. C.

Luzes e sombras nas páginas do livro “cinema como arte” de Rudolf Arnheim

Revista Ghrebh-, v. 1, n. 17 (2011)

<http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path%5B%5D=385>

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

Development of non-local competences in foreign subsidiaries of brazilian multinationals

Revista European Business Review, v. 23, p. 106-119, 2011

BRIGIDO, E. V.

A guerra e a sua regulamentação pelo direito internacional

Amicus Curiae (UNESC) | <http://periodicos.unesc.net/index.php/amicus>

BRIGIDO, E. V.

Bitributação internacional da renda e os acordos firmados pelo Brasil

Revista Jurídica Empresarial (Síntese)

BRIGIDO, E. V.

Jurisdição do tribunal penal internacional: o caso do Sudão.

De Fato e de Direito (UNISUL)

CAMARGO, R. Z.

Aifone

Revista Comunicação, Mídia e Consumo, Ano 8, v.8, n.23 (nov/2011)

CARRASCOZA, J. L. A.

O discurso da ironia e o consumo do grotesco na publicidade

Comunicação e Educação (ECA/USP)

BARROSO, C. L.; CARRASCOZA, J. A.; GUARDIA, M. L. G.

Paráfrase e memória: estratégias persuasivas do discurso publicitário contemporâneo

Revista Comunicação, Mídia e Consumo (ESPM)

CASAQUI, V.

Mcluhan e as estratégias publicitárias contemporâneas: transformações nos papéis de produtores e consumidores.

Revista da ESPM, v.18, p.152 – 157.

CASTELLO, M. G.

Brazilian policies on climate change: the missing link to cities.

Cities (ISSN 0264-2751)

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275111001016>

CHIAVEGATTI, D.; TUROLLA, F. A.

Risco no modelo de internacionalização de uppsala.

Revista Organizações em Contexto

CONTEL, F. B.; LIMA, M. C.

A internacionalização da educação superior e a mercantilização de sua oferta no Brasil e no mundo

Revista Conteúdo. Confederação Nacional dos Trabalhadores em estabelecimentos de Ensino, v. III, no. 9, p. 46-50, 2011. ISSN: 1984-4026.

CRESCITELLI, E.; FIGUEIREDO, J. B.

O uso de mapas conceituais para ensino de comunicação de marketing.

Administração em Diálogo., v.13, p.3 -, 2011.

CUNHA, C. F.; SPERS, E. E.;

ZYLBERSZTAJN, D.

Percepção sobre atributos de sustentabilidade em um varejo supermercadista.

Revista RAE (Impresso), v.51, p.542 - 552, 2011

CUNHA, P. R. F.

Toda carreira é uma estratégia a ser construída

Revista da ESPM, v. 18, p. 58-65, 2011.

ERTHAL, A. A.; CASTANHEIRA, J. C. S.

O cinema sensível: sensorialidades em pré e pós-cinemas

Revista Fronteiras

<http://www.unisinos.br/revistas/index.php/fronteiras/article/view/fem.2011.132.06>

ESSENFELDER, R.

Por que o humorista não tem graça.

Observatório da Imprensa (São Paulo), v. 663, p. 663, 2011.

ESSENFELDER, R.

Facebook e o mito de narciso.

Observatório da Imprensa (São Paulo), v. 665, p. 665, 2011.

ESSENFELDER, R.

Griselda, heroína mítica.

Observatório da Imprensa (São Paulo), v. 666, p. 666, 2011.

ESSENFELDER, R.

O facebook é antidemocrático?

Observatório da Imprensa (São Paulo), v. 670, p. 670, 2011.

FERNANDES, O. A.

Uma reforma necessária.

Revista da ESPM, v. 18, p. 64-67, 2011.

FERRAGI, C. A.

Sense of purpose and responsiveness: cultural contributions of the Japanese koban for the São Paulo State Military Police

Revista LEVS (Marília)

FERRUZZI, M.; NETO, M. S.; SPERS, E. E.; PONCHIO, M. C.

Razões da terceirização de serviços em empresas de médio e grande porte

Revista BBR. Brazilian Business Review (ISSN 1808-2386), volume 8, número 4, páginas 46 a 69

FIGUEIREDO, J. C. B.

Caos em modelos simplificados de cadeias produtivas

Revista Produção

FIGUEIREDO, J. C. B.; DIAMBRA, L.;

MALTA, C. P.

Convergence criterium of numerical chaotic solutions based on statistical measures

Revista Applied Mathematics

FILHO, D. F. C.; BRESCIANI, L. P.

O planejamento e a gestão para o desenvolvimento sustentável: o caso da cidade de Jundiá.

Cadernos Gestão Pública e Cidadania – Volume 52 – EAESP-FGV

<http://www.eaespp.fgvsp.br/Ceapgingterna.aspx?PagId=EPEMMQTQ&Opc=57>

GALAO, F.; CRESCITELLI, E.; BACCARO, T. A.

Comunicação integrada de marketing: uma ferramenta de posicionamento estratégico?

UNOPAR Científica. Ciências Jurídicas e Empresariais., v.12, p.85 - 91, 2011.

GALLI, G.; VELHO, A. G.

Reflexões sobre o marketing educacional.

Educação em revista, Rio Grande do Sul, p. 44 - 45, 01 out. 2011.

GISELA, G.

Comunicação e sociabilidade na cibercultura: reflexões a partir do filme medianeras

Revista Comunicação & Educação

GISELA, G.

Cultura digital: transformações nas práticas de comunicação e consumo

Conexiones – Revista do Observatório Iberoamericano de Comunicação

GOMES, S.; STREHLAU, S.

Avaliação das alternativas de compra: Entre a falsificação e o original.

REMark, v. 10, p. 24-45, 2011.

HANSEN, F.

O ressoar de vozes no processo criativo do discurso publicitário: uma análise interdiscursiva

Signo (Revista do Centro de Estudos e Pesquisas Linguísticas e Literárias do Programa de Pós-Graduação em Letras da Unisc). Santa Cruz do Sul, v. 36 n. 61, p. 139-159, jul.-dez, 2011 (ISSN 1982-2014).
<http://online.unisc.br/seer/index.php/signo/article/viewFile/2120/1773>

HOFF, T.; CARRASCOZA, J. A.

Os não-ditos da narrativa publicitária no Brasil dos anos 1950

Revista ECO-PÓS

JAIME, P.

Para além das pink collars: gênero, trabalho e família nas narrativas de mulheres executivas.

Civitas: Revista de Ciências Sociais (Impresso), v. 11, p. 135-155, 2011.

JAIME, P; LIMA, A.

Uma trajetória antropológica: entrevista com Didier Fassin.

Horizontes Antropológicos (UFRGS. Impresso), v. 17, p. 257-279, 2011.

JESUS, D. S. V.

Desde angra hacia teherán: la política nuclear brasileña bajo la administración Lula.

América Latina Hoy, v. 58, p. 103-120, 2011.

JESUS, D. S. V.

Crepúsculos depois da meia-noite: a nova era do controle de armas e do desarmamento atômico dos EUA (1993-2010).

Revista de Geopolítica (UEPG), v. 2 (1), p. 99-116, 2011.

JESUS, D. S. V.

Além da guerra fria: a flexibilidade estratégica e o controle de armas nucleares dos Eua e da Urss / Rússia

Revista da Escola Superior de Guerra, v. 25(52), p. 163-186, 2011.

JESUS, D. S. V.

Autonomia pela contradição: as políticas externa e nuclear de Vargas e JK.

Política Hoje (UFPE. Impresso), v. 20 (2), p. 829-853, 2011.

JESUS, D. S. V.

Não-proliferação, desarmamento e uso pacífico da energia nuclear no governo Lula.

Boletim tempo presente (UFRJ), v. 6(19), p. 1-10, 2011.

JESUS, D. S. V.

O baile do monstro: o mito da paz de vestfália na história das relações internacionais modernas.

Dimensões, v. 26, p. 273-287, 2011.

JESUS, D. S. V.

O Brasil e a não-proliferação, o desarmamento e o uso pacífico da energia nuclear (2003-2010).

Militares e política (UFRJ), v. 8, p. 23-38, 2011.

JESUS, D. S. V.

O cavaleiro de fogo: autoestima, cultura estratégica e controle de armas nucleares no governo de George W. Bush.

Oikos (Rio de Janeiro), v. 10 (1), p. 82-103, 2011.

JESUS, D. S. V.

Sol, terra e tecnologia: a promessa da revolução dourada dos biocombustíveis no governo Lula.

Revista de Políticas Públicas (UFMA), v. 15 (1), p. 77-84, 2011.

JESUS, D. S. V.

Triunfo, desgraça e outros impostores: um ensaio sobre hierarquia e exclusão no esporte e nas relações internacionais.

Revista Brasileira de Educação Física e Esporte (Impresso), v. 25(3), p. 417-430, 2011.

JESUS, D. S. V.

A terceira margem do prata: descontinuidades e travessias na topografia da exclusão na integração do cone sul. Século XXI:

Revista de Relações Internacionais, v. 2(1), p. 11-29, 2011.

JESUS, D. S. V.; FERNANDES, V. D.

Do terror suicida ao bárbaro: mídia e exclusão na política externa brasileira. O 11 de setembro segundo O Globo e a Folha de S.Paulo.

Revista Brasileira de História (Impresso), v. 31(61), p. 251-270, 2011.

JESUS, D. S. V.

Bravos novos mundos: uma leitura pós-colonialista sobre masculinidades ocidentais.

Revista Estudos Feministas (UFSC. Impresso), v. 19 (1), p. 125-139, 2011.

JESUS, D. S. V.

Um discurso sobre métodos: metodologias para o estudo das relações internacionais na contemporaneidade.

Revista de Economia & Relações Internacionais, v. 9 (18), p. 121-137, 2011.

KAMLOT, D.; WANDERLEY, R. M. T. C.

Comportamento dos caminhoneiros em postos rodoviários de combustíveis.

Revista Pretexto, v. 12, p. 105-132, 2011
<http://www.fumec.br/revistas/index.php/pretexto/article/view/825/638>

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

CASTRO, L. N. V.

Comportamento dos consumidores de instituições financeiras antes e após um processo de fusão.

Revista de Economia e Administração (impresso), vol. 10, 2011

LACERDA, G.; BARBOSA, A. B.;

RIBEIRO, V. G.

Adoption of cmmi and agile methodologies in brazilian companies.

Revista Avances en Sistemas e Informática, v. 8, p. 33-41, 2011.
http://intranet.minas.medellin.unal.edu.co/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=418&Itemid=285

LEMOS, A. H. C.; DUBEUX, V. J. C.; PINTO, M.

Empregabilidade dos jovens administradores: uma questão de meritocrática ou aristocrática?

Revista BBR - Brazilian Business Review (Edição em português. Online), v.8, n.1, jan/mar 2011

LIMA, M. C.; MARANHÃO, C. M. S. A.

Políticas curriculares da internacionalização do ensino superior: multiculturalismo ou semiformação?

Revista Ensaio – Avaliação e Políticas Públicas em Educação. Rio de Janeiro, v.19, jul. set.2011. p.449-708. (ISSN 0104-4036)

MACCARI, E. A.; NASSER, C. L. F.

Competência central e lógica dominante: contribuições à análise de processos de fusão e aquisição.

Revista de Ciências da Administração (CAD/UFSC), v. 12, p. 83-104, 2011.

MACHADO, R. P.

Brand clans: consumption and rituals among low-income young people in the city of Porto Alegre.

International Review of Social Research

MACHADO, R. P.

Fazendo guanxi: dádivas, etiquetas e emoções da economia da China pós-Mao

Revista Mana

MACHADO, R. P.

La nueva revolución cultural

Revista Todavía. Pensamiento y cultura en América Latina

MARTINS, M. A. S.; FREDERIKE, M. B. M.;

MACEDO, G. R.; Leitão, C. R. S.;

COMIRAN, F. H.

Gestão de risco cambial baseada no conceito de value-at-risk (var): uma aplicação em uma empresa não- financeira.

Contexto - UFRGS

MASCARENHAS, A. O.; ZAMBALDI, F.;

MORAES, E. A.

Rigor, relevância e desafios da academia em administração: tensões entre pesquisa e formação profissional.

RAE

MATTA, J. O. S.

O supereu do gozo na mídia impressa: o discurso performativo da boa forma.

Cadernos Camilliani v. 12, p. 45-54, 2011.

MENDA, P.; SLAVIERO B.

Igreja Universal do Reino de Deus: um fenômeno religioso ou mercadológico?

Revista ESPM

MORAES, J. E.

O texto é um bolo para comer com café.

Observatório da Imprensa (São Paulo)

MOTTA, S. L. S.; MATTAR, F. N.

Atitude em relação a atributos ecológicos de produtos como base de segmentação de mercado consumidor.

Revista de Administração (FEA-USP), v. 46, p. 32-44, 2011.

NARDUCCI, V.; VILLARDI, B.;
DUBEUX, V. J. C.

Uma metodologia para diagnóstico de clima organizacional: integrando motivos sociais e cultura brasileira com fatores do ambiente de trabalho do poder judiciário

Revista Rev. Adm. Pública, Abr 2011, vol.45, no.2, p.304-329.

NUNES, D. F. N.; SALA, O.T. M.;
SANTOS, E. A. P.; TREVISAN, L. N.

Entre a âncora de carreira e a escolha profissional - análise das primeiras definições de carreira dos formandos de curso de administração em São Paulo.

Pensamento & Realidade, v. 26, p. 15-31, 2011.

OLIANI, L. G. N.; ROSSI, G.B.; GERVASONI, V

What are the attractiveness factors that influence the choice of a tourist destination a study of brazilian tourist consumer

Revista Chinese Business Review

OLIVEIRA, L K; SILVA, I. C.

Sudão do sul: novo país, enormes desafios

Meridiano 47 | vol. 12/2011, p. 24-33.

ISSN/ISBN: 15181219.

<http://seer.bce.unb.br/index.php/MED/article/view/3954/4752>

OLIVEIRA, L. K.; SILVA, I. C.; DIALLO, M.

A crise da costa do marfim: a desconstrução do projeto nacional e o neo-intervencionismo francês

Conjuntura Austral | vol. 1/2011, p. 1-30.

ISSN/ISBN: 21788839

<http://seer.ufrgs.br/ConjunturaAustral/article/view/20643/12059>

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

Crianças, cultura e participação: um olhar sobre a mídia-educação no Brasil / niños, cultura y participación: una mirada sobre educación y medios en Brasil

Revista Infoamérica - Revista Iberoamericana de Comunicación, n. 5 v. 5, p. 113-122, 2011

OROFINO, M. I. R.; MONTEIRO, D.;
TOLEDO, M. V. P.

Reputação corporativa e alinhamento estratégico na era global: entrevista com Cees Van Riel

Revista Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v. 8. No. 21, p. 203-210, 2011.

PEREIRA, V.; POLIVANOV, B.;
HECKHER, A.; ALBERONE, M.;
CARVALHO, R.; LOUREIRO, B.

Propaganda direcionada na tv digital aberta brasileira: mapeamento de usos e demandas

Revista Lumina – UFJF

PEREIRA, V. A.; CASTANHEIRA, J. C.

Mais grave! Como as tecnologias midiáticas afetam as sensorialidades auditivas e os códigos sonoros contemporâneos

Revista Contracampo – UFF

PERES-NETO, L.

Considerações acerca do uso dos Estudos Críticos do Discurso nas pesquisas em comunicação.

In: Revista Interin, v.14, n.2, jul/dez-2012

PINHEIRO, M. C. I. T.; FIGUEREDO, P. M. V.

Padrões de beleza feminina e stress na cidade do Rio de Janeiro

Revista CADE – FMJ Mackenzie Rio

POLIVANOV, B.

Aparência, visibilidade e contatos: a autoprodução em sites de redes sociais e a cena da música eletrônica

Revista Logos - UERJ

REIS, P.

A comunicação como estratégia para participação do cidadão no estado democrático de direito.

Organicom (USP), v. 14, p. 33, 2011.

REIS, P.; MESSEDER, C. A.

A nova classe média vai ao paraíso?

Revista da ESPM, v. 18, p. 48-59, 2011

RIBEIRO, V. G.; SILVEIRA, S. R.;

BISCONSIN, E.; ZABADAL, J. R. S.

Uma análise conceitual sobre métodos de pesquisa utilizados em design

Revista D (Uniritter), v. 3, p. 97-112, 2011.

RICCARDI R, Q.; SILVA, D.;

GARCIA, M. N.; ROSSI, G. B.

Construção e validação de uma escala para a seleção de fornecedores do setor elétrico brasileiro por empresas sediadas na América Latina.

Revista Internext

ROCHA, R. M.

Cápsulas para consumo: A boneca Barbie e suas fantasias.

Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v. 8, p. 39-42, 2011

ROCHA, R. M.

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

Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v. 8, p. 155-159, 2011

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

Mecanismos de transferência de conhecimento: uma comparação entre multinacionais tradicionais e emergentes

Revista RAI : Revista de Administração e Inovação, v. 8, p. 240-265, 2011. ISSN 1809-2039

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

A internacionalização das franquias brasileiras.

Revista Marketing (São Paulo), v.6, p.67 - 73, 2011.

ROCHA, T.; TOLEDO, G. L.; ALMEIDA, L. F.

Criação e entrega de valor para o agricultor: um estudo na indústria de insumos agrícolas

Revista Informações Econômicas (Online). ISSN 1678-823X

ROSA, A.; MENDONÇA, P.

Movimentos sociais e análise organizacional: explorando possibilidades a partir da teoria de frames e oportunidades políticas.

Organizações & Sociedade

ROSA, A. R.; ALVES, M. A.

Pode o conhecimento em gestão e organização falar português?

RAE

SALAINI, C. J.; GRAEFF, L.

A respeito da materialidade do patrimônio imaterial: o caso do Inrc Porongos

Horizontes Antropológicos (UFRGS. Impresso) http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832011000200008&script=sci_arttext

SANTI, P. L. R.

Desejo e adição nas relações de consumo.

Psique (São Paulo), v. 72, p. 38-45, 2011.

SANTI, P. L. R.

Uma reflexão sobre os jovens, rumo à universidade do futuro.

Revista da ESPM, v. 18, p. 48-56, 2011.

SCHNEIDER, M.

A captura do gosto como inclusão social negativa: por uma atualização crítica da ética utilitarista.

Sinais Sociais, v. 5, p. 82-109

SCHNEIDER, M.

Comunicação, economia e música: o papel da indústria cultural na composição de subjetividades ao longo do século XX.

E-Compós (Brasília), v. 142, p. 1-16 <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/633/519>

SELIGMAN, F.

As coisas nossas: o humor popular no Brasil dos anos 1970

Revista do REcine - Festival Internacional de Cinema de Arquivo. Criado 11ª edição. www.recine.com.br www.arquivonacional.gov.br

SMANIOTTO, M. C.; RIBEIRO, V. G.;

SILVEIRA, S. R.

Evolução tecnológica de produto: o caso do livro.

Design & Tecnologia, v. 2, p. 33-37, 2011. <http://www.pgdesign.ufrgs.br/designetecnologia/index.php/det/article/viewFile/66/40>

SOUZA, K. M.

A linguagem da câmera na linguagem do cinema.

Razón y Palabra, v. 76, p. 16-34, 2011

STREHLAU, V.; PONCHIO, M. C.;

LOEBEL, E.

An assessment of the consumer ethnocentric scale (cetscale): evidences from Brazil

Revista Brazilian Business Review (ISSN 1808-2386)

TERRES, M. S.; SANTOS, C. P.

Exame da confiança interpessoal baseada no afeto

REGE. Revista de Gestão USP, v. 18, p. 427-448, 2011.

http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1809-22762011000300007&script=sci_arttext

THOMAZ, J. C.; BRITO, E. P. Z.; MARCONDES, R. C.; FERREIRA, F. C. M.

Benefícios da aglomeração de firmas: evidências do arranjo produtivo de semijóias de Limeira.

RAUSP

TONDATO, M. P.

A recepção da ficção televisiva como espaço de significação e constituição de identidades: nos limites entre o real e o ficcional

Revista Comunicação & Inovação / USCS

TONDATO, M. P.

Cápsulas para consumo: Número 4 – a materialidade dos “invisíveis” número 7 – fotografias... o consumo da imagem: antigos hábitos... novos modos número 16 – felicidade e consumo: o valor das festas de festejos

Revista Comunicação, Mídia e Consumo

TONDATO, M. P.

Comunicação e consumo: representações identitárias da mulher na publicidade do prime-time.

Revista ECO-POS, UFRJ

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

Políticas públicas para a melhoria da competitividade da aviação regional brasileira.

Revista RELIT. Revista de Literatura dos Transportes.

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

Modeling and forecasting foreign direct investment into Brazil with arima

Revista Economia Global e Gestão, Portugal. v. XVI, p. 83-100

VASCONCELLOS, L. H. R.; MARX, R.

Como ocorrem as inovações em serviços? Um estudo exploratório de empresas no Brasil.

Gestão & Produção (UFSCAR. Impresso), v. 18, p. 1-18, 2011.

VIDEIRA, R. A.; MATTOS, E.

Ciclos políticos eleitorais e interação espacial de políticas fiscais: evidências empíricas para os gastos com investimentos, saúde e educação nos municípios brasileiros.

Economia Aplicada (Impresso), v. 15, p. 259-286, 2011.

ZISMANN, T.

Getúlio vargas na ficção: leituras comparadas de um suicídio político

Literatura e autoritarismo – ISSN 1679x849x

Livros

Em 2012 foram publicados
15 livros

BACCEGA, M. A. (ORG)

Comunicación y Culturas del Consumo

Editora: Comunicación Social

BACCEGA, M. A. (ORG)

Comunicación y culturas del consumo (e-book)

Editora: Comunicación Social

<http://www.librosdecomunicacion.com/catalogo/comunicacion-social/comunicacion-y-culturas-del-consumo>

BACCEGA, M. A.; OROFINO, M. I. (ORG) .

Consumindo e vivendo a vida: telenovela e consumo e seus discursos.

Intermeios - SP , 2012.

GERBASE, C.; TONIN, J.; PELLANDA, E.

Meios e Mensagens na Aldeia Virtual

Editora: Sulina

GRANDO, N. (ORG.)

Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil

Editora: ÉVORA

HOFF, T.; FELÍCIO, G.

Poéticas da mídia: midiatisações, discursividades, imagens

UFG

JORDÃO, G.; ALLUCCI, R. R.

A Música na escola.

São Paulo: Allucci e Associados, 2012.

v. 1. 288p .

PERES-NETO, L.; BARROS FILHO, C.

Ética e Publicidade

Editora: Paulus

ROCHA, R. M.

Poesia mínima

Editora: A lápis, SP 2012

ROCHA, R. M.; CASAQUI, V. (ORG)

Estéticas midiáticas e narrativas do consumo.

Editora Sulina.

<http://www.editorasulina.com.br/img/sumarios/591.pdf>

ROCHA, R. M.; MITRAUD, F.; TEIXEIRA, M. (ORG)

Perspectivas teóricas em comunicação e consumo: continuando o debate. (E-book)

Editora ESPM.

http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/perspectivas_teoricas_em_comunicacao_e_consumo.pdf

ROCHA, T. V.; BORINI, F. M.; SPERS, E. E.; KHAUAJA, D.; CAMARGO, A.

Aspectos mercadológicos e estratégicos da internacionalização das franquias brasileiras.

São Paulo: ESPM, 2012.

TEMER, A. C. R. P.; TUZZO S. A.;

TONDATO, M. P.

Mulheres do Sol e da Luz – a televisão, a mulher no trabalho

PUC de Goiás

TONDATO, M. P.

IX Lusocom - Lusofonia e Interculturalidade

Formato: E-book (PDF)

ISBN: 978-85--88537--91--0

UNIP – Lusocom

http://portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=category&id=187%3Ae-livros&Itemid=117

TONDATO, M. P.

Memórias da comunicação: Práticas Persuasivas e Institucionais – Volume 3 – Edição Especial

Editora Universitária da PUCRS – EDIPUCRS

**Em 2011 foram publicados
15 livros**

BARBOSA, L.

**Juventude e Gerações
no Brasil Contemporâneo**

Ed. Sulina / Globo Universidades

BARBOSA, L. (COM RICHARD WILK)

**Rice and Beans: A Unique Dish
in a Hundred Places**

Ed. Berg Publishers

BARROS FILHO, C.; LOPES, F. T. P.;
PERES-NETO, L.; PRADO, M. P.

**Teorias da comunicação em jornalismo -
Reflexões sobre a mídia. 1. ed.**

São Paulo: Saraiva, 2011. v. 1. 144p .

BUITONI, D. S.; PRADO, M. P.

Fotografia e Jornalismo. 1. ed.

São Paulo: Saraiva, 2011. v. 6. 216p .

CARRASCOZA, J.L. A.

**A propaganda e o sonho: Orígenes Lessa
e o universo publicitário**

Editora: Singular, 2011

CARRASCOZA, J. A.; ROCHA, R. M.

**Consumo midiático e culturas
da convergência**

Miró Editorial, 2011

CASAQUI, V.; LIMA, M. C.; RIEGEL, V.

**Trabalho em publicidade e propaganda:
história, formação profissional,
comunicação e imaginário.**

Ed. São Paulo: Atlas, 2011

LAVRA, M.; PACHECO, J. (ORG.)

Juventude, consumo e educação.

Porto Alegre: ESPM, 2011. p. 131-150.

LIMA, M. C.; CONTEL; F. B.

**Internacionalização da educação
superior – nações ativas, nações passivas
e a geopolítica do conhecimento**

Ed. Alameda/Fapesp

BACCEGA, M. A.; CASTRO, G. S.;

OROFINO, M. I.; CARRASCOZA, J. L. A.;

TONDATO, M. P.; ROCHA, R. M.;

HOFF, T. M. C.; CASAQUI, V.; BUDAG, F.

**Consumindo e vivendo a vida: telenovela,
consumo e seus discursos.**

In: Maria Immacollata Vassalo de Lopes.

(Org.). Ficção televisiva transmidiática no Brasil:

plataformas, convergências, comunidades

virtuais. São Paulo: Sulina, 2011,

v. , p. 339-374.

OROFINO, M. I. R.

**Inserção das Novas Tecnologias de
Comunicação no Ensino Fundamental.**

Ed. Know How Tecnologia Educacional.

São Paulo, 2011

PEREIRA, V. A.

**“Estendendo McLuhan: Da Aldeia
à Teia Global. Comunicação, Memória
e Tecnologia.”**

Ed. Sulina

PINTO. M. L.; PACHECO, J. K. (ORG.)

**Juventude, consumo & educação 3 – uma
perspectiva plural**

ESPM, 2011.

REIS, FILHO P. O.

**Do pensamento do design ao design
do pensamento**

PoD Editora

RODRIGUES, F. S. C.; SOUZA, G. N. E.;

DA SILVA, M. M. A.

Español entre contextos (1, 2 e 3)

São Paulo: Editora Ática, 2011

Capítulos de livros

**Em 2012 foram publicados
62 capítulos de livros**

AMATUCCI, M.; SPERS, E. E.

Institutional, Technological and Commercial Innovations in the Brazilian Ethanol and Automotive Industries.

In: Giuseppe Calabrese. (Org.). The greening of automotive industry. The greening of automotive industry.

1ed. New York: Palgrave Macmillan, 2012, v. 1, p. 164-184.

AMATUCCI, M.; SPERS, E. E.

Institutional, Technological and Brazilian Ethanol and Automotive Industry

In: Calabrese, G. (org.)

The greening of automotive industry.

Palgrave, 2012

ANDRADE, A.; JOIA, L. A.; KAMLOT, D.

E-Government in the Judiciary System: Assessing the Correlation Between IT Investment and the Efficiency of Courts of Justice in Brazil.

In: Joseph Bwalya; Saul Zulu. (Org.).

Handbook of Research on E-Government in Emerging Economies: Adoption, E-Participation, and Legal Frameworks. v. 1, p. 158-178.

IGI Global

AVILA, A. L.; MIRANDA, M. E.;

GERTZ, R. E.; SIMÃO, A. R. F.;

BARROSO, V.; SILVA, S. R. R.

Da Colônia ao Império: Uma análise da política externa brasileira.

In: Sandra da Silva Carele; Luiz Claudio Knierim. (Org.).

Releituras da História do Rio Grande do Sul.

1ed. Ed: Porto Alegre: CORAG, 2011, v. 0, p. 203-222.

BACCEGA, M. A.

O consumo no campo comunicação/educação: Importância para a cidadania.

In: ROCHA, R. M.; CASAQUI, V. Estéticas midiáticas e narrativas do consumo. 2012

Editora: Sulina

<http://www.editorasulina.com.br/img/sumarios/591.pdf>

BACCEGA, M. A.

A construção do Real e do Ficcional.

In: FÍGARO, Roseli Aparecida (org.)

Comunicação e Análise do Discurso. 2012

Editora: Contexto

<http://www.editoracontexto.com.br/>

BACCEGA, M. A.

Interrelaciones comunicación y consumo en la trama cultural: el rol del sujeto active.

In: BACCEGA, M. A (org.) Comunicación y culturas del consumo. 2012

Editora: Comunicación Social

<http://www.comunicacionsocial.es>

BARBOSA, L.; VELOSO, L.; DUBEUX, V.

Música e Juventude: a trilha sonora do cotidiano jovem brasileiro

In: Juventudes e Gerações no Brasil

Contemporâneo

Edição: 1ª – 2012

Porto Alegre. Editora MERIDIONAL Ltda (Editora Sulina e Globo Universidade), 2012 p.375.

<http://www.editorasulina.com.br/detalhes.php?id=566>

BARROS, C.

Sociabilidade e 'territorialidade' no universo digital: transitando em contextos tecnológicos de jovens nas camadas populares.

In: Livia Barbosa. (Org.). Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo.

Juventudes e gerações no Brasil

contemporâneo. p. 97-120

Editora Sulina

BONETTI, M. A. C.

Capítulo - Uma justificativa teórica para o uso do cinema no ensino

In: BRANDÃO, Cristina, COUTINHO, Iluska e LEAL, Paulo Roberto Figueira (orgs.). Televisão, cinema e mídias digitais. Florianópolis, 2012. ISBN 978-85-7474-619-7

Editora: Insular

BORELLI, S. H. S.; OLIVEIRA, R. C. A.; RANGEL, L. H. V.; ROCHA, R. M.
Grupos Juvenis, novas práticas políticas, ações culturais e comunicacionais em São Paulo.

In: Sara Alvarado; Silvia Borelli; Pablo Vommaro. (Org.).

Jóvenes, políticas y culturas: experiencias, acercamientos y diversidades. 1ed.

Ed: Rosario: CLACSO/Homo Sapiens Ediciones, 2012, v. 1, p. 1-351.

BORGES, S.; DUBEUX, V.; PEREIRA, C. A. M.
A teoria na prática é outra": os conhecimentos sobre meio ambiente e as práticas sustentáveis de universitários cariocas

Juventudes e Gerações no Brasil Contemporâneo

Edição: 1ª – 2012

Porto Alegre. Editora MERIDIONAL Ltda (Editora Sulina e Globo Universidade), 2012 p.375.

<http://www.editorasulina.com.br/detalhes.php?id=566>

BORINI, F. M.; ROCHA, T. V.; SPERS, E. E.
Desafios para a internacionalização das franquias brasileiras: um survey com franquias internacionalizadas.

In: Pedro Lucas de Rezende Melo; Tales Andreassi. (Org.). Franquias brasileiras: estratégia, empreendedorismo, inovação e internacionalização. Franquias brasileiras: estratégia, empreendedorismo, inovação e internacionalização.

1ed.São Paulo: Cengage Learning, 2012, v. 1, p. 71-87.

BORINI, F. M.; TURETTA, C. A.; OTA, T.; TANAKA, B.; SIA, M. F.

A internacionalização de franquias no segmento de óculos e acessórios: o caso Chilli Beans.

In: Pedro Lucas de Resende Melo; Tales Andreassi. (Org.).

Franquias Brasileiras: estratégia, empreendedorismo, inovação e internacionalização. 1ed.São Paulo: Cengage, 2012, v. 1, p. 123-139.

CARRASCOZA, J. L. A.

A cena de consumo. Um detalhe da estética publicitária.

In: Rocha, Rose de Melo; Casaqui, Vander. (Org.). Estéticas midiáticas e narrativas do consumo.

Ed. Porto Alegre: Sulina, 2012, v. 1, p. 98-120.

CARRASCOZA, J. L. A.; HOFF, T.

Poética social e consumo: narrativa publicitária nos anos JK e Lula.

In: Goiamérica Felício. (Org.).

Poéticas midiáticas.

Ed: Goiânia: UFG, 2012.

CASAQUI, V.

Images of work for consumption: factory's representations in ideological propaganda and advertising

In: PERTIERRA, A.C.; SINCLAIR, J. (Eds.)

Consumer Culture in Latin America, p. 149-162.

New York: Palgrave Macmillan USA

CASAQUI, V.

Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário

In: HOFF, T; SANTOS, G.F. (orgs.) Poéticas da mídia: midiatisações, discursividades, imagens, p. 73-89.

Ed. UFG

CASAQUI, V.

Del mundo del trabajo a la retórica del consumo: un estudio de las representaciones del trabajo en la publicidad

In: Comunicación y culturas del consumo, p. 232-244.

Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Zamora, Espanha

CASAQUI, V.

Estética da crise do trabalho publicitário: um olhar diacrônico para os discursos autorreferenciais dos Anuários do Clube de Criação de São Paulo

In: III Pró-Pesq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda – Deve haver mais pesquisa na publicidade. Salto - São Paulo: ABP2 - Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade.

CASAQUI, V.

Estudos em Comunicação, Consumo e Trabalho: Significados do Trabalho em Processos de Mediação, Midiatisação e Publicização

In: ROCHA, R. M.; CASAQUI, V. (orgs.).

Estéticas midiáticas e narrativas do consumo, p. 162-183.

Editora: Sulina

CASAQUI, V.

Imagens e imaginários da marca Adidas: consumo, trabalho e entretenimento nas campanhas Celebrate Originality e Adidas is All In

In: Espaço, Mediação e Comunicação: 7º Seminário Internacional Imagens da Cultura / Cultura das Imagens, vol. 2, p. 298-309. Altamira Editorial
http://www.itacaproject.com/ICCI_Volume2.pdf

CASTRO, G.

Screenagers: entretenimento, comunicação e consumo na cultura digital.

In: Livia Barbosa. (Org.). Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo. 1ªed. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2012, v. , p. 61-77.

CASTRO, G.

Medios de comunicación, consumo, globalización y contemporaneidad.

In: Maria Aparecida Baccega. (Org.). Comunicación y culturas del consumo. 1ª ed. Ed: Saragoza: Comunicación Social, 2012, v. 1, p. 159-246.
<http://www.comunicacionsocial.es/catalogo/colecciones/espacio-iberoamericano/comunicacion-y-culturas-del-consumo>

CASTRO, G.

Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor-fã.

In: ROCHA, Rose de Melo; CASAQUI, Vander. (Org.). Estéticas midiáticas e narrativas do consumo. 1ª ed. Ed: Porto Alegre: Sulina, 2012, v. , p. 187-206.

CHAR, A.; DAGOSTO, M.; KRAUTER, E.; PINHEIRO, F.; BARTOLI, J.; LUXO, J. C.; GERMANO, L.; CALADO, L.R.; SHINGAKI, M.; SAMPAIO JUNIOR, O. V.; NARDINI, R.; SAYEG, S. T.

Gestão de Riscos.

In: Caio Fragata Torralvo; Almir Ferreira de Sousa; Ricardo Humberto Rocha. (Org.). Planejamento Financeiro Pessoal e Gestão do Patrimônio: Fundamentos e Prática. 1ed.São Paulo: Editora Atlas, 2012, v. 1, p. 67-89.

FERNANDES, O. A.

O Papel do Estado em Smith e a Crise Econômica Mundial.

In: SMITH, Adam. (Org.). A Riqueza das Nações e a Nova Economia. 1ed.São Paulo: Editora Hemus Negócios, 2012, v. 1, p. 482-500.

FURTADO, T.; VEIGA, M.; VIEIRA, K. M.

As narrativas de si e a os modos de operar na construção das práticas jornalísticas por jornalistas.

In: MAROCCO, Beatriz (Org.). Entrevista na prática jornalística e na pesquisa. Porto Alegre (2012). p. 129-143. Editora: Libretos

GUIMARÃES, M.P.; MAGNONI,C.D.; CUKIER, C.

Alimentação no Ambiente Hospitalar em contexto clínico

Editora: Balieiro
In: Magnoni, Daniel; Roberto, Telma Sígolo (org) - Gastronomia Hospitalar No Conceito do Comfort Food

HANSEN, F.

O Impacto das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação: Por uma Ressignificação da Relação Professor/Estudante.

In: BENEVENUTO JR., Álvaro; STEFFEN, César (Orgs.). Tecnologia, pra quê? Os impactos dos dispositivos tecnológicos no campo da comunicação. Porto Alegre: Armazém Digital, 2012. Editora: Armazém Digital

HERSKOVITS, J.; GOULART, E.; MIGUEL, A J.; DUBEUX, V. J. C.

Large Scale Structural Optimization

In: E. Taroco, EA de Souza Neto, A. Novotny. (Org.). Variational Formulations in Mechanics: Theory and Applications. Ed. Barcelona CIMNE (Centro Internacional de Metodos Numericos en Ingenieria, 2006, v.1, p. 1-25.

HOFF, T. M. C.; CARRASCOZA, J. L. A.

Os imaginários de consumo nos anúncios auto-referenciais de agências de propaganda no Brasil dos anos 1950.

In: Trindade, Eneus e Perez, Clotilde. (Org.). Deve haver mais pesquisa na publicidade. 1ª ed. Ed: São Paulo: , 2012, v. 1, p. 254-275.

HOFF, T. M. C.

Produção de sentido e publicização do discurso da diferença na esfera do consumo.

In: CASAQUI, Vander e ROCHA, Rosamaria Luiza de Melo. (Org.).

Estéticas midiáticas e narrativas do consumo. 1ª ed.

Ed: Porto alegre: Sulina, 2012, v. 1, p. 145-161.

JESUS, D. S. V.; GUIMARÃES, V. L.

Muito além da festa: o VI Sul-Americano e as relações internacionais no centenário da independência do Brasil.

In: SANTOS, J.M.C.M.; MELO, V.A.. (Org.).

1922: celebrações esportivas do centenário 1ed.Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012, v. 1, p. 37-57.

JESUS, D. S. V.

Setting fire to the rain: Brazil's strategic postures, goals and perceptions towards Iran.

In: MAKINSKY, M.. (Org.). L'Iran et les grands acteurs régionaux et globaux: Perceptions et postures stratégiques reciproques 1ed.Paris: L'Harmattan, 2012, v. 1, p. 357-370.

JESUS, D. S. V.

Tyrants, radicals and other threats: an essay on civilization and violence

in U.S. foreign policy towards Iraq.

In: BUITRAGO, S.R.. (Org.). Portraying the Other in International Relations: Cases of Othering, Their Dynamics and the Potential for Transformation

1ed.Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2012, v. 1, p. 75-90.

KUAZAQUI, E.; BARROS NETO, J. P.; SOUZA, G.; MANAS, A. V.; LISBOA, T. C.; SIQUEIRA, A. M. S.; SAFATLE, C. A.; CUNHA, C. P.; SOUZA, C. L.; SCAVASSA, F.; SANTOS, F. A.; RAMPERSAD, H.; TRIGO, I. L.; OLIVEIRA, J. F.; NUNES, J. C.; WILBERT, J. K. W.; FERREIRA, K.; TREFF, M. A.; MORAES, M. B. C.; OLIVERI, M. F. A.; GRAMIGNA, M. R.; VALE, P.; DOMINGOS, S.
Proposta de marketing para a pequena empresa.

In: João Pinheiro de Barros Neto;. (Org.).

Manual do empreendedor: de micro a pequenas empresas. 1ª ed.

Ed: Rio de Janeiro: Qualitymarketing, 2012, v. 1, p. 207-224.

LIMA, M. C.; RIEGEL, V.

A hiper mobilidade na pós-modernidade – motivações distintas e repercussões semelhantes

in: Livia Barbosa (org.)

Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo

Editora: Sulinas

MASQUIETTO, C. D.I.;

SACOMANO NETO, M.; SPERS, E. E.

Análise da centralidade e da densidade do Arranjo Produtivo Local do Álcool de Piracicaba (APLA).

In: SPERS, Valéria Rueda Elias Spers.

Sustentabilidade e o setor sucroenergético.

ISBN: 9788574646756

Editora: Ottoni

MELLO, C. H. P.

Associação Européia de Livre Comércio.

In: Silvio Miyazaki, Antonio Carlos Alves dos Santos. (Org.). Integração Econômica Regional. Integração Econômica Regional. São Paulo: Saraiva, 2012, v., p. -.

NUNES, M. R. F.

“Voz e Signos de Renovação Periódica no Rádio”;

In: BAITELLO JUNIOR, Norval (org.)

CISC-EBOOK

Edição digital

NUNES, M. R. F.; CHAMMAS, A.

“São Paulo”;

In: PRATA, Nair e SANTOS, Maria Cláudia(orgs.) Enciclopédia do Rádio Esportivo Brasileiro. p. 307-320.

Florianópolis: Insular, 2012.

OROFINO, M. I. R.

Recepção, consumo, crianças: apontamentos para uma reflexão sobre o conceito de agência na infância.

In: Estéticas midiáticas e narrativas do consumo (Org. Rose de Melo Rocha e Vander Casaqui)

Editora: Sulina

PALACIOS JUNIOR, A. M. C.

Conflitos armados em ‘áreas não governadas’ na América do Sul: o ataque colombiano no Equador em março de 2008.

in: Luis Fernando Ayerbe

Territorialidades, conflitos e desafios à soberania estatal na América Latina.

1ed. São Paulo: Fundação Memorial América Latina, 2012, v. 1, p. 7-277.

PALACIOS JUNIOR, A. M. C.; GONZALEZ, L.
Estados falidos e áreas não-governadas na América do Sul.

In: Cremilda Medina. (Org.).
Fronteira latino-americanas: geopolítica do século XXI. Fronteira latino-americanas: geopolítica do século XXI.
1ed. São Paulo: Fundação Memorial América Latina, 2012, v. 1, p. 9-115.

PEREIRA, A.; MAGNONI, C. D.

Alimentação Hospitalar: Um desafio constante

Baliéiro

PEREIRA, V.; POLIVANOV, B. B.

Entretenimento como linguagem e materialidades dos meios nas relações de jovens e tecnologias contemporâneas

In: Lívia Barbosa. (Org.)
Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo. Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo.
1ed. Porto Alegre: Sulina, 2012, v. 1, p. 78-96.

PEREIRA, V. A.

Linguagens midiáticas, entretenimento e multissensorialidade na cultura digital.

In: Fátima Regis; Anderson Ortiz; Luiz Carlos Affonso; Raquel Timponi. (Org.).
Tecnologias de Comunicação e Cognição.
1ª ed. Ed: Porto Alegre: Sulina, 2012, v. V.1, p. 125-141.

REBS, R. R.

As dinâmicas do social network game FarmVille e o processo de identificação

In: Comunicação e mídias digitais: perspectivas teóricas e empíricas
Organização de Carlos Sanchotene e Julio Cezar Colbeich
Editora: Armazém Digital. 2012.

ROCHA, R. M.

Culturas juvenis, consumo e politicidades: uma abordagem comunicacional.

In: Inês Vitorino. (Org.).
Comunicação, Cultura e Cidadania.
Ed. UFC, 2012

ROCHA, R. M.

De tecnicidades e transmediações: experiências tecno-estéticas e narrativa teleficcional.

In: Maria Aparecida Baccega; Isabel Orofino. (Org.).
Consumindo e Vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos. 1ed.
Ed: São Paulo: Intermeios, 2012, v. 1, p. 1-250.

ROCHA, R. M.

A pureza impossível: consumindo imagens, imaginando o consumo.

In: Rose de Melo Rocha; Vander Casaqui. (Org.).
Estéticas midiáticas e narrativas do consumo. 1ªed.
Ed: Porto Alegre: Sulina, 2012, v. 1, p. 1-279.

ROCHA, R. M.

Juventudes, comunicação e consumo: visibilidade social e práticas narrativas.

In: Lívia Barbosa. (Org.).
Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo. 1ed.
Ed: Porto Alegre: Sulina, 2012, v. 1, p. 238-274.

ROCHA, R. M.

Poéticas visuais e percursos imagéticos: caminhos para se pensar o consumo.

In: Goiámérico Felício; Tânia Hoff. (Org.).
Poéticas da mídia: midiatizações, discursividades, imagens. 1ª ed.
Ed: Goiânia: UFG, 2012, v. 0, p. 0-200.

ROCHA, R. M.

Comunicación y consumo: por una lectura política de los modos de consumir.

In: Maria Aparecida Baccega. (Org.).
Comunicación y culturas del consumo. 1ed.
Ed: Barcelona: Comunicación Social Ediciones, 2012, v. 1, p. 1-265.

ROCHA, R. M.

Felicidade, consumo e consumação: manual de (in)suportabilidades.

In: RIBEIRO, Ana Paula G.; FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (orgs.)
Entretenimento, Felicidade e Memória – forças moventes do contemporâneo. São Paulo: Editora Anadarco, 2012.

SPERS, E. E.

Pesquisa em agronegócios

In: Dulce Mantella Perdigão; Maximiliano Herlinger; Oriana Monarca White. (Org.). Teoria e prática da pesquisa aplicada 1ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, v. 1, p. 374-384.

STREHLAU, S.

Brazil: Luxury and counterfeits

In: Klaus-Peter Wiedmann; Nadine Hennings. (Org.). Luxury Marketing: A challenge for theory and Practice. 1ed. Wiesbaden: Springer Gabler, 2012, v. 1, p. 245-260.

TONDATO, M. P.

Comunicação e Consumo: pensando as identidades e distinções classes sociais e gêneros.

In: Rose de Melo Rocha; Vander Casaqui. (Org.). Estéticas midiáticas e narrativas do consumo. 1ed. Ed: Porto Alegre: Sulina, 2012, v. , p. 207-226.

TONDATO, M. P.

Comunicação e consumo: pensando a recepção das convergências tecnológicas e culturais pela mulher contemporânea.

In: CARRASCOZA, João Anzanello; ROCHA, Rose de Melo. (Org.). Consumo midiático e culturas da convergência. Editora: São Paulo: Miró, 2011, v. , p. 64-82.

TUROLLA, F. A.

A Abordagem Econômica dos Negócios Internacionais e do Investimento Direto Estrangeiro

In: KON, Anita; BORELLI, Elizabeth. (Org.). INDÚSTRIA, TRABALHO E TECNOLOGIA: DESAFIOS DA ECONOMIA BRASILEIRA. 1ed. São Paulo: Edição do autor, 2012, v. 1, p. 32-49.

VIEIRA, K. M.

Para uma episteme da biografia: Uma reflexão sobre os atravessamentos epistemológicos do biográfico e o seu lugar no jornalismo

In: Alberto Efendy Maldonado et. al. (Org.). Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação. Rio do Sul (2012). p. 101 – 120. Editora: UNIDAVI, 2011

**Em 2011 foram publicados
58 capítulos de livros**

ALMEIDA, R.; UMEDA, G. M.; GOMES, E. S. L.; SILVA, L. T. B.; FERREIRA-SANTOS, M.

Música sonora, ou o mito inscrito no corpo: considerações sobre mito, música e imaginação

In: Eunice Simões Lins Gomes. (Org.).
Em busca do mito: a mitocrítica como método de investigação do imaginário.
Editora Universitária UFPB

AMORIM, L.; FLORCZAK, R.

Apontamentos sobre comunicação e gestão de crises

Editora CMC

ANDRADE, A.; JOIA, L. A.; KAMLOT, D.

E-Government in the Judiciary System: Assessing the Correlation Between IT Investment and the Efficiency of Courts of Justice in Brazil

In: Joseph Bwalya; Saul Zulu. (Org.).
Handbook of Research on E-Government in Emerging Economies: Adoption, E-Participation, and Legal Frameworks.
v. 1, p. 158-178.

BACCEGA, M. A.

Comunicação/educação: a construção de nova variável histórica.

In: CITELLI, Adilson Odair & COSTA, Maria Cristina Castilho (orgs.). Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento.
São Paulo, 2011. ed. Paulinas

BACCEGA, M. A.

Interrelações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo.

In: CARRASCOZA, J. A.; ROCHA, R. M.
Consumo midiático e culturas da convergência. 2011
Editora: Miró Editorial

BACCEGA, M. A.

Reflexões sobre as relações comunicação/educação e consumo.

In: José Marques de Melo. (Org.).
Pensamento comunicacional Uspiano: impasses mundializadores na escola de Comunicações e Artes.
Ed: São Paulo: SOCICOM, 2011,
v. 02, p. 203-213.

BACCEGA, M. A.; CASAQUI, V.; HOFF, T. M. C.; CARRASCOZA, J. L. A.; ROCHA, R. L. M.; OROFINO, M. I.; TONDATO, M. P.; CASTRO, G.; BUDAG, F. E.

Consumindo e vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos

In: Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais.
ed. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 339-374.

BARBOSA, L. (ORG.)

Consumo e Juventudes

Screenagers: entretenimento, comunicação e consumo na cultura digital.
Ed. Sulina

BARBOSA, L.

Os donos e as donas da cozinha.

In: Diversidade Sexual e Trabalho. Maria Ester de Freitas, Marcelo Dantas (orgs.) ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

BERNARDES, R. C.

Why Build a Strong and Dynamic Defense Base?

In: Roberto Vital Anau. (Org.). New Frontier of The Defense Industry.
São Bernardes do Campo: MIDC, 2011,
v. 1, p. 1-17.

BORGES, F. M.

Te vejo na lan house!

In: Tatiana Amendola Sanches. (Org.).
Estudos Culturais. Uma Abordagem Prática.
SENAC

BORN, A. M. H.

Algumas pistas sobre os níveis de conhecimento de produtos e marcas de luxo pelos jovens de classe A porto-alegrenses.

Editora ESPM

BOUZADA, M. A. C.

Jogos de Logística: um panorama do mercado brasileiro.

In: Marco Aurélio Carino Bouzada. (Org.).
Jogando Logística no Brasil. 1ed.
Ed: Curitiba: CRV, 2011, v. 1, p. 37-44.

BOUZADA, M. A. C.

O BR-LOG.

In: Marco Aurélio Carino Bouzada. (Org.).
Jogando Logística no Brasil. 1ed.
Ed: Curitiba: CRV, 2011, v. 1, p. 137-166.

CARRASCOZA, J. L. A.

E o vento mudou... as transformações do trabalho publicitário.

In: Vander Casaqui; Viviane Riegel; Manolita Correia Lima. (Org.).
Trabalho em publicidade e propaganda. História, formação profissional, comunicação e imaginário.
Ed: São Paulo: Atlas, 2011, v. 1, p. 1-30.

CARRASCOZA, J. L. A.; SANTARELLI, C.

Convergência entre a arte e o valor do precário na criação publicitária.

In: Carrascoza, João Anzanello; Rocha, Rose de Melo. (Org.).
Consumo midiático e culturas da convergência. 1ªed.
Ed: São Paulo: Miró Editorial, 2011, v. , p. 45-62.

CASAQUI, V.

Media images of the automotive industry for consumption: the world of work through the glance of advertising communication

In: McLuhan Galaxy Conference - Understanding Media, Today - Conference Proceedings.
ed. Barcelona: Editorial Universidad Oberta de Catalunya, 2011, p.77 – 87.

CASAQUI, V.

O espetáculo da produção e a incorporação do consumidor: estratégias de publicização na concepção do automóvel do futuro

In: Século XXI: a Publicidade sem fronteiras?
ed. Goiânia:
Ed. da PUC Goiás, 2011, p. 137-153.

CASAQUI, V.

Trabalho, consumo e a produção da felicidade: análise das narrativas dos trabalhadores do Pão de Açúcar na campanha Ingredientes

In: A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo.
ed. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 1-15.

CASAQUI, V.; RIEGEL, V.

O mundo do trabalho na estética do consumo: representações da esfera produtiva na comunicação da marca Zara

In: Estratégias globales: publicidad, marcas y semiocapitalismo (DeSignis 17).
ed. Buenos Aires: La Crujía, 2011, p. 89-98.

CASAQUI, V.; RIEGEL, V.; BUDAG, F. E.

Publicidade imaginada: a visão dos estudantes sobre o mundo do trabalho publicitário

In: Trabalho em publicidade e propaganda: história, formação profissional, comunicação e imaginário.
ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 31-74.

CASAROTTI, M. G.

Reflexões sobre a estética e o consumo na campanha publicitária da 29ª Bienal de São Paulo: os modos da comunicação da arte.

In: Rose de Melo Rocha, Marcelo Teixeira, Francisco Mitraud. (Org.). Perspectivas Teóricas em Comunicação e Consumo: continuando o debate.
São Paulo: PPGCOM da ESPM, 2011, v. 1

COUTINHO, M.; PEREIRA, V.

Marcas e Comunicação.

In: Comunicação Interna: a força das empresas, volume 5/ Organizador: Paulo Nassar. ed. São Paulo: ABERJE, 2011
Curitiba: CRV, 2011

FAVARO, J. E.

A tricotomia: cliente x agencia x anunciante

In: Luiz Claudio Zenone. (Org.). Gestão estratégica de marketing: conceitos e técnicas. Gestão estratégica de marketing: conceitos e técnicas
Atlas

FILHO, J. F.; COELHO, M. G. P. I. (ORG)

A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo

Comunicação, consumo e capital humano: cultura digital e a mercantilização das subjetividades.
Ed. Sulina

HOFF, T. M. C.

África imaginada na comunicação publicitária brasileira sobre a copa mundial de futebol de 2010.

In: TARCITANO, GONÇALVEZ. (Org.). Publicidade no plural: análises e reflexões. 1ed. Ed: São Bernardo do Campo -SP: UMESP, 2011, v. 1, p. 10-20

HOFF, T. M. C.

Corpo e consumo: representações da diferença na publicidade

Ed. Estação das Letras
In: MELO, José Marques de. Pensamento comunicacional Uspiano: impasses mundializadores na escola de Comunicações e Artes (1973-2011). São Paulo, 2011. ed. SOCICOM
<http://maristas.org.br/arq/arquivo/Cotidiano/11/Livro-Ecom-2011.pdf#page=12>

JESUS, D.S.V.

Estudos em vermelho-sangue: a estranheza do íntimo na segurança no Oriente Médio

In: JESUS JUNIOR; H.. (Org.). Segurança internacional: temas regionais contemporâneos. 1 ed. Curitiba: Editora CRV, 2011, v. 1, p. 57-78.

JESUS, D.S.V.

O dia depois da meia-noite: a Nova Relação Estratégica entre os EUA e a Rússia frente aos desafios à segurança euroatlântica.

In: JESUS JUNIOR; H.. (Org.). Segurança internacional: temas regionais contemporâneos. 1 ed. Curitiba: Editora CRV, 2011, v. 1, p. 31-55.

KAMLOT, D.; DUBEUX, V. J.

Jovens e Marcas: Preferências, Influências e Afinidades.

In: Barbosa, Livia (Org.). Juventudes e Gerações no Brasil Contemporâneo. Ed. Sulina

LIMA, M. O. C.; PEREIRA, V. A.

Marcas e comunicação.

In: Paulo Nassar. (Org.). Comunicação interna - A força das empresas. 1ed.São Paulo: ABERJE, 2011, v. 5, p. 45-55.

LIMA, M. C.

A (in)competência diplomada

In: Vander Casaqui; Manolita Correia Lima; Viviane Riegel. (Org.). Trabalho em publicidade e propaganda - história, formação profissional, comunicação e imaginário. 1aed.São Paulo: Atlas, 2011, v. , p. 111-180.

MATTA, J. O. S.

Hipertexto do módulo teórico Celebidades

In: José Luiz Aidar Prado. (Org.). Regimes de visibilidade em revistas. Regimes de visibilidade em revistas. PUC SP

MORAES, S. G.; STREHLAU, V. I.

Consumidor jovem e a moda: perfis e padrões masculinos de compra.

In: Kathia Castilho; Sylvia Demetresco. (Org.). Consumo: Práticas e Narrativas. 1 ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011, v. 1, p. 135-146.

MOTTA, S. L. S.

Comportamento do consumidor

In: Braulio Oliveira. (Org.). Gestão de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011, v., p. 65-88.

MOTTA, S. L. S.

Sistema de informação de marketing

In: Luiz Claudio Zenone. (Org.). Gestão Estratégica de Marketing: conceitos e técnicas São Paulo: Atlas, 2011, v. 1, p. 35-54.

MOTTA, S. L. S.; OLIVEIRA, B. A. C.

Gestão e desenvolvimento de produtos

In: Braulio Oliveira. (Org.). Gestão de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011, v., p. 147-180.

MOTTA, S. L. S.; OLIVEIRA, B. A. C.

Informações para o marketing

In: Braulio Oliveira. (Org.). Gestão de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011, v., p. 25-64.

MOTTA, S. L. S.; OLIVEIRA, B. A. C.

Segmentação de mercado e posicionamento da oferta

In: Braulio Oliveira. (Org.). Gestão de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011, v., p. 115-146.

OLIVEIRA, B. A. C.; CRESCITELLI, E.; BARRETO, I. F.

Gestão da Comunicação Integrada de Marketing

In: Gestão de Marketing.1a. ed. São Paulo : Pearson Prentice-Hall, 2011, v.1, p. 227-251.

OROFINO, M. I.

Recepção e resposta: as web séries como índice para se pensar a emergência do prossumidor.

In: Consumo midiático e culturas da convergência
ed. Editora Miró - São Paulo, 2011

PALACIOS JUNIOR, A. M. C.

Os desafios da criação do Centro de Estudos Estratégicos da Defesa (CSEED-UNASUR) e a integração de defesa na América do Sul.

In: Alves, Vágner Camilo; Moreira, William de Souza; Neto, Miguel Arias.. (Org.). A defesa e a segurança na América do Sul: IV Encontro da ABED. Campinas: Mercado das Letras, 2011, v. , p. 59-73.

PEREIRA, D. C.

Política Externa e de Segurança Comum e cooperação intergovernamental

In: Thomas Richter; Rainer Schmidt. (Org.). Integração e cidadania europeia. Integração e cidadania europeia
Saraiva, 2011.

PEREIRA, V. A.

Efeitos Materiais dos Meios, Pesquisas Neuromidiáticas e Dinâmicas Contemporâneas de Comunicação.

In: GERBASE, C. (Org.) ; DORNELLES, B. (Org.). (Org.). Papel e película queimam depressa: Como o cinema e o jornalismo impresso tentam escapar da fogueira midiática do novo século.. 1ed.Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011, v. 1, p. 01-180.

PESAVENTO, F.

Para além do Império Ultramarino Português: as redes trans e extra-imperiais no século XVIII

In: Dinâmica imperial no antigo regime português: escravidão, governos, fronteiras, poderes, legados (Séculos XVII-XIX)
Mauad X

PINHEIRO-MACHADO, R

Caminhos do Descaminho. A Fiscalização da Ponte da Amizade e seus efeitos na Tríplice Fronteira

In: Lorenzo Macagno; Verónica Giménez Béliveau; Sílvia Montenegro.. (Org.). A Tríplice Fronteira Espaços Nacionais e Dinâmicas Locais. Curitiba: Editora da UFPR, 2011, v. , p. 35-52.

PRADO, M. P.; RANGEL, P.;

BUFARAH, A.; VILAÇA, L.

Panorama do Rádio em São Paulo

In: Nair Prata. (Org.). Panorama do rádio no Brasil.
Porto Alegre: Insular, 2011, v. 1, p. 0-592.

REIS, P. C.

TV Pública Digital: análise da política pública para um espaço midiático interativo, participativo e democrático.

in: Patrícia Cerqueira Reis
Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania.
1 ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2011

ROCHA, R. M.

A comunicação é a ciência das convergências: ou como enfrentar, criticamente, a dicotomia teoria/prática.

In: Rose de Melo Rocha; João Carrascoza. (Org.). Consumo midiático e culturas da convergência.
Miró Editorial, v. 1, p. 10-25, 2011.

SILVA, M. A.; PINHEIRO-MACHADO, R.

Japan Through China: A Presença simulada da cultura japonesa no comércio popular brasileiro

In: Antônio Motta. (Org.). O Japão não é longe daqui. Interculturalidades, consumo e estilos de vida.. 1ed.Recife: Editora Universitária da UFPE; Tóquio: Japan Foundation,, 2011, v. , p. 197-208.

TONDATO, M. P.

Identidades múltiplas: meios de comunicação e atribuição de sentido no âmbito do consumo.

In: Ana Carolina Rocha Pessoa Temer. (Org.). Mídia, cidadania e poder. 1ed.Goiânia: UFG, 2011, v. 1, p. 153-174.

TONDATO, M. P.

Comunicação e consumo: pensando a recepção das convergências tecnológicas e culturais pela mulher contemporânea.

In: CARRASCOZA, João Anzanello; ROCHA, Rose de Melo. (Org.). Consumo midiático e culturas da convergência. São Paulo: Miró, 2011, v. , p. 64-82.

TREVISAN, L. N.

Modelo brasileiro, democratização e futuro do ensino superior

In: Fábio Garcia dos Reis. (Org.). Formação e empregabilidade. Formação e empregabilidade. Editora de Cultura, 2011, v. 1, p. 21-28.

TREVISAN, L. N.

O profissional de vendas na indústria farmacêutica

In: Eduardo Bueno da Fonseca Perillo;
Maria Cristina Sanches Amorim. (Org.).
Para entender a saúde no Brasil 4.
LCTE Editora, 2011, v. 1, p. 111-128.

TREVISAN, L. N.

A emenda constitucional nº 29 e os duelos orçamentários da saúde: sempre com o mesmo perdedor

In: Eduardo Bueno da Fonseca Perillo;
Maria Cristina Sanches Amorim. (Org.).
Para entender a saúde no Brasil 4.
LCTE Editora, 2011, v. 1, p. 37-48.

TUROLLA, F. A.

Regulação do Saneamento no Brasil.

In: Arlindo Philippi Jr, Alceu de Castro Galvão Jr. (Org.).
Gestão do Saneamento Básico:
Abastecimento de Água e Esgotamento Sanitário. 1ed.
Ed: Barueri: Manole, 2011, v. 1, p. 521-556.

YANAZE, M.H.; KUAZAQUI, E.

Marketing Internacional

In: Mitsuru Huguchi Yanaze. (Org.). Gestão de Marketing e Comunicação.
Saraivad/0B3BnwqKMhrtcNkRMTm9tWFh5Y3M/edit

SPERS, E. E.

Pesquisa em agronegócios

In: Teoria e prática da pesquisa aplicada.
ed. Elsevier, 2011, v.1, p. 374-384

Projetos de Pesquisa do Biênio Professores e Pesquisadores

No Biênio 2011-2012 foram desenvolvidos 67 projetos de pesquisa

AMATUCCI, MARCOS

Inovação e Sustentabilidade em Empresas Multinacionais

Este projeto visa identificar as tendências de inovação e sustentabilidade em empresas multinacionais. Neste estudo, combinam-se referencial teórico sócio-técnicos com a abordagem do institucionalismo econômico bem como estratégia das subsidiárias. Os métodos de pesquisa utilizados são qualitativos, com utilização extensiva de estudos de caso, estudos históricos e técnicas de Grounded Theory utilizando-se entrevistas em profundidade com os principais atores envolvidos; bem como quantitativos incluindo uma survey com fornecedores internacionais do setor automotivo. Os resultados esperados são a consolidação das teorias e o desenvolvimento de novos modelos de prospecção e formulação de estratégias, que possam ser extrapolados para indústrias de características similares. Faz parte deste projeto o sub-projeto “Extrapolando os limites de Centros de Excelência em Subsidiárias Estrangeiras de Empresas Multinacionais”.

Ano de início: 2005

Ano de término: atual

AMATUCCI, MARCOS

SPERS, EDUARDO EUGÊNIO

Inovação e Sustentabilidade na Indústria Automobilística

Este projeto visa identificar as tendências de inovação e sustentabilidade na indústria automobilística. Enquadra-se na trilha de Gestão da Inovação e da Tecnologia, campo da Administração, com um foco de estudo em sistemas de inovação sustentável, onde se analisa a transição tecnológica uma função da sociedade (como por exemplo, as telecomunicações, a geração de energia ou, em nosso caso, o transporte), com suas implicações em vários níveis de análise. Neste estudo, combinam-se o paradigma sócio-técnico-econômico dos modelos de lucratividade e de produção desenvolvidos pelo GERPISA (Groupe d'Études et de Recherches Permanent sur l'Industrie et les Salariés de l'Automobile) com os desenvolvimentos teóricos de Gestão Internacional, em particular estratégia e papel das subsidiárias. Os métodos de pesquisa utilizados são qualitativos, com utilização extensiva de estudos de caso, estudos históricos e técnicas de Grounded theory, utilizando-se entrevistas em profundidade com os principais atores envolvidos; e quantitativos envolvendo modelagem de equações estruturais. A comparação dos trabalhos sobre etanol no Brasil com trabalhos de colegas do GERPISA envolvendo a busca de outras tecnologias e modelos de governança mais sustentáveis para a indústria automobilística e para o problema do transporte urbano de maneira mais ampla levou a questões de pesquisa como aquelas descritas na seção seguinte. Os resultados esperados são a consolidação das teorias e o desenvolvimento de novos modelos de prospecção e formulação de estratégias, que possam ser aplicados em no estudo de indústrias de características similares.

Ano de início: 2006

Ano de término: atual

AMATUCCI, MARCOS
BORINI, FELIPE MENDES
COSTA, SIDNEY
CHUEKE, GABRIEL VOUGA
**ESTRATÉGIA E INOVAÇÃO
em Subsidiárias Estrangeiras**

O objetivo do projeto é contribuir para a compreensão do comportamento estratégico das subsidiárias estrangeiras de corporações multinacionais, no que tange à estratégia e à inovação como forma de criação de valor. Quanto ao tipo de empresa estudada, envolve as subsidiárias estrangeiras no Brasil e as subsidiárias brasileiras no exterior. Quanto aos temas abordados, perpassa pelos papéis estratégicos das subsidiárias estrangeiras e sua evolução; o desenvolvimento e transferência de competências de subsidiárias estrangeiras; o desenvolvimento de iniciativas pelas subsidiárias; e a relação das subsidiárias estrangeiras com as demais empresas da rede corporativa e com rede de negócios no país. Os métodos de pesquisa utilizados são: surveys e estudos de caso. Os resultados esperados compreendem a consolidação dos alicerces teóricos das estratégias de subsidiárias estrangeiras, especialmente relacionado a questão da localização ou origem em mercados emergentes e a geração de modelos gerenciais para as subsidiárias no Brasil ou de subsidiárias brasileiras no exterior.

Ano de início: 2006

Ano de término: atual

BACCEGA, MARIA APARECIDA
**Abordagens da relação comunicação
e consumo na teleficação brasileira**

Esta pesquisa tem por objetivo desenvolver ampla investigação acerca das conexões entre comunicação e consumo, assumindo como principal problemática o mapeamento e a análise do modo como tais interfaces se fazem notar especificamente no campo da ficção televisiva contemporânea. A teleficação, para os objetivos deste trabalho, é apreendida em sua produção narrativa e simbólica, mas também em sua circulação social e em termos de seus usos e apropriações. O método adotado para a apreensão do objeto de estudo contempla a utilização de ferramentas multi-metodológicas [a saber: pesquisa bibliográfica; pesquisa documental; análise de imagem; estudos de recepção; antropologia do consumo; netnografia] e a demarcação de três focos de investimento analítico [a saber: (1) Comunicação, educação e consumo; (2) Consumo e estruturas narrativas em plataformas midiáticas; (3) Estética das narrativas midiáticas: lógicas de produção e de consumo]. Como principais resultados esperados para o período completo da investigação estão: a realização de dois simpósios internacionais; a publicação de três coletâneas; a divulgação de resultados parciais em congressos científicos da área e o desenvolvimento de quatro dissertações de Mestrado articuladas à temática central e aos focos de investimento analítico assumidos. De caráter coletivo, trata-se de projeto que ora agrega o Grupo de Pesquisa CNPq Comunicação e Práticas de Consumo e, em termos de suas parcerias internacionais, vincula-se às instâncias investigativas do Obitel

(Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva). Possui financiamento CAPES/ Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Particulares (PROSUP)/ Cursos Novos. Alunos envolvidos: Mestrado acadêmico (3). Integrantes: João Luiz Anzanello Carrascoza - Integrante / Rose de Melo Rocha - Integrante / Marcia Perencin Tondato - Integrante / Tania Marcia Cezar Hoff - Integrante / Gisela G. S. Castro - Integrante / Vander Casaqui - Integrante / Maria Isabel Orofino - Integrante / Dayse Maciel de Araújo - Integrante / Andrea Celeste Montini Antonacci - Integrante / Rosilene Moraes Alves Marcelino - Integrante / Maria Aparecida Baccega - Coordenador.

Ano de início: 2011

Ano de término: 2012

AVRICHIR, ILAN

Competitividade internacional de aglomerados produtivos locais

Contribuir para que empresas brasileiras situadas em aglomerados produtivos locais façam upgrade nas cadeias globais de valor.

Ano de início: 2010

Ano de término: em andamento

AVRICHIR, ILAN

Competitividade internacional de empresas brasileiras baseadas em recursos naturais

Analisar as dificuldades e fazer propostas sobre como as empresas exportadoras brasileiras baseadas em recursos podem gerar e apropriar mais valor nas cadeias em que estão inseridas. Nesse momento, o estudo foca as empresas exortadoras de granito do Estado do Espírito Santo

Ano de início: 2008

Ano de término: 2014

BARBOSA, LIVIA
DUBEUX, VERANISE
KAMLOT, DANIEL

CAEPM

Marcas e Juventude (Dossiê do Projeto Jovem)

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; Testar hipóteses consagradas na literatura de marcas para o segmento jovem brasileiro. Gerou um capítulo no livro Juventude e Gerações no Brasil Contemporâneo.

Ano de início: 2008

Ano de término: 2011

BARBOSA, LIVIA
DUBEUX, VERANISE
LIMA, MANOLITA CORREIA
PACHECO, JANIE
BAGGIOTTO, ANNY LIEGE

CAEPM

Faça História com a Sua História

Projeto longitudinal inédito no Brasil que acompanha, por meio de entrevistas e registros audiovisuais, um grupo de alunos durante os quatro anos do ensino superior e por mais quatro anos após o seu término. Visa: Mapear a estruturação e normatização do cotidiano de uma parcela da juventude brasileira; Identificar os diferentes processos de mudança pelos quais passam os jovens; Avaliar o impacto da ESPM nestas transformações. Envolve alunos do Rio, São Paulo e Porto Alegre. A cada semestre os alunos filmam seu próprio dia a dia e cada aluno é entrevistado (entrevista em profundidade) pelo coordenador de área. Foi também recolhido material audiovisual dos primeiros dias de aula. O material de 2008 a 2001 está finalizado e documentado. A pesquisa gerará produtos audiovisuais (vídeo compacto e obra "Um para Um", em elaboração).

Ano de início: 2008

Ano de término: 2011

BARBOSA, LIVIA
DUBEUX, VERANISE
PORTILHO, FATIMA

CAEPM / UFRRJ

Engajamento dos brasileiros em práticas de consumo sustentável: uma nova cultura política?

Mapear o fenômeno do consumo político no Brasil; Verificar se e o quanto o consumo político está consolidado no Brasil, elencando elementos culturais que estimulam ou servem de barreira para o engajamento nesse tipo de prática; Levantar dados para a construção de um índice de consumo político. Em 2011 envolveu survey e grupos focais com jovens de 16 a 25 anos (classes de renda ABC) do Rio e São Paulo. Gerou um capítulo no livro Juventude e Gerações no Brasil Contemporâneo.

Ano de início: 2010

Ano de término: 2011

BARBOSA, LIVIA
PEREIRA, CARLOS ALBERTO MESSEDER
DUBEUX, VERANISE

CAEPM / Grupo TV1 de Comunicação e Marketing Agenda do Futuro

Avaliar de que forma as novas práticas de comunicação e marketing já estão sendo efetivamente adotadas pelas melhores empresas no Brasil. Gera um índice de inovação do mercado brasileiro nesse campo, apontando possíveis caminhos para o futuro. AgendaDoFuturo/_2011/pesquisa.aspx

Ano de início: 2010

Ano de término: 2011

BARBOSA, LIVIA
VELLOSO, LETICIA
DUBEUX, VERANISE

CAEPM

Jovens e Música: trilha sonora da vida cotidiana

Gerou base de dados própria com 818 respondentes. Integra compilação de dados sobre juventude. Em 2011 gerou um capítulo no livro Juventude e Gerações no Brasil Contemporâneo.

Ano de início: 2008

Ano de término: 2011

BOCORNY, ANA ELIZA

A ampliação para usuários semi-especialistas de um glossário bilíngue (inglês/português) multimeios online colaborativo baseado em corpus especializado da área de relações internacionais.

O projeto propõe a ampliação do glossário já existente para os alunos dos semestres subsequentes, e a inclusão de objetos de aprendizagem como atividades how to e exercícios de vocabulário e de leitura, transformando o site em um ambiente de acesso e construção do conhecimento, mais do que apenas um espaço de consulta.

Ano de início: 2012

Ano de término: 2012

BOCORNY, ANA ELIZA

CAEPM

Glossário bilíngue (inglês/português) multimeios online colaborativo para área de Relações Internacionais

Construção de glossário bilíngue e constituição de uma metodologia para a criação de glossários para aprendizes baseados em corpora especializados

Ano de início: 2011

Ano de término: 2011

BORINI, FELIPE MENDES

Distância Institucional e Comportamento da Inovação em Subsidiárias Estrangeiras de Multinacionais Instaladas no Brasil: uma abordagem com base nas informações da Pesquisa de Inovação Tecnológica (PINTEC) do IBGE

O presente projeto de pesquisa tem como objetivo averiguar a associação da distância institucional com as estratégias de inovação das subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais no Brasil. Especificamente, o presente projeto de pesquisa investiga a associação da distância institucional com as inovações de processo, produto, organizacionais e de marketing (PINTEC, 2010) das subsidiárias estrangeiras localizadas no Brasil. Os resultados deste projeto trarão luz ao aspecto da distância institucional que têm sido relegados, quase que totalmente, exceto em relação ao aspecto cultural, quanto ao seu impacto na inovação das subsidiárias das empresas multinacionais. Particularmente, essa análise para países emergentes como o Brasil, não foi realizada, dessa forma caracterizando como uma segunda contribuição para se entender o desafio da gestão das multinacionais em países emergentes.

Ano de início: 2012

Ano de término: 2015

BORINI, FELIPE MENDES

Extrapolando os limites de centros de excelência em subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais

O objetivo deste projeto de pesquisa consiste na compreensão do fenômeno de desenvolvimento dos centros de excelência, em subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais, decorrentes de parcerias estratégicas entre as subsidiárias e empresas da rede de negócios, localizadas no Brasil. Apesar da proliferação dos estudos sobre centros de excelência verifica-se que, a temática, ainda é recente e propensa à evolução. Nesse aspecto, o que chama a atenção dos pesquisadores é que o enfoque dos estudos se restringe aos processos organizacionais restritos a cadeia de valor da empresa, em outras palavras, restritos as funções organizacionais realizadas dentro da empresa, sem considerar as funções exercidas por meio de parcerias com outras empresas. Dado essa limitação da análise de funções realizadas somente pela empresa, sem considerar parcerias estratégicas, verifica-se uma lacuna de pesquisa importante para ser pesquisada relacionada à questão dos centros de excelência. Desse modo, os objetivos específicos dessa proposta de pesquisa são os seguintes: 1) Identificar os fatores relacionados à gestão da subsidiária e ao contexto competitivo dessa subsidiária que permitem o desenvolvimento de centros de excelência por meio de parcerias estratégicas com atores da rede de negócios. Esse objetivo será contemplado por meio dos de levantamento de campo do tipo Survey aplicado junto às maiores subsidiárias estrangeiras no país. 2) Identificar as características e estratégias das empresas que realizam parcerias estratégicas com as subsidiárias estrangeiras. Esse objetivo será contemplado por meio dos resultados de um survey a ser aplicado junto às empresas fornecedoras do setor automotivo brasileiro.

Ano de início: 2010

Ano de término: 2012

BOUZADA, MARCO AURELIO CARINO

CAEPM

Laboratório de Logística – jogo de empresa para uso em sala de aula

Utilização de jogo como metodologia alternativa de ensino e como laboratório para testar modelos teóricos na área de logística.

Ano de início: 2011

Ano de término: 2011

BOUZADA, MARCO AURELIO CARINO

Laboratório de Logística: testando aspectos pedagógicos e estratégias de centralização de estoques

A proposta deste projeto consiste em dar continuidade ao projeto de 2011.

Ela tem como objetivo testar: a adequação da metodologia de Jogos de Empresas na área de Logística aos diferentes estilos de aprendizagem dos alunos; se o formato de aplicação do jogo (à distância ou presencial) e se a quantidade de tempo disponível para a tomada de decisão são capazes de influenciar o desempenho dos alunos na atividade; se diferentes estratégias logísticas de (dês) centralização de estoques são capazes de impactar alguns indicadores de desempenho e o próprio desempenho das empresas no jogo.

Ano de início: 2012

Ano de término: 2012

CARRASCOZA, JOÃO ANZANELLO

Narrativas midiáticas, poética e retórica do consumo

Investigar e analisar os procedimentos retóricos e poéticos utilizados na produção de narrativas midiáticas e suas relações com o consumo material e simbólico.

Ano de início: 2009

Ano de término: 2012

CASAQUI, VANDER

As representações do mundo do trabalho na comunicação midiática

Identificar e analisar os modos de presença das representações midiáticas do mundo do trabalho, problematizados a partir das intersecções comunicação - produção - consumo. Objetivos específicos: a) Analisar as traduções e os regimes de visibilidade do mundo do trabalho na linguagem publicitária e na publicização de mercadorias, marcas e organizações; b) Desenvolver um estudo sobre os reality shows relacionados ao mundo do trabalho, a fim de compreender sua presença midiática e os processos de tradução para as lógicas do entretenimento e dos formatos industriais televisivos; c) Traçar caminho histórico da produção de imagens do trabalho e os seus significados, de acordo com sua época e com seu contexto sociocultural.

*Ano de início: 2007**Ano de término: 2012*

CASTRO, GISELA GRANGEIRO DA SILVA

Comunicação, Consumo e Entretenimento na Cultura Digital

Examinar a utilização das dinâmicas do entretenimento na elaboração de estratégias midiáticas articuladas à ativação do consumidor como co-produtor e distribuidor de conteúdo nas redes sociais digitais. Monitorar e refletir sobre a circulação de advertainment, edutainment, infotainment e outros formatos culturais resultantes do cruzamento entre as lógicas e linguagens do entretenimento e do consumo.

*Ano de início: 2009**Ano de término: 2011*

CASTRO, GISELA GRANGEIRO DA SILVA

Comunicação, consumo e subjetividade: cultura digital, práticas e estratégias

Este projeto dedica-se a examinar a participação da comunicação e do consumo na produção de subjetividades, especialmente na cultura digital. Interessa investigar as estratégias midiáticas de produção, indução e mobilização do consumidor que é também produtor e distribuidor de conteúdo nas redes sociais. Entende-se esse consumidor como um agente e um produto no contexto da mercantilização das subjetividades contemporâneas. Objetivo geral: Esta pesquisa tem por objetivo investigar as apropriações sociais e mercadológicas das redes digitais de comunicação, sociabilidade e negócios, tendo em vista as estratégias de produção e consolidação do consumidor como produto no contexto da crescente mercantilização das subjetividades. Objetivos específicos: Investigar empiricamente a participação de marcas e produtos na constituição dos perfis identitários que circulam nas redes sociais na internet, Monitorar e refletir sobre as estratégias midiáticas que fomentam a interação com o consumidor nas principais fan pages corporativas.

*Ano de início: 2012**Ano de término: 2014*

DINIZ, MARCELO

CAMARGO, RICARDO ZAGALLO

PONTE, MAURICIO TURRA

CAEPM / ABAP**Indicadores de Sustentabilidade para Agências de Comunicação**

Conjunto de indicadores desenvolvido para funcionar como ferramenta de gestão para agências de publicidade. Em 2010 a primeira versão da ferramenta foi finalizada após processo de testes, elaboração do modelo, consulta pública e rodada técnica com públicos de interesse.

*Ano de início: 2010**Ano de término: 2011*

DUBEUX, VERANISE

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, finalizado em 2012, 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.

Ano de início: 2008

Ano de término: 2012

DUBEUX, VERANISE

Projeto Jovem

Delinear o perfil socioeconômico e cultural e o estilo de vida do aluno ESPM. Construir séries históricas que forneçam informações sobre mudanças e tendências dos alunos entrantes e dos alunos formandos para subsidiar publicações e desdobramentos de pesquisa que contextualizem os dados da ESPM no âmbito de outras pesquisas sobre jovem e juventude no Brasil.

Ano de início: 2008

Ano de término: 2012

ERTHAL, ANA AMELIA

HECKSHER, ANDREA DANTAS

PEREIRA, VINICIUS ANDRADE

CAEPM

Catálogos digitais para publicidade e vendas online

Compreender como o uso da tecnologia pode afetar o processo de compra por meio de catálogos digitais; Gerar protótipo de catálogo digital para cosméticos

Ano de início: 2010

Ano de término: 2011

FIGUEIREDO, JULIO CESAR BASTOS

PONCHIO, MATEUS CANNIATTI

Estudos em Modelagem e Simulação Empresarial

O projeto tem como propósito estudar a aplicação de técnicas de modelagem matemática e de simulação computacional no desenvolvimento de modelos voltados para o entendimento dos fenômenos do marketing e da administração no ambiente global. Busca-se a construção e o aperfeiçoamento de modelos teóricos que explicam alguns desses fenômenos tais como o processo de difusão de novos produtos, a formação de mercados consumidores e de redes de empresas e o surgimento de oscilações imprevisíveis na demanda de algumas cadeias produtivas. A metodologia envolve o estudo de cada problema, a construção de conjecturas, ou hipóteses, sobre o comportamento do sistema subjacente, e a escolha de um conjunto de técnicas apropriadas para modelagem e a simulação. Das hipóteses formuladas deduzem-se consequências que são testadas ou falseadas por meio da comparação do comportamento dos modelos frente à realidade. Serão utilizadas diversas técnicas e métodos de modelagem, tais como o mapeamento causal, a programação baseada em agentes, a modelagem por dinâmica de sistemas e a modelagem por equações estruturais.

Ano de início: 2006

Ano de término: atual

GARRINI, SELMA PELEIAS FELERICO

CAEPM

Percepção e Mudança no comportamento de consumo feminino relacionado ao culto do corpo perfeito no século XXI

Verificar a percepção que as mulheres têm das capas e matérias jornalísticas referentes a beleza e a perfeição estética corporal, veiculadas nas Revistas Nova e Boa Forma. Registrar as mudanças no comportamento de consumo feminino, entre as mulheres de 20 a 45 anos. Categorizar os modelos de corpos encontrados a partir da recepção e do consumo das mulheres entrevistadas.

Ano de início: 2011

Ano de término: 2011

GARRINI, SELMA PELEIAS FELERICO
Percepção e Comportamento de consumo relacionados à beleza e à estética corporal das mulheres na faixa etária entre 50 a 65 anos.

Avaliar a satisfação das mulheres, acima dos 50 anos, das classes A e B, com a sua aparência e compreender como ocorre o consumo de produtos e serviços de beleza e do culto ao corpo.

Ano de início: 2012

Ano de término: 2012

HOFF, TANIA MARCIA CEZAR
 CARRASCOZA, JOAO ANZANELLO
 CAEPM/PPGCOM
Ditos e não ditos da narrativa publicitária: modernização e consumo no Brasil dos anos 1950

Mapear os imaginários presentes na comunicação publicitária de agências de propaganda a partir da elaboração de uma cartografia das representações presentes nesse discurso de auto-referência

Ano de início: 2011

Ano de término: 2011

HOFF, TANIA MARCIA CEZAR
Estratégias da comunicação midiática e discursos da diferença

Identificar os regimes de visibilidade da diferença na cena midiática e nos sistemas de consumo; mapear os principais sentidos atribuídos à diferença no sistema do consumo na sociedade brasileira; caracterizar as estratégias e as condições de produção do discurso da diferença na comunicação midiática contemporânea na interface com o consumo.

Ano de início: 2010

Ano de término: 2012

KHAUAJA, DANIELA
 CAEPM
Fatores Críticos para a Construção e a gestão de marcas de empresas brasileiras em processos de internacionalização

Descrever os fatores críticos para a construção e a gestão de marcas de empresas brasileiras multinacionais no âmbito da estratégia de internacionalização.

Ano de início: 2011

Ano de término: 2011

LIMA, MANOLITA COREIA
Mobilidade Acadêmica Internacional de Estudantes Latinoamericanos

Compreender as • Motivações dos estudantes latino-americanos para a participação em programas de mobilidade acadêmica internacional. • Percepções e significados da experiência vivida pelos estudantes latino-americanos durante programas de mobilidade acadêmica internacional.

• Percepções de resultados da experiência vivida pelos estudantes latino-americanos durante programas de mobilidade acadêmica internacional. • Relação entre experiência do programa de mobilidade acadêmica internacional e empregabilidade para os estudantes latino-americanos

Ano de início: 2011

Ano de término: 2013

LIMA, MANOLITA CORREA
Habitus cosmopolita ou internacionalização funcional?

A construção da alteridade em contexto de mobilidade acadêmica internacional

• identificar e compreender a presença/ausência de disseminação na interação entre os estudantes nos diferentes espaços sociais • mapear os espaços que proporcionam maior intimidade cultural e buscar compreender porque eles são capazes de promover esse movimento individual e coletivo • identificar e compreender se (e como) as formas de co-presença replicada (virtual) reterritorializam a negociação de sentidos e geram simulacro de sociabilidade em contexto de mobilidade • identificar até que ponto maior intimidade cultural fortalece o habitus cosmopolita.

Ano de início: Fevereiro de 2011

Ano de término: Fevereiro de 2012

LIMA, MANOLITA CORREIA

CAEPM

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

Entender até que ponto a Universidade, enquanto instituição de educação superior pode influir para o processo de integração regional, de caráter internacional. Em 2011 a pesquisa de campo detectou que as universidades estudadas (Unilab – Redenção, Unila - Foz do Iguaçu, Uniam – Santarém, e Universidade Federal da Fronteira do Sul – multicampi) são ainda jovens para poder apresentar indícios de integração regional, de caráter internacional.

Ano de início: 2010

Ano de término: 2011

LIMA, MANOLITA CORREIA

CAMPOS, GERALDO

CAEPM

Habitus Cosmopolita ou Internacionalização Funcional – pesquisa sobre mobilidade estudantil

Identificar e compreender a presença / ausência de disseminação (dificuldade de entendimento) na interação entre os estudantes nos diferentes espaços sociais Mapear espaços que proporcionam maior intimidade cultural e buscar compreender porque são capazes de promover esse movimento individual e coletivo Identificar até que ponto maior intimidade cultural fortalece o habitus cosmopolita

Ano de início: 2011

Ano de término: 2011

NETO, LUIZ PERES

Ética, dominação e discursos organizacionais no mercado de consumo.

Tendo em vista a importância e relevância científica e social do debate acerca das interações entre comunicação e consumo, este projeto objetiva, em linhas gerais, compreender como discursos e práticas comunicativas entrecruzam-se com relações de dominação no mercado de consumo. Objetivos específicos: 1º) Descrever e analisar em que medida e como discursos de organizações, públicas ou privadas, têm ajudado a minar ou, pelo contrário, a produzir e reproduzir relações de dominação no mercado de consumo; 2º) Descrever e analisar em que medida e como discursos enunciados por consumidores têm ajudado a minar ou, pelo contrário, a produzir e reproduzir relações de dominação no mercado de consumo.

Ano de início: 2012

Ano de término: 2014

NUNES, MONICA REBECCA FERRARI

Comunicação, Consumo e Memória: Cosplay e Culturas Juvenis

Projeto vinculado à linha de pesquisa, Lógicas da Produção e Estratégias Midiáticas Articuladas ao Consumo - investiga a subcultura cosplay em São Paulo como prática comunicativa, de significação e também como uma semiosfera, geradora de sentidos e de múltiplos textos culturais, na perspectiva das estratégias de produção midiática. A pesquisa procura decifrar o modo como os fãs habitam as memórias dos filmes, games ou outros textos culturais que tenham gerado o desejo pelo cosplay, e de que forma a subcultura cosplay garante sua própria memória e permanência na cultura juvenil. Para tanto é necessário averiguar sobre a qualidade ou característica dos laços estabelecidos entre cosplayer e seu personagem de afeto, e ainda, descobrir quais as características das vinculações entre a comunidade de cosplayers. As análises dos festivais e dos encontros, em espaços presenciais ou no ciberespaço, permitem compreender os modos de produção desta subcultura, os processos de construção de memória e de vínculos, dinâmicas de transmissão e circulação de seus textos culturais conectados às análises de como o consumo de narrativas e personagens podem significar, na produção discursiva dos próprios cosplayers, o cotidiano das culturas juvenis, construindo identidades, diferenças, relações sociais e políticas. O objetivo geral da pesquisa é verificar lógicas e estratégias da produção da subcultura cosplay em São Paulo, por meio da análise das formas de transmissão, circulação e consumo de narrativas (mangás, animês, games ou outros gêneros que tenham gerado o desejo pelo cosplay), de modo a significar o cotidiano das culturas juvenis, construindo identidades, diferenças, relações sociais e políticas – assim como um sistema de memória. Como resultados são esperados produções de artigos em revistas especializadas e livro autora.

*Ano de início: 2012**Ano de término: 2014*

OROFINO, MARIA ISABEL

Mídia, Crianças e Consumo de Tecnologias

Esta pesquisa tem como tema as relações entre comunicação, consumo e educação junto às crianças. O recorte teórico-metodológico deverá focar nas relações das crianças com o consumo de tecnologias, a questão dos usos sociais, do acesso e da inclusão digital. O projeto está organizado em três etapas que se complementam: (i) investigar, teórica e empiricamente, as formas de circulação da telenovela (em especial *Viver a Vida* (Rede Globo, 2010) e os modos de recepção da mesma por parte do público infantil com ênfase em aspectos de usos de recursos de transmedialidade; (ii) investigar práticas de mídia-educação no espaço escolar infantil; (iii) investigar a temática das relações entre mídia, consumo e direitos das crianças por meio de um mapeamento das organizações que lidam com esta temática em fóruns políticos no Brasil contemporâneo. Este projeto busca uma reflexão integrada entre diferentes campos do conhecimento, como estudos de: mídia, consumo, infância, cultura, telenovela, educação e direitos das crianças frente às mídias. O objetivo principal é identificar novos modos de consumo e participação das crianças na cena midiática contemporânea e dar início à construção de um referencial sobre as relações entre mídia, consumo e infância no Brasil. Os objetivos específicos são: Identificar um referencial teórico atualizado sobre o tema da mídia, infância e consumo; Realizar uma etnografia de audiência com crianças de classes populares; Realizar uma experiência de mídia-educação com crianças; Reunir aportes teóricos e empíricos que permitam uma leitura da atuação de diferentes agentes em fóruns especializados sobre o tema, incluindo o debate político; Mapear as organizações que atuam em defesa dos direitos das crianças frente às mídias no Brasil; Organizar eventos e publicações sobre o tema. A pesquisa, de caráter qualitativo, em virtude de se constituir em três etapas que se complementam, explora uma abordagem multimetodológica.

*Ano de início: 2011**Ano de término: 2012*

PEREIRA, VINÍCIUS

Os impactos das práticas midiáticas digitais e do entretenimento como linguagem nas dinâmicas de marketing na contemporaneidade

Este eixo de pesquisa se estrutura, em uma ampla perspectiva, em torno de investigações que se debruçam sobre transformações no campo do marketing, a partir do advento da chamada cultura digital e do que entendemos como o terceiro estágio da evolução do entretenimento quando este se torna uma linguagem hegemônica nos processos comunicacionais contemporâneos, capaz de aproximar, tanto instituições diversas, quanto marcas, dos seus respectivos públicos. O conjunto de estudos e experimentos que o eixo propõe, ao mesmo tempo em que busca passar em revista alguns conceitos fundamentais do campo do marketing, dialoga com campos correlatos, tais como a comunicação, a economia, as neurociências, em busca de uma melhor compreensão acerca dos perfis dos novos públicos consumidores, de métodos para a detecção de tendências de comportamentos que possam afetar dinâmicas mercadológicas, de ferramentas e de meios que incrementem vendas a varejo, de aspectos sensoriais que contribuam para a percepção e manutenção de marcas etc. Assim, de maneira mais específica, o conjunto de questões que o supracitado eixo acolhe quer dar conta de temas e objetos, tais como: desenvolvimento de marcas multissensoriais (Brandsense), novas linguagens midiáticas para novos meios, estudos de neuromarketing, pesquisas neuromidiáticas, economia da atenção, práticas e ferramentas para vendas online à varejo, dinâmicas de sociabilidade das redes digitais e seus impactos na percepção, promoção, valorização e fidelização de marcas, novos arranjos e ambientes midiáticos para a promoção de experiências de marcas (branding experience), dentre outros.

Ano de início: 2011

Ano de término: 2013

PEREIRA, VINÍCIUS

POLIVANOV, BEATRIZ

Novas Linguagens em Jornalismo Online e Narrativas Digitais

Considerando que a cultura digital traz uma série de novos modos de consumo de informação e de entretenimento através de inúmeros meios – celulares, tablets, computadores, laptops etc. –, a pesquisa estuda as principais transformações em jogo no que toca o jornalismo e suas diversas narrativas, a partir basicamente das seguintes categorias de pesquisa: 1) Linguagens; 2) Aplicativos; 3) Pesquisas e estudos sobre público leitor e experiências com jornais e revistas – aspectos cognitivos e culturais e 4) Modelos de Negócios – venda de conteúdo e publicidade em novos meios. Participação dos alunos do Media Lab.

Ano de início: 2012

Ano de término: 2013

PEREIRA, VINÍCIUS

POLIVANOV, BEATRIZ

Práticas Conversacionais em Sites de Redes Sociais: Explorando o Uso do Twitter e do Facebook para a Comunicação Mercadológica

A proposta deste estudo é, a partir de uma pesquisa empreendida no ESPM Media Lab para o banco Bradesco, mapear as principais características das gramáticas e linguagens de dois dos sites de redes sociais mais populares no Brasil, o Twitter e o Facebook e como a empresa tem se apropriado desses meios para se relacionar com seu público-alvo. Tem-se como objetivo também o levantamento de casos de ações e de práticas comunicacionais que algumas empresas vêm experimentando – com mais ou menos êxito – dentro dessas redes, propondo uma metodologia de análise dos mesmos, baseada na adequação das linguagens usadas pelas empresas para se comunicarem com seus respectivos públicos. Participação dos alunos do Media Lab.

Ano e início: 2012

Ano de término: 2013

PESAVENTO, FABIO

A estabilidade institucional brasileira e os investimentos em publicidade: 1997-2010

Pesquisa que visa mensurar a influência do novo ambiente institucional, envolvendo abertura da economia e aumento da competição, entre outros fatores, sobre o desempenho do mercado publicitário brasileiro. A partir do emprego de Estatística Multivariada busca identificar os fatores macroeconômicos que mais contribuíram para determinar os investimentos em publicidade no período 1997-2010, além de medir a importância de cada variável analisada na explicação do desempenho do mercado publicitário.

*Ano de início: 2012**Ano de término: 2012*

POLIVANOV, BEATRIZ

Consumo e ciberespaço

O projeto tem como objetivo propor investigações acerca dos novos modos e tendências de os sujeitos se socializarem e consumirem bens e serviços na cibercultura, tomada como sinônimo da cultura contemporânea. Fenômenos como crowdsourcing, compras coletivas via Internet e gestão coletivas de marcas, todos relacionados às lógicas da web 2.0 da arquitetura da participação e inteligência coletiva, exemplificam novos modos de se experienciar o consumo na contemporaneidade. Os métodos de pesquisa utilizados são estudos de caso de empresas que já se utilizam dessas e outras estratégias, análises netnográficas sobre o comportamento do consumidor e surveys. Como resultados esperados têm-se o mapeamento das atuais formas de consumo no ciberespaço e das práticas de sociabilidade em espaços como sites de redes sociais, além da proposição de tendências de consumo e novos modelos de negócios relacionados a essas práticas.

*Ano de início: 2011**Ano de término: 2013*

PONCHIO, MATEUS CANNIATTI

Comportamento do Consumidor da Base da Pirâmide

Estudos anteriores sugerem que o consumidor materialista de baixa renda vivencia sentimentos de impotência e de exclusão em função do desnível entre suas posses e seus desejos. Tal descasamento é agravado por fatores contextuais como elevadas taxas de juros, escasso acesso a crédito e pequena disponibilidade de bens de boa qualidade e preços baixos. Para lidar com esses fatores ambientais adversos, os consumidores de baixa renda adotam estratégias de defesa visando maximizar seu bem-estar. O objetivo deste projeto de pesquisa é explorar as influências das sociedades de consumo sobre o comportamento e as atitudes dos consumidores da base da pirâmide. Combinam-se métodos de pesquisa qualitativos e quantitativos com utilização de análise de conteúdo e surveys. Espera-se aprofundar os conhecimentos acerca da influência do materialismo excessivo em índices de adimplência de serviços financeiros; da vulnerabilidade de consumo vivenciada pelos indivíduos de baixa renda; da influência da propaganda sobre o materialismo; de efeitos da propaganda sobre os valores culturais de uma sociedade, em especial sobre valores associados à cultura consumista; e da influência de variáveis sócio-demográficas nas demais variáveis de pesquisa.

*Ano de início: 2008**Ano de término: atual*

PONCHIO, MATEUS CANNIATTI
STREHLAU, VIVIAN IARA

**Comportamento do consumidor:
identidade, cultura e consumo**

Comportamento do consumidor é uma das grandes áreas do marketing e cultura é um dos principais determinantes do consumo. Este projeto visa entender as múltiplas interrelações entre o indivíduo e o meio social. Busca-se compreender o indivíduo e suas relações com a sociedade, em especial aquela que envolve relações de consumo entre pessoas, pessoas e marcas, produtos e empresas e consumo como um elemento que auxilia a descrição da identidade e dos Eus do indivíduo. Os métodos utilizados para a pesquisa crosscultural, são surveys e pesquisas qualitativas em geral, incluindo pesquisas com texto, imagem e som e abordagens baseadas tanto na semiótica como na etnografia. Como resultado espera-se uma melhor compreensão do ser humano em relação a sua faceta consumo e a identificação de diferenças regionais resultantes de elementos culturais na construção individual.

Ano de início: 2008

Ano de término: atual

ROCHA, ROSE DE MELO

Consumo e cena midiática: culturas juvenis e políticas de visibilidade no Brasil

O projeto tem por objetivo geral identificar e analisar os principais contextos de difusão e recepção de representações sobre a juventude no Brasil. De modo específico, investigasse os novos contextos sociais, culturais, tecnológicos e midiáticos que conferem extrema visibilidade às representações produzidas pelos próprios jovens. Como quadro teórico de referência, adotamos pesquisas consolidadas sobre a juventude, o consumo, a urbanidade e as visualidades a eles atinentes. Conceitos de “politicidade” e de “cenas juvenis” permitem apreender como, nos contextos socioculturais descritos, ganham impacto social ações protagonizadas por jovens, que, em sua prática cultural, produzem narrativas sobre si e sobre os outros, negociando com os sentidos hegemônicos engendrados pela cultura massiva e pela lógica do consumo. Pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, análise de imagens, análise crítica da mídia, e investigações de base etnográfica, caracterizam este estudo, que realiza atividades de colaboração acadêmica com a pesquisa “Jovens/Juventudes: ações culturais, políticas e comunicacionais”, coordenado no PGCSO da PUCSP por Rita Alves Oliveira, e assim vincula-se a rede internacional de pesquisadores CLACSO – Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – Grupo de Trabalho “Juventud y nuevas prácticas políticas en América Latina” - 2011/2013, coordenado por Silvia H. S. Borelli.

Ano de início: 2010

Ano de término: 2012

ROCHA, THELMA VALÉRIA

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

Este estudo tem como objetivo analisar os fatores condicionantes da autonomia para inovar nas atividades de marketing em subsidiárias de multinacionais atuantes no Brasil. A abordagem metodológica envolve o estudo de um caso em uma empresa multinacional de bens de consumo do setor de alimentos. Este projeto foi avaliado pelo NUPP, e recebido o parecer em 2011 para melhorias. Em 2012, pretende-se publicar esses resultados em forma de livro, bem como cruzar os dados obtidos com os resultados de estudo similar desenvolvido por aluna do Mestrado PMGI em Empresa no Setor de Telecomunicações.

*Ano de início: 2010**Ano de término: 2012*

ROCHA, THELMA VALERIA

Internacionalização das Franquias Brasileiras (IFB)

Este projeto de pesquisa consiste na compreensão do fenômeno de internacionalização das franquias brasileiras. Apesar da proliferação dos estudos sobre franquias, poucos estudos analisam o processo de internacionalização. Nesse aspecto, o que chama a atenção dos pesquisadores é que o Setor de Franquias tem tipo um crescimento acelerado nos últimos anos, porém o volume de franquias internacionalizadas aumenta em um ritmo mais lento. Atualmente, o Brasil possui 68 franquias internacionalizadas, operando com mais de 700 unidades no exterior, sendo este processo recente, com início há cinco anos em média, mas que ainda representa pequeno faturamento no exterior. Dado essa limitação, verifica-se uma oportunidade de pesquisa que consiste na investigação deste processo sob a ótica dos países emergente, considerando suas barreiras, motivações e como alavancar este crescimento no exterior. Desse modo, os objetivos específicos dessa proposta de pesquisa são os seguintes: 1) Retratar a realidade vivenciada pelas franquias brasileiras em seus processos de internacionalização; 2) Analisar o que poderia ser aprimorado comparando este processo com o vivenciado por franquias de sucesso no mercado global. Esse objetivo será contemplado por meio de uma pesquisa de abordagem qualitativa, com o método entrevistas em profundidade com uma amostra de dez proprietários/responsáveis pela internacionalização das franquias estudadas. Thelma Valéria Rocha (Responsável); Eduardo Eugênio Spers; Felipe Mendes Borini; Adriana Camargo; Reynaldo Dannecker Cunha.

*Ano de início: 2010**Ano de término: 2012*

ROCHA, THELMA VALÉRIA
SPERS, EDUARDO EUGÊNIO

**Gestão de Marketing
no Contexto Internacional**

Este projeto visa à identificação das práticas de gestão que são utilizadas pelas áreas de marketing em empresas multinacionais que poderão ser utilizadas por empresas nacionais no momento da sua internacionalização.

O tema inclui estudos em multinacionais sobre: a gestão do relacionamento com clientes, a gestão dos stakeholders, a transferência de conhecimento de marketing, a gestão da inovação em marketing, o desenvolvimento de novos produtos pelos departamentos de marketing, a autonomia dos departamentos de marketing, a gestão dos 4 Ps (produto, preço, praça e promoção) pelos departamentos de marketing. Para cumprir este objetivo, os métodos utilizados são: estudos de caso, grounded theory e surveys. Os resultados esperados são a consolidação das teorias e o desenvolvimento de novos modelos de gestão do marketing no contexto internacional.

Ano de início: 2009

Ano de término: em andamento

ROSSI, GEORGE BEDINELLI

Interatividade e Memória

Investigar e descrever os conceitos acerca de INTERATIVIDADE e MEMÓRIA EXPLÍCITA, a interconexão entre ambos e determinar o constructo teórico.

Ano de início: 2010

Ano de término: 2012

SILVA, IARA SILVA DA
ROHDE, LILIANE

CAEPM

**Novos arranjos familiares:
o consumo dos casais
heterossexuais gaúchos, sem filhos**

Compreender de que modo ocorre o consumo dos DINKs (Double Income No Kids), casais com duplo rendimento e sem filhos.

Ano de início: 2011

Ano de término: 2011

SPERS, EDUARDO EUGENIO

**Atributos de Produtos e de Decisão
em Alimentos e Agronegócios**

Aprovado pelo Edital Universal CNPq de 2011 O intuito deste projeto de pesquisa é o de aprofundar a temática relacionada aos atributos agroalimentares em suas diferentes abordagens teóricas e conceituais, desenvolver e explorar as metodologias de Técnica de Configuração da Imagem do Produto, Análise Conjunta, Cadeias Meio-Fim e Escalas Likert concomitantemente, e aplicar ensaios empíricos com diferentes produtos e serviços, avaliando a influência dos atributos na atitude, percepção e tomada de decisão do produtor rural e do consumidor final. No caso da Livre Docência foram doze dimensões de atributos, dez relacionadas ao consumidor final: (1) ambientais, (2) de origem, selos e certificados, (3) transgênicos, (4) orgânicos, (5) de informalidade, (6) de consumo consciente, (7) sobre commodities alimentares, (8) públicos e privados, (9) de imagem de instituição de ensino agrícola e, (10) de bicompostíveis; e duas relacionadas ao decisor agrícola: (1) de decisão de compra por insumos do produtor rural e (2) de alinhamento do marketing de relacionamento em revendas agrícolas. Baseado nesta experiência, na estrutura teórica e conceitual e na metodológica desenvolvida, o intuito é explorar e caracterizar novas dimensões de atributos ou aprofundar as dimensões acima definindo e testando hipóteses.

Ano de início: 2011

Ano de término: 2013

SPERS, EDUARDO EUGENIO

Atributos de decisão em varejo: um experimento no Laboratório de Varejo da ESPM

Este estudo pretende explorar a lacuna nos estudos que tem a função de identificar os fatores internos e externos que são incorporados no mercado varejista e entender sua influência no estudo do comportamento do consumidor moderno. O Laboratório de Varejo configura-se como uma metodologia de estudo prática que possibilita uma visão mais próxima da real em que o consumidor é incorporado. As diferentes exposições são um conjunto de técnicas que podem ser utilizadas para destacar produtos na loja. Entender o comportamento do consumidor é o objetivo principal deste experimento com três tipos de exposição: vertical, horizontal e em bloco. Será elaborado um experimento em um Laboratório de Varejo de uma instituição de ensino com cerca de 80 universitários de 4 turmas diferentes e cinco categorias de produtos. Foram propostas cinco hipóteses e três modelos de análise. Outro aspecto a ser observado é com relação ao tipo de exposição escolhida. Supõe-se neste estudo que a sua maior ou menor intensidade se dá de forma diferente a depender da categoria de produtos considerada e dos três tipos de exposição analisadas. Supõe-se aqui que esta influência da exposição pode variar entre os diferentes grupos de consumidores. Serão realizadas também questões sobre o ambiente interno e externo. Entre as conclusões esperadas estão a de identificar se o tipo de exposição escolhido para promover os produtos mostra indícios de influências na forma como estes bens são percebidos pelos clientes. Isso exhibe a importância que deve ser dada a forma de exibir os produtos, principalmente nos supermercados, os estabelecimentos utilizados nesta pesquisa. Eduardo Eugênio Spers (Orientador), Paula Gea Zampieri (bolsista – ESPM)

*Ano de início: 2011**Ano de término: 2012*

SPERS, EDUARDO EUGENIO

Caracterização dos atributos de decisão do produtor rural: um comparativo entre o produtor de flores da Holanda e do Brasil.

No caso da uma decisão de um produtor rural na compra de um insumo agrícola atributos objetivos e mensuráveis são levados em consideração, tais como: análise de solo, indicadores econômicos e custos. Porém, atributos subjetivos também estão presentes na decisão do produtor rural: custos psicológicos, opinião de outros, qualidade e confiança na marca, o que permite estratégias de segmentação por variáveis emocionais e de percepção. Este projeto de pesquisa pretende investigar a percepção dos decisores individuais do agronegócio a jusante do sistema agroindustrial, os produtores rurais. O modelo de análise está composto por três métodos ou técnicas: (1) Técnica de Imagem e Configuração de Produto, que permite identificar os atributos relevantes e ordená-los em termos de importância (central, primeiro periférico e segundo periférico); (2) Cadeias Meio-Fim, que permite identificar as consequências e os valores oriundos dos atributos, além dos vieses presentes no processo cognitivo, e; (3) Análise Conjunta, que permite identificar a importância dos atributos, as permutas e a preferências pelos respectivos níveis de atributos. Estes métodos ou técnicas foram aplicados a produtores de flores na Holanda para verificar os atributos envolvidos na relação com a cooperativa. O intuito deste projeto é validar e comparar os resultados com produtores de flores no Brasil, mais especificamente com os cooperados da cooperativa de Holambra. A partir da coleta de dados no Brasil comparar com os resultados obtidos na pesquisa realizada na Holanda em janeiro e fevereiro de 2011. Espera-se que os resultados possam explorar e caracterizar novas dimensões de atributos ou aprofundar as dimensões encontradas na revisão de literatura. Eduardo Eugênio Spers (Orientador), Juliana Chini (bolsista – PIBIC/ESPM)

*Ano de início: 2011**Ano de término: 2012*

SPERS, EDUARDO EUGÊNIO

Consumidor no varejo e em agronegócios

Desenvolver conhecimento sobre o comportamento de indivíduos, grupos ou organizações relacionadas ao varejo, agronegócios e alimentos. Identificar e caracterizar os atributos no conjunto de considerações, compreender e avaliar as heurísticas e vieses no processo decisório e as percepções e influências do ambiente e de outras variáveis nestes segmentos. Discutir metodologias e estruturar e conduzir experimentos em marketing e consumo. Aplicar e desenvolver técnicas de pesquisa como a análise conjunta, cadeias meio-fim e imagem e configuração de produto e organizações.

Ano de início: 2010

Ano de término: em andamento

SPERS, EDUARDO EUGÊNIO

Marketing nos Processos de Internacionalização do Agronegócio, Franquias e Varejo

Estudos sobre o conhecimento e a aplicação das técnicas estratégicas e mercadológicas para os agentes do sistema agroindustrial, franquias e varejo. Avaliação da influência do ambiente institucional e a compreensão do comportamento do consumidor individual e organizacional. Análise comparativa entre situações nacionais e internacionais. Proposição e avaliação de constructos e modelos teóricos por meio de pesquisas quantitativas e qualitativas, visando discutir a aplicabilidade destes modelos nas práticas organizacionais e de mercado. Caracterização e discussão das práticas sustentáveis desenvolvidas nestes setores.

Ano de início: 2009

Ano de término: em andamento

STREHLAU, VIVIAN IARA

Comportamento do consumidor e o corpo

Este projeto tem por objetivo a compreensão do consumidor, em especial o indivíduo e suas relações com a sociedade, em especial aquela as áreas de beleza, moda e alimentação para compreender suas especificidades e particularidades. Os métodos utilizados são surveys e pesquisas qualitativas em geral.

Ano de início: 2011

Ano de término: atual

STREHLAU, VIVIAN IARA

Marcas no contexto internacional

Este projeto tem por objetivo principal a compreensão do uso de marcas em um contexto internacional. Como focos principais há o estudo de marca- país e da importância da imagem do país em suas diversas facetas, marcas globais X marcas regionais, marcas brasileiras no exterior e influência da cultura na construção de marcas. Simultaneamente busca-se compreender a relação entre marcas e o comportamento do consumidor.

Ano de início: 2012

Ano de término: atual

TADDEI, ANA L. GANBOGGI

BORGES, SILVIA

CAEPM

Pegada Hídrica. Qual é o tamanho da sua?

Água: nosso próximo carbono?

Analisar as ideias de sustentabilidade e de consumo sustentável de água no imaginário do público infantil e adolescente. Integra estudo maior (que ocorre em países como México, Índia, África do Sul e China) que tem como eixo comum o consumo e preservação da água.

Ano de início: 2011

Ano de término: 2011

TERRES, MELLINA DA SILVA

Teste de modelo dos antecedentes e consequentes da confiança do consumidor em trocas de serviços com consequências brandas e severas

A proposta deste projeto consiste em dar continuidade ao projeto de 2011. Ela tem como objetivo testar: a adequação da metodologia de Jogos de Empresas na área de Logística aos diferentes estilos de aprendizagem dos alunos; se o formato de aplicação do jogo (à distância ou presencial) e se a quantidade de tempo disponível para a tomada de decisão são capazes de influenciar o desempenho dos alunos na atividade; se diferentes estratégias logísticas de (dê)scentralização de estoques são capazes de impactar alguns indicadores de desempenho e o próprio desempenho das empresas no jogo.

Ano de início: 2012

Ano de término: 2012

TONDATO, MARCIA PERENCIN

A construção midiática do consumo e da cidadania: diferenças, identidades e representações na intersecção mídia e classes sociais

Aprofundar as reflexões sobre a intersecção comunicação-consumo-cidadania, problematizando os discursos sobre consumismo, inserção cidadã, responsabilidade social, consumo consciente, do ponto de vista de identidades representadas como estratégias de mobilização dos indivíduos em prol da manutenção das perspectivas hegemônicas - A partir dos estudos de recepção, pensando os processos de significação e ressignificação inerentes ao contexto complexo da contemporaneidade, pesquisar as possibilidades de abertura, as brechas para leituras diferentes e divergentes, em discursos mediados pelo cotidiano e pela cultura.

Ano de início: 2012

Ano de término: 2014

TONDATO, MARCIA PERENCIN

Consumo na sociedade midiática: espaço para pensar a sociabilidade e a cidadania

Desenvolver reflexões na dimensão das classes sociais e dos gêneros buscando entender as dinâmicas de inserção social e cidadã partir do consumo material na intersecção com a recepção de conteúdos midiáticos nos campos massivo e digital. Objetivos específicos: analisar os processos de leitura e apropriação dos conteúdos midiáticos em relação aos hábitos do cotidiano e de consumo; conhecer as relações entre cidadania e consumo na percepção dos sujeitos da pesquisa; buscar compreender a conceituação da intersecção dos significados de cidadania articulados aos hábitos de consumo; verificar, empiricamente, as articulações entre comunicação e consumo, considerando-se as segmentações de classe e de gênero.

Ano de início: 2010

Ano de término: 2012

TUROLLA, FREDERICO ARAUJO

Empresas de infraestrutura no Brasil e no Reino Unido: estudo da estratégia e da inovação em resposta a mudança institucional e a criação de marcos regulatórios

Este estudo objetiva atacar as seguintes questões: Em que medida se pode tomar o Reino Unido como líder nas reformas de infraestrutura e o Brasil como seguidor? Quais são as similaridades e diferenças marcantes entre os dois casos? Quais são as inovações observadas nas empresas brasileiras de infraestrutura em função das mudanças? Quais são as mudanças na estrutura de organização, na gestão e na organização do trabalho? Qual a natureza dos novos proprietários que emergiram nos dois casos e qual o papel do capital estrangeiro? Qual o potencial de desenvolvimento de multinacionais brasileiras nesses setores? Como se estruturou, em termos comparados, a estrutura e o poder da autoridade reguladora e qual o papel das consultorias internacionais de gestão e dos conselheiros na estruturação do novo sistema? Qual o resultado das mudanças em termos de indicadores chave nos setores de telecomunicações, saneamento e energia elétrica?

Ano de início: 2012

Ano de término: 2014

VOUGA, GABRIEL
BORINI, FELIPE MENDES

CAEPM

Observatório de Multinacionais Brasileiras

Criação de observatório cuja função principal consistirá no levantamento e monitoramento sistemático e periódico dos investimentos externos diretos brasileiros no exterior, assim como na difusão das informações levantadas para os diferentes públicos do projeto.

Ano de início: 2011

Ano de término: 2011

ZAGALLO, RICARDO
BENDASSOLLI, PEDRO FERNANDO
(COORD.)

CAEPM

Dicionário de Escolas, Teorias e Autores de Comunicação

Elaboração de um Dicionário de comunicação que reflita, genealogicamente, a matriz de modelos teóricos, escolas e autores que constituem o campo da Comunicação.

Em 2011 ocorreu a definição da macroestrutura e a redação dos verbetes por especialistas convidados (em andamento).

O grupo organizador, que responde pela autoria da obra é composto por: Maria Aparecida Baccega (ESPM), Adilson Citelli (USP), Maria Immacolata V. de Lopes (USP), Christa Berger (Unisinos) e Vera França (UFMG).

Ano de início: 2009

Ano de término: 2013

ZAGALLO, RICARDO

Indicadores de Sustentabilidade para agências de comunicação – aplicação

Coleta e tratamento de dados referentes ao conjunto de indicadores de sustentabilidade desenvolvidos em 2010/2011. Visa a emissão de relatório setorial e de relatórios empresariais que sirvam como ferramenta de gestão para agências de comunicação.

Ano de início: 2012

Ano de término: 2013

ZAGALLO, RICARDO
LAMARDO, RAFAEL

CAEPM

Projeto Rede do Conhecimento

Sistema de busca, indexação e distribuição do conhecimento gerado na ESPM. Objetiva a criação de uma estrutura de base semântica que interligue bases de conhecimento internas e externas. Em 2010 foi realizada a carga de conteúdos e desenvolvida tela de consulta para 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.

Ano de início: 2010

Ano de término: em andamento

Projetos de Pesquisa do Biênio Institucionais

DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO DO CAEPM

Elaboração de obra de referência, com um perfil crítico e compreensivo que apresenta o conjunto de Escolas, Teorias e Autores que mais contribuíram para a construção do repertório de conhecimento disponível hoje no campo da comunicação.

HANDBOOK DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Projeto Temático: Comportamento do Consumidor

Primeira etapa: Handbook de Comportamento do Consumidor

Elaboração de obra de referência que apresenta o estado-da-arte dos estudos de comportamento do consumidor no mundo. O trabalho é realizado pela equipe do PMGI com a participação de professores da ESPM e colaboradores externos.

MEMORIAL DO CONSUMO

O *Memorial do Consumo ESPM* é um projeto do PPGCOM-ESPM que vem se desenvolvendo com o trabalho de consultoria de duas pesquisadoras sob a supervisão da coordenação do PPGCOM. Trata-se da concepção, montagem e curadoria de um acervo digital *sui generis* que, em constante atualização, é composto por registros de memórias e narrativas sobre o universo do consumo, suas práticas, imaginários e materialidades. O objetivo é que seja um lugar de concentração das memórias e narrativas do consumo numa plataforma digital, fomentando o espírito investigativo tão caro ao campo acadêmico e ao debate intelectual. Busca-se fomentar discussões relacionadas à especificidade da interface comunicação-consumo, diferencial do PPGCOM-ESPM, que o coloca em condição de protagonista nos debates sobre a conjuntura, os limites e as transformações das sociedades contemporâneas.

Memorial do Consumo ESPM - Concepção e filosofia do acervo

O Memorial do Consumo ESPM é um projeto de concepção e montagem de um acervo digital *sui generis*: em constante atualização, é composto por registros de memórias e narrativas sobre o universo do consumo, suas práticas, imaginários e materialidades. Considerando o papel das tecnologias digitais no fomento do espírito investigativo na contemporaneidade, trata-se de um museu virtual interativo voltado ao mapeamento, exploração e análise de narrativas visuais, textuais e sonoras. Sua proposta é propiciar sondagens e vivências perceptivas aos seus usuários, oferecendo, ainda, reflexões teóricas e ensaios. Construindo pontes entre o mundo acadêmico e o não acadêmico, coloca em diálogo diferentes perspectivas e visões de mundo, vindo do campo da produção e da recepção – pesquisadores, produtores e consumidores.

Tem por objetivo reunir conteúdos que possibilitem investigar aspectos da interface comunicação-consumo, analisar práticas e culturas do consumo a partir de suas relações com processos e fenômenos da comunicação, práticas de recepção, experiências estéticas, cultura e estratégias midiáticas, materialidades e produção imaginária. Seu propósito e relevância assentam-se na eleição das culturas comunicacionais e do consumo como elementos marcantes da vida cotidiana, postas em discussão no âmbito da investigação acadêmico-científica de excelência praticada pelo PPGCOM-ESPM.

Os conteúdos apresentados no Memorial do Consumo ESPM serão construídos de forma colaborativa, articulando as competências dos narradores que contribuirão com o projeto com a expertise e pesquisa dos professores do Programa.

Pensar o consumo é projetar o futuro da comunicação. Pensar a comunicação é localizar a função estratégica do consumo na sociedade, na cultura e na agenda pública nacional, inserindo o debate nos principais fóruns científicos mundiais.

OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS DA ESPM

O Observatório de Multinacionais

Brasileiras da ESPM evoluiu em 2012 para um centro de pesquisa que concentra seus esforços no estudo do processo de internacionalização de empresas brasileiras.

Missão:

“Ser um centro de excelência acadêmica no mapeamento e difusão de informações sobre investimentos brasileiros no exterior”.

Pensando no público empresarial, O Observatório de Multinacionais Brasileiras da ESPM tem potencial para atender a diferentes demandas de empresas brasileiras internacionalizadas ou em vias de internacionalização. Busca-se colaborar com essas empresas através da difusão de metodologias gerenciais voltadas à escolha do país alvo de investimento, definição do modo de entrada, elaboração da estratégia internacional, gestão de recursos humanos no exterior, gerenciamento das operações em âmbito global etc. Para tanto, contamos com a colaboração de renomados pesquisadores brasileiros e estrangeiros, com vasta experiência no campo.

Principais áreas de pesquisa

• Perfil das multinacionais brasileiras

Monitora os investimentos brasileiros no exterior em diferentes setores competitivos: primário/extrativista, manufatureiro e de prestação de serviços.

• Inovação global

Investiga o processo de criação e transferência de inovação em empresas brasileiras internacionalizadas e os fatores que influenciam na inovação global.

• Gestão intercultural

Procura compreender questões relacionadas ao estilo gerencial brasileiro no âmbito dos negócios internacionais e os diferentes aspectos da gestão de pessoas em empresas multinacionais brasileiras.

Parcerias

Atualmente o Observatório de Multinacionais Brasileiras tem vários parceiros de pesquisa para realização de suas investigações. Possui parceria com a Universidade de São Paulo (FEA/USP) e University of Adelaide (Austrália), assim como parcerias com pesquisadores e organizações no Brasil e no exterior.

Patrocinadores

Atualmente temos como patrocinador o Banco Bradesco.

Os futuros patrocinadores podem propor projetos de pesquisa customizados a serem conduzidas pela equipe do Observatório.

PESQUISA DE FRANQUIAS

Em 2010, a ESPM iniciou uma parceria com a ABF (Associação Brasileira de Franchising) para estudar a internacionalização das Franquias Brasileiras. Foram feitos dois estudos, um em 2010, e outro em 2012, com o objetivo de retratar aspectos mercadológicos e estratégicos vivenciados pelas franquias brasileiras durante seu processo de internacionalização. No primeiro estudo eram 68 empresas internacionalizadas, em 2012, eram 92 empresas, e percebe-se que este número só tende a crescer. Neste sentido, a ESPM criou em 2010 o grupo IFB (Internacionalização das Franquias Brasileiras) e vai estar acompanhando esta evolução ao longo dos anos, com coleta de dados bianual nas Feiras da ABF, verificando esta evolução e os processos de gestão envolvidos. O principal objetivo deste estudo é retratar aspectos mercadológicos e estratégicos vivenciados pelas franquias brasileiras durante seu processo de internacionalização.

Artigos em magazines

Em 2012 foram publicados
27 artigos em magazines

ABREU, L. M.; MORAES, A.

Point Navigation Map method to track low-income mobile user's interaction Work - ISSN 1051-9815

<http://iospress.metapress.com/content/d8816n2345646763/?p=889226f562014aa4afeaf22951dfb14a&pi=5>

BACCEGA, M. A.; CASTRO, G.; RIZZO, M.

Retos en la investigación sobre consumo cultural y comunicación.

Portal de la Comunicación.com / Sessão Dossiês. ISSN 2014-1475

Universidade Autônoma de Barcelona.
http://www.portalcomunicacion.com/monograficos_det.asp?id=206

BACCEGA, M. A.; TONDATO, M. P.

Telenovela, comunicação, consumo: nos quais cultura e cotidiano se encontram.

Editora: Revista Marketing, nº 476, 2012.
www.revistamarketing.com.br

BORGES, S.

Meio Ambiente e sustentabilidade na Perspectiva das Novas Gerações

Revista Marketing, nº 477, 2012.

BORINI, F. M.

Discurso ou Prática: A responsabilidade social e ambiental das multinacionais

Marketing (São Paulo), v. 45, p. 65-69, 2012.

BOUZADA, M.

O administrador aristóteles: a presença da sua filosofia na administração

Revista InterScience Place, nº 23, 2012.

<http://www.interscienceplace.org/interscienceplace/article/view/254/266>

CARRASCOZA, J. L. A.; HOFF, T.

Narrativa Publicitária: Os ditos e os não ditos de modernização e consumo no Brasil dos anos

Revista Marketing, nº 476, 2012.

CARRASCOZA, J. L. A.

Mundos imaginados

Revista Emilia, 2013.

CARRASCOZA, J. L. A.

Afeto arcaico

Folha de S. Paulo, 2012.

CARRASCOZA, J. L. A.

Um olhar de primeira vez

Blog Cosac Naify, 2012.

CASAQUI, V.

O consumo, entre o espelho e a vidraça

In: Meio & Mensagem, 29 de outubro de 2012, p. 17

Meio & Mensagem, 2012.

ERTHAL, A.; HECKSHER, A.; PEREIRA, V.

As modulações entre o novo e o antigo como está acontecendo a transição dos catálogos de varejo impressos para os aplicativos móveis

Revista Marketing, nº 475, 2012.

GALLI, G.

O diplomata corporativo: competências e liderança.

Revista Relações Internacionais, Rio Grande do Sul, p. 113-127, vol.3, nº 1, jan-jun 2012.

HARTZ, A. M.; BORN, R.

Planejamento estratégico e imaginação

Jornal do Comércio p. 64 (data: 28 de março de 2012)

KAMLOT, D.

Persuasão: A Essência da Propaganda

Revista Marketing, março 2012, n.470. p.63-71. Ed. Referência.

KHAUAJA, D. M. R.

Gestão e Internacionalização de Marcas Brasileiras

Revista Marketing, nº 473, 2012.

NUNES, M. R. F.; PERES-NETO, L.

Tema: Afetos e paisagens sonoras: o encontro da ética espinosiana com as canções dos praticantes de cosplay

Editora: Intercom

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1385-1.pdf>

OROFINO, M. I.

Infância e consumo

Site Observatório Feminino, 2012.

<http://www.observatoriofeminino.com.br/consumismo-infantil-quem-paga-a-conta/colunas/>

ROCHA, R. F.

The role of sócio-cultural and economic innovation and the impact on the urban fabric – balancing contemporary trends, people's needs and the 'image' of the city.

Roskilde University Centre / Research

Conference: Innovating the Experience

Economy – Design, consumption and concepts.

11-12 June, 2012.

ROCHA, R. M.

Cidade múltipla: uma via cultural de migração da barbárie à civilização

MSG – Lazuli\Aberje

ROCHA, R. M.

Narrar, viver, comunicar: táticas possíveis para sujeitos pós-modernos

MSG – Lazuli\Aberje

SCHLATTER, G. V.

Simuladores de Negócios: conceituação e uso

Revista Competências – ISSN: 1984-2880

SILVA, I. S.; ROHDE, L.

Hábitos de Consumo dos Casais DINC – Dupla renda nenhuma criança

Revista Marketing

TANGERINO, D.; BUDAG, F. E.

Narrativas sobre práticas de consumo consciente

Revista Marketing

TONDATO, M. P.; BACCEGA, M. A.

Telenovela-comunicação-consumo: onde cultura e cotidiano se encontram

Revista Marketing – Referência

<http://www.revistamarketing.com.br/materia.aspx?m=1036>

TUROLLA, F. A.

O Impacto Econômico dos Megaeventos Esportivos: Experiência Internacional e Perspectivas para o Brasil.

Revista Tecnologia de Crédito, v. 13, p. 40-52, 2012.

TUROLLA, F. A.

Ativos Atrativos - Attractive assets

Câmara de Comércio Suíço-Brasileira (Swisscam Magazine)

http://www.swisscam.com.br/assets/files/magazine/magazine_69.pdf

**Em 2011 foram publicados
38 artigos em magazines**

ARRAIS, D. D.

Ficção e realidade: um pouco da trajetória do celular

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), agosto 2011

AVRICHIR, I.

Sistemas de Avaliação de Desempenho no Brasil

ESTADO DE SP, SÃO PAULO, 29 mar. 2011

BORGES, S.

As ruas comerciais, o consumo e a vida social urbana

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), maio 2011

CARRASCOZA, J. L. A.

Grandes feitos

Revista E

CARRASCOZA, J. L. A.

Pity's

Folha de S. Paulo

CASAQUI, V.

A comunicação viva da publicidade, plena de afetos e silêncios. Ensaio sobre comunicação e consumo

Revista Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo: ESPM, 2011.

CASAQUI, V.

A felicidade nos mundos possíveis da publicidade.

Ensaio sobre comunicação e consumo
Revista Comunicação, Mídia e Consumo
São Paulo: ESPM, 2011.

CASAQUI, V.

Desejo de marcar, algo demasiadamente humano.

Ensaio sobre comunicação e consumo
Revista Comunicação, Mídia e Consumo.
São Paulo: ESPM, 2011.

CASAQUI, V.

Esboços cartográficos: sobre carros, fotos e afetos.

Ensaio sobre comunicação e consumo
revista Comunicação, Mídia e Consumo.
São Paulo: ESPM, 2011.

CASAQUI, V.

O relógio de bolso do meu avô.

Ensaio sobre comunicação e consumo
Revista Comunicação, Mídia e Consumo.
São Paulo: ESPM, 2011.

CONTEL, F. B.; LIMA, M. C.

A internacionalização da educação superior e a mercantilização de sua oferta no Brasil e no mundo.

Conteúdo (v. III, no. 9, p. 46-50)

FIGUEIREDO, J. C. B.

Curvas de Difusão de Marcas e Modelos de Motocicletas de 50cc no Brasil

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), julho 2011

FRANÇA, E.

Be P.O.P. Point-of-Purchase

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), março 2011

LAZZARI, F. P.

Frutos e raízes. Juventude e tradição

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), dezembro 2011

LIMA, M. C.

A educação – quando o futuro ressignifica o passado

Revista ESPM (v.18, ano 17, edição n.5, set./out. 2001, p.46-73)

MACEDO, D. G.

Olhares sobre o comportamento

do consumidor: vantagens e desvantagens das técnicas que tentam compreender o consumidor

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), janeiro 2011

MASTROCOLA, V. M.

“VINCE VADER” Games & Gamification

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), novembro 2011

OROFINO, M. I.; SPINA, H.

Reflexões sobre o novo pensamento latino-americano no âmbito da infância e juventude (Prefácio)

Revista Lationamericana de Ciências Sociais, Infância e Juventude, 2011.

OROFINO, M. I.

Cápsula para consumo: Consumo e diversidade do gosto: estética neokistch e a jarra abacaxi

Revista Comunicação, Mídia e Consumo – PPGCOM ESPM SP, 2011.

OROFINO, M. I.

Cápsula para consumo: Luana e suas fotos das férias

Revista Comunicação, Mídia e Consumo – PPGCOM ESPM SP, 2011.

OROFINO, M. I.

Crianças, sociedade de consumo e regulamentação de publicidade

Revista do Serviço Social do Comercio - SESC, p. 15 – 25. Portal SESC, 2011.

OROFINO, M. I.; FEITOSA, S. C. S.; ANTUNES, A.

Valores e diálogos para uma cidade educadora.

Editores e Livraria do Instituto Paulo Freire. São Paulo, 2011.

PEREIRA, V.

Marshall McLuhan

Revista Cult / Editora Bregantini

PONCHIO, M. C.

Vulnerabilidade de Consumo - um estudo com consumidores paulistas de baixa renda

São Paulo: Revista Marketing (São Paulo), (ISSN: 00253634), abril de 2011, p. 51-57

ROCHA, R. M.

A boneca Barbie e suas fantasias

Revista: Comunicação, Mídia e Consumo

ROCHA, R. M.

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

<http://ppgcom.espm.br/blog/?p=2001>

ROCHA, R. M.

As imagens dispensam autores: subjetividade e autonomia em tempos hiperespetaculares

MSG Revista de Comunicação e Cultura

ROCHA, T. V.

A internacionalização das franquias brasileiras

Estudos ESPM. Revista Marketing (São Paulo), junho 2011

ROCHA, T. V.

A importância da Gestão dos Stakeholders

Editora Valor, Jornal Brasil Econômico – Março/2011

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

A Internacionalização das Franquias Brasileiras

Editora Referência, Revista Marketing – Junho/2011

SANTI, P. L. R.

Desejo e adição nas relações de consumo.

Psique (São Paulo), v. 72, p. 38-45

SAUERBRONN, J. F. R.; BARROS, D. F.; STREHLAU, S.; COSTA, A. M.

Pirataria e download como comportamento desviante e as técnicas de neutralização usadas pelo consumidores.

Gestão e sociedade (UFMG), v. 4, p. 513-538, 2011.

TAKEDA, H. S.; SCARABEL, M. V. P.; TUROLLA, F. A.

Crédito e o Consumo das Famílias.

Revista Tecnologia de Crédito (Serasa Experian)

TONDATO, M. P.

Classe C: ascensão social – além do acesso, quem da inclusão

REVISTA DA ESPM / ESPM

TUROLLA, F. A.

Avanços e desafios para a universalização do saneamento básico.

Cadernos INESP – Assembléia Legislativa do Estado do Ceará

TUROLLA, F. A.

Infraestrutura e Competitividade.

Revista Conjuntura da Infraestrutura (ABDIB – Associação Brasileira da Infraestrutura e da Indústria de Base)

TUROLLA, F. A.

O Estudo dos Investimentos Estrangeiros Diretos Estudos ESPM.

Revista Marketing (São Paulo), outubro 2011

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

Negócios internacionais: pesquisa e aplicação no Brasil.

Carta da SOBEET – Sociedade Brasileira de Estudos das Empresas Transnacionais e da Globalização Econômica

Bolsas e Financiamentos - 2012

Recebidos

ANA ELIZA PEREIRA

A ampliação para usuários semileigos de um glossário bilíngue (inglês/português) multimeios online colaborativo baseado em corpus especializado da área de relações internacionais com a utilização de objetos de aprendizagem

Valor: R\$ 35.000,00
BRADESCO

BEATRIZ POLIVANOV

Bolsa CAPES para realização de tese de doutorado.

R\$ 2.000,00 mensais | R\$ 24.000,00 ano 2012

CAEPM

Ciclo novo Brasil: múltiplas identidades

Valor: R\$ 95.000,00
BRADESCO

CAEPM

Vi ENEC – Encontro Nacional de Estudos do Consumo e Workshop com Marta Rosales (São Paulo e Porto Alegre)

Valor: R\$ 35.000,00
BRADESCO

EDUARDO EUGENIO SPERS

Atributos de produtos e de decisão em alimentos e agronegócios

Edital Universal/CNPq
Valor: R\$ 14.000,00

FABIO PESAVENTO

A estabilidade institucional brasileira e os investimentos em publicidade: 1997-2010

Valor: R\$ 30.000,00
BRADESCO

FELIPE MENDES BORINI

Distância institucional e comportamento da inovação em subsidiárias estrangeiras de multinacionais instaladas no Brasil: uma abordagem com base nas informações da pesquisa de inovação tecnológica (PINTEC) do IBGE / CNPQ

Valor: R\$ 21.400,00

FLÁVIA PRATA DA VINHA

TEDxESPM - Rio de Janeiro

Valor: R\$ 290.000,00
BRADESCO

FREDERICO ARAUJO TUROLLA

Projeto conjunto ESPM-Cardiff Business School

Valor: R\$ 4.500,00

FREDERICO TUROLLA

Empresas de Infraestrutura no Brasil e Reino Unido

Valor: R\$ 35.000,00
BRADESCO

GABRIEL VOUGA CHUEKE

CIBER - Center for International Business Education and Research

Valor: R\$ 100.000,00
BRADESCO

ILAN AVRICHIR/MARIA LAURA

Impacto de Operar em Múltiplas Cadeias de Valor: Estudo do Cluster de Rochas Ornamentais do Espírito Santo

Valor: R\$ 15.000,00
BRADESCO

JULIO CESAR FIGUEIREDO

Transferência de Conhecimento Baseada em Capacidades Absortivas

Valor: R\$ 35.000,00
BRADESCO

JULIO CESAR B. FIGUEIREDO

Auxílio-viagem PAEX-CAPES

Valor: US\$ 2.000,00

Valor aproximado em reais: R\$ 4.160,00

LUIZ PERES NETO (ESPM) – VASQUEZ, J. R. (Coordenador- Universidade de A Coruña, Espanha) – MALON, M. A. (Universidade de Zaragoza, Espanha) – MORALES, C. H. (Pontifícia Universidade Católica del Peru).

Linha de financiamento: “Proxectos de investigación para investigadores Emerxentes – Xunta de Galicia (con fondos da União Européia)” 2012/2015 (Governo da Galicia/União Européia).

Título do projeto: “Imaxe social, regulación xurídica e estratexias de protección nos delitos sexuais con vítima menor de idade (abordaxe integral e multidisciplinar do abuso sexual infantil)”

Subprojeto- PPGCOM: “O consumo de imaxes sexuais, violência e o debate de protección das audiências”

Valor: Total 14.000€

Valor aproximado em reais: R\$ 37.660,00

LUIZ PERES NETO (ESPM). – NICOLAS, L. S. (aluna/bolsista)

Linha: Bolsa de Iniciação Científica - PIBIC/CNPQ.

Valor: R\$ 400,00

MAITE ALVES BEZERRA

BOLSA MESTRADO/FAPESP

Valor R\$: 4.635,90 Bolsas de manutenção

MARCO AURELIO CARINO

Laboratório de Logística

Valor: R\$ 35.000,00

BRADESCO

MARCO AURELIO CARINO

Laboratório de logística: testando aspectos pedagógicos e políticas de gestão de estoques

Valor: R\$ 35.000,00

BRADESCO

MARCOS AMATUCCI

Transição Sustentável na Indústria Automobilística

Valor: R\$ 105.000,00

BRADESCO

MARCOS AMATUCCI

AUXÍLIO-VIAGEM PAEX-CAPES

Valor: US\$ 3,300.00

Valor aproximado em reais: R\$ 6.864,00

MARCOS AMATUCCI

(Ricardo Zagallo Camargo; Felipe Borini; Luiz Peres Neto; Frederico A. Turolla; Guilherme Umeda; Tania Marcia Cezar Hoff; Vivian Iara Strehlau; Gabriel Merici Oriani; Isadora Cristina Azzalin L. Martins; Layla Sayed Nicolas; Pedro Paulo Fidalgo Parigot; Yasmin Marie-Augustine Chase; Mariana Crosio Benvenuto; Stefanie Fontanele Trotta)

BOLSAS PIBIC/CNPq

Valor: R\$ 26.000,00 Bolsas de manutenção

MARCOS AMATUCCI

(Felipe Mendes Borini; Sidney Costa e Marcello Monteiro Pereira)

Extrapolando os limites de centros de excelência em subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais

PROSUPCN/CAPES

Valor: R\$ 4.800,00 Bolsas de manutenção

MARIA ISABEL OROFINO

Bolsa de Pos Doutorado

Valor: R\$ 8.000,00

Agência: CLACSO – Conselho Latino Americano de Ciências Sociais

MARIA ISABEL OROFINO

Congresso Internacional em Comunicação e Consumo / Congresso de Administração / PAEP/CAPES

Valor: R\$ 15.000,00

MARIA ISABEL OROFINO

Congresso Internacional em Comunicação e Consumo / Organização de Reunião / FAPESP

Valor: R\$ 16.157,53

MELINA TERRES

O papel das consequências das trocas - brandas e severas - nas relações entre os antecedentes e os consequentes da confiança

Valor: R\$ 30.000,00

BRADESCO

MONICA REBECCA FERREIRA NUNES

Una musica dolce suonava...: Memória e nomadismo na canção ítalo-paulistana

Financiador(Es): Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - Auxílio Financeiro.

Valor: R\$ 38.000,00

RAFAELA ALMEIDA CORDEIRO

Bolsa Mestrado/FAPESP

Valor: R\$ 7.726,50 Bolsas de manutenção

ROSE DE MELO ROCHA

Memorial do Consumo

Valor: R\$ 90.000,00

BRADESCO

ROSE DE MELO ROCHA

Abordagens da relação comunicação e consumo na teleficação brasileira

PROSUPCN/CAPES

Valor: R\$ 8.640,00 (AUXPE) + R\$ 45.900,00

Bolsas de manutenção

SELMA FELERICO

Percepção e comportamento de consumo relacionados à beleza e à estética corporal das mulheres na faixa etária entre 50 a 65 anos.

Valor: R\$ 35.000,00

BRADESCO

TANIA HOFF

Comunicação, mídia e consumo

Editoração e Publicação/CNPq

Valor: R\$ 15.000,00

THELMA ROCHA

VII Simpósio Nacional de Administração e Marketing

Valor: R\$ 30.000,00

BRADESCO

VERANICE DUBEUX

Faça história com a sua história: estudo longitudinal sobre a trajetória de alunos da ESPM

Valor: R\$ 55.000,00

BRADESCO

TOTAL R\$ 1.387.843,93**Concedidos**

ANDREA HECKSHER; ANA A. HERTAL

Catálogos Digitais para Publicidade

Valor: R\$ 12.000,00

Eventos com Domenico de Masi

(Rio e São Paulo)

Responsável: Ricardo Zagallo Camargo

Valor: R\$ 6.300,00

RAFAEL VALENTE (assistente editorial)

e Autores verbetistas (vários)

Projeto Dicionário de Comunicação

Responsável: Ricardo Zagallo Camargo

Valor: R\$ 23.000,00

TOTAL CONCEDIDO EFETIVO:**R\$ 41.300,00****Bolsas Institucionais (isenção de mensalidade)**

Foram concedidos bolsas e financiamentos no período de 2012, 30 bolsas de estudo (isenção de mensalidade) em valor equivalente a:

PPGCOM - Valor: R\$ 185.355,00**PMGI - Valor R\$ 365.941,20****TOTAL CONCEDIDO EQUIVALENTE:****R\$ 551.296,20**

Obs.: Não representa desembolso efetivo mas renúncia de receita

Programa Ciência sem Fronteiras

Beneficiários: alunos de graduação

ANA LUIZA LADEIRA CRUZ

**Programa Ciência Sem Fronteiras /
Estados Unidos - Oregon State University
/ CAPES**

Bolsas de manutenção e outros benefícios

DIOGO PUBLIO

**Programa Ciência Sem Fronteiras /
Estados Unidos - University Of California
San Diego / CAPES**

Bolsas de manutenção e outros benefícios

INGRID GROSS FRAY

**Programa Ciência Sem Fronteiras /
Alemanha - Universität Leipzig / CAPES**

Bolsas de manutenção e outros benefícios

Programa Ciência Sem Fronteira 2012 com início de Jan/Fev. 2013

Amanda Barbosa Verzini

Daniel Alves dos Santos

Gabriele Morgan Pereira

Lew Sarkovas Silva Figueiredo

Marcelo de Freitas Homrich

Pedro Luis Corsetti Oselame

Renata Forlani Seymour Burt

Tiago Peter Gerstheimer

Vinnie Souza Marchisio

Walter Elesbao Trindade

Bolsas e Financiamentos - 2011

Recebidos

EDUARDO EUGENIO SPERS

Consolidação da Metodologia de Análise de Sistemas Agroindustriais e Aplicações / - / Bolsa Pós-Doutorado / Wageningen / CAPES

Valor €: 6.000 (bolsas de manutenção) + 300 (auxílio instalação) + 210 (seguro-saúde)
Valor: R\$ 15.624,00

MANOLITA CORREA LIMA;

FABIO BETIOLI CONTEL

Publicação do livro Internacionalização da educação superior – nações ativas, nações passivas e a geopolítica do conhecimento

Valor: R\$ 7.000,00

MARCIA PERENCIN TONDATO

/ - / Congresso Internacional em Comunicação e Consumo / PAEP/CAPES

Valor: R\$ 12.000,00

MARCOS AMATUCCI

Extrapolando os Limites de Centros de Excelência em Subsidiárias Estrangeiras de Empresas Multinacionais / - / PROSUPCN/CAPES

Valor: R\$ 11.520,00 (AUXPE) + 27.600,00 (bolsas de manutenção)

MARCOS AMATUCCI

Evento: Inovação e Sustentabilidade em Empresas Multinacionais

Valor: R\$ 5.760,00

MARCOS AMATUCCI

/ - / Simpósio Internacional de Administração e Marketing / Congresso de Administração / PAEP/CAPES

Valor: R\$ 10.000,00

MARCOS AMATUCCI

/ - / - / Bolsas PIBIC/CNPq

Valor: R\$ 9.000,00 (bolsas de manutenção)

MARIA APARECIDA BACCEGA

Comunicação e Culturas do Consumo / - / Publicação de Livro (Tradução no Exterior) / FAPESP

Valor: R\$ 5.000,00

MATEUS CANNIATTI PONCHIO

Auxílio para participação de evento no exterior

Título do artigo: “An analysis of ethnocentrism and country of origin effect as antecedents of the rejection of Brazilian cinema”

Apresentado no 40th EMAC Conference, Ljubljana, Slovenia Conferência realizada em Ljubljana, Slovenia, entre 24 e 27 de maio de 2011.

Valor: R\$ EUR \$ 1,264.00 por hospedagem e inscrição no evento + passagens aéreas (São Paulo – Ljubljana – São Paulo)
Valor: R\$ 2.275,20

MEDIA LAB – CLICK ISOBAR

(Maio/2011 a Maio/2012)

Valor: R\$ 10.000,00 mensais | Totalizando: R\$ 120.000,00

MEDIA LAB – BRADESCO

(Dezembro/2011 a Julho/2012)

Valor: R\$ 120.000,00

ROSE DE MELO ROCHA

Consumo, Cena Midiática e Políticas de Visibilidade Contemporâneas / - / FAPLivros VI/FAPESP

Valor: R\$ 1.179,20

ROSE DE MELO ROCHA

ABORDAGENS DA RELAÇÃO Comunicação e Consumo na Teleficção Brasileira / - / PROSUPCN/CAPES

Valor: R\$ 8.640,00 (AUXPE) + R\$ 36.000,00 (bolsas de manutenção)

TOTAL RECEBIDO: R\$ 391.598,40

Concedidos

ANA A. ERTHAL; ANA HECKSHER
Catálogos digitais para publicidade e vendas online

Valor: R\$ 36.000,00

ANA ELIZA BOCORNY
Glossário bilíngue (inglês/português) multimeios online colaborativo para área de Relações Internacionais

Valor: R\$ 33.000,00

DANIELA MOTA R. KHAUAJA
Fatores Críticos para a Construção e a gestão de marcas de empresas brasileiras em processos de internacionalização

Valor: R\$ 28.000,00

GABRIEL VOUGA; FELIPE MENDES BORINI
Observatório de Multinacionais Brasileiras

Valor: R\$ 31.000,00

IARA SILVA; LILIANE ROHDE
Novos arranjos familiares: o consumo dos casais heterossexuais gaúchos, sem filhos

Valor: R\$ 46.000,00

MARCO AURELIO C. BOUZADA
Laboratório de Logística – jogo de empresa para uso em sala de aula

Valor: R\$ 28.000,00

MARIA APARECIDA BACCEGA; ADILSON CITELLI; VALENTE, R. ET AL (VERBETISTAS CONVIDADOS)

Dicionário de Escolas, Teorias e Autores de Comunicação

Valor: R\$ 25.000,00

RAFAEL LAMARDO
Rede do Conhecimento

Valor: R\$ 16.000,00

SELMA PELAES FELERICO GARRINI
Percepção e Mudança no comportamento de consumo feminino relacionado ao culto do corpo perfeito no século XXI

Valor: R\$ 28.000,00

TANIA HOFF; JOÃO CARRASCOZA
Ditos e não ditos da narrativa publicitária: modernização e consumo no Brasil dos anos 1950

Valor: R\$ 64.000,00

TADDEI, A. L. G.; SILVIA BORGES
Pegada Hídrica. Qual é o tamanho da sua? Água: nosso próximo carbono?

Valor: R\$ 36.400,00

**TOTAL CONCEDIDO EFETIVO:
 R\$ 371.400,00**

Bolsas Institucionais (isenção de mensalidade)

Foram concedidas no período de 2011, 30 bolsas de estudo (isenção de mensalidade) em valor equivalente à:

PPGCOM - Valor: R\$ 168.399,00

PMGI - Valor: R\$ 342.411,30

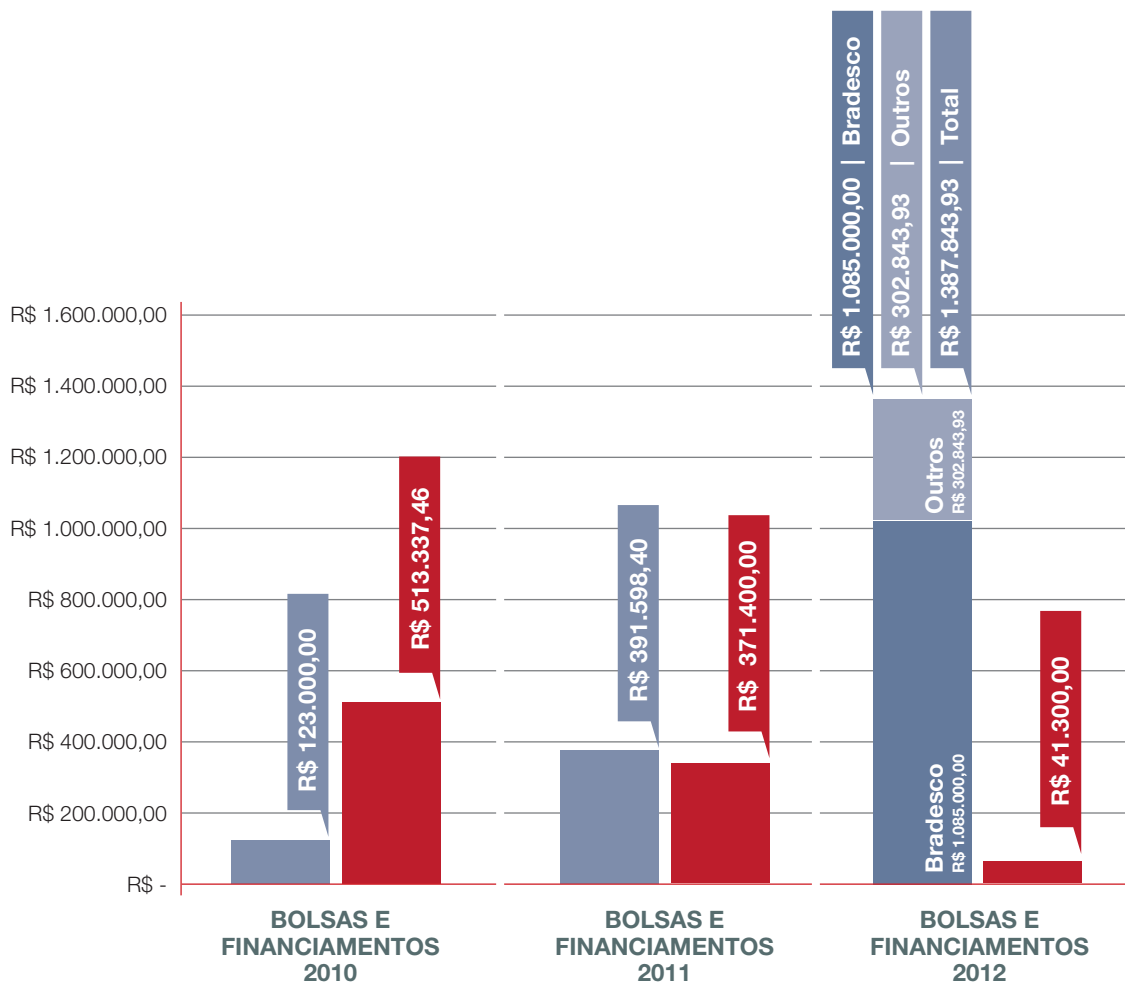
**TOTAL CONCEDIDO EQUIVALENTE:
 R\$ 510.810,30**

Obs.: Não representa desembolso efetivo mas renúncia de receita

Bolsas e Financiamentos - 2010 a 2012

Professores e funcionários da ESPM atendidos pelos programas de mestrado

	2010		2011		2012		Total
	Professor	Funcionário	Professor	Funcionário	Professor	Funcionário	
PMGI	4	1	5	2	3	2	17
PPGCOM	5	2	1	0	0	1	9
	9	3	6	2	3	3	26



- Recebido
- Concedido

As bolsas concedidas por nossos pesquisadores através do Escritório de Projetos e apoio à Pesquisa permitiram ampliar sua atuação e desonerar desembolsos da escola.

Programa de Mestrado

Comunicação e Práticas de Consumo - 2012

ENTRANTES 2013

Celia Beatriz Patto Martins
 Danilo Postinguel
 Fernando Jose Sousa da Silva
 Heloisa Kazuko Omine
 Julliana Biscaia
 Livia Cretaz
 Luciana Correa Bolzani
 Marcela Bezelga
 Maria Neusa dos Santos
 Penelope Maria Melo e Lira
 Raquel Duarte Hadler
 Rodrigo Costa Maceira
 Rosana Grangeiro Barreto
 Vanessa Santos Tarcha
 Vera da Cunha Pasqualin
 Wagner Alexandre Silva

ENTRANTES 2012

Beatriz Beraldo Batista
 Bruno Marcos Mastrocolla de Souza
 Daniel Sena Serafim
 Davi Naraya Basto de Sa
 Fabrizio Saitta Chioccola
 Guy Pinto de Almeida Junior
 Jacqueline Sobral Mesquita Martins
 Lizbeth Carolina Kanyat Ojeda de Novaes
 Marcos Roberto Hiller
 Maria Irene Carballido Romero
 Marisa Baruch Portela Abujamra
 Mauricio Pedroso Ribeiro da Silva

ALUNOS REGULARES 2012

Beatriz Beraldo Batista
 Bruno Marcos Mastrocolla de Souza
 Daniel Sena Serafim
 Davi Naraya Basto de Sa
 Fabrizio Saitta Chioccola
 Guy Pinto de Almeida Junior
 Jacqueline Sobral Mesquita Martins
 Lizbeth Carolina Kanyat Ojeda de Novaes
 Marcos Roberto Hiller
 Maria Irene Carballido Romero
 Marisa Baruch Portela Abujamra
 Aliana Barbosa Aires
 Andrea Celeste Montini Antonacci
 Dayse Maciel de Araujo
 Fernanda Cintra de Paula
 Lara Cristina Vollmer
 Marcelo Victor Teixeira
 Marcio Geraldo Casarotti
 Walfredo Ribeiro de Campos Junior

FORMANDOS 2012

Denise Gouveia Monteiro
 Ednaldo Edilei Franco
 Francisco Silva Mitraud
 Luis Henrique dos Santos
 Martha Terenzzo
 Matheus Matsuda Marangoni
 Rachel Eid Polito
 Renata Furtado Massetti
 Roberta Scorcio Maia
 Rosilene Moraes Alves Marcelino
 Sílvia Góis Dantas

DISSERTAÇÕES

DENISE GOUVEIA MONTEIRO

A educação continuada na intersecção da comunicação e do consumo: o desenvolvimento de carreiras no contexto da sociedade midiaticizada

Marcia Perencin Tondato

EDNALDO EDILEI FRANCO

Consumo e construções midiáticas: corpos diferentes no futebol

Tania Hoff

FRANCISCO SILVA MITRAUD

O trabalho como espetáculo televisivo: Comunicação, Consumo e Mídia em Aprendiz Universitário

Vander Casaqui

LUIS HENRIQUE DOS SANTOS

Estereótipos e consumo: Estratégias da Produção do Discurso da Diferença na Comunicação Publicitária

Tania Hoff

MATHEUS MATSUDA MARANGONI

Advertainment entretenimento e ação publicitária no YouTube

Gisela Castro

MARTHA TARENZZO

Comunicação, consumo e juventude: Mapeamento de Dissertações Brasileiras de 2005 a 2009

Rose de Melo Rocha

RACHEL EID POLITO

Comunicação e consumo: as redes sociais, como elemento constituinte da nova realidade pessoal e profissional do jovem adulto

Marcia Perencin Tondato

RENATA FURTADO MASSETTI

Narrativas audiovisuais na era digital e suas relações com o consumo: formas culturais e práticas sociais

João Anzanello Carrascoza

ROBERTA SCORCIO MAIA

Novas práticas de comunicação e consumo: os processos transmidiáticos da Capricho no plano da recepção e interatividade das adolescentes

Isabel Orofino

ROSILENE MORAES ALVES MARCELINO

Comunicação, educação e consumo: a circulação de práticas de consumo na intraficção e a sua apropriação por estudantes

Maria Aparecida Baccega

SÍLVIA GOIS DANTAS

Comunicação, consumo e trabalho feminino: Narrativas de consultoras no Projeto Memória das Comunidades Natura

Vander Casaqui

Programa de Mestrado

Comunicação e Práticas de Consumo - 2011

ALUNOS REGULARES 2011

Aliana Barbosa Aires
 Andrea Celeste Montini Antonacci
 Dayse Maciel De Araujo
 Denise Gouveia Monteiro
 Ednaldo Edilei Franco
 Fernanda Cintra De Paula
 Francisco Silva Mitraud
 Lara Cristina Vollmer
 Luis Henrique Dos Santos
 Marcelo Victor Teixeira
 Marcio Geraldo Casarotti
 Martha Terenzo
 Matheus Matsuda Marangoni
 Rachel Eid Polito
 Renata Furtado Massetti
 Rita De Cássia Paludetto
 Roberta Scorcio Maia
 Rosilene Moraes Alves Marcelino
 Sílvia Góis Dantas
 Walfredo Ribeiro De Campos Junior

FORMANDOS 2011

Adriana Figueiredo Junqueira Leite
 Chirles Virginia Antas De Oliveira
 Clarisse Setyon
 Denio Dias Arrais
 Denise De Paiva Costa Tangerino
 Ellen Kiss
 Fabiana Parra De Lazzari
 Fabio Sergio Teixeira Boueri
 Paola Mazzilli
 Sulce Neide Lima
 Tiago Pereira Andrade
 Vicente Martin Mastrocola
 Viviane Ribeiro Felix

DISSERTAÇÕES

ADRIANA FIGUEIREDO JUNQUEIRA LEITE
Comunicação e consumo: a influência das grifes nacionais na formação da identidade da consumidora brasileira do luxo
 Márcia Perencin Tondato

CHIRLES V. ANTAS DE OLIVEIRA
O discurso da sustentabilidade e da responsabilidade social na estratégia corporativa: comunicação em rede, consumo e cidadania
 Gisela Castro

CLARISSE SETYON
Sexo, mercadoria e hábitos de consumo em HQ: comunicação, empreendedorismo e gestão de si como produto
 Gisela Castro

DENIO DIAS ARRAIS
Consumo da telefonia móvel por jovens universitários: o papel da comunicação na construção da identidade do jovem
 Marcia Perencin Tondato

DENISE TANGERINO
Contestação, comunicação e consumo: a cena straight edge brasileira
 Rose de Melo Rocha

ELLEN KISS

As (I)materialidades do consumo - Um estudo sobre as estratégias discursivas da marca Apple na sociedade de consumo

João Anzanello Carrascoza

FABIANA PARRA DE LAZZARI

A voz e a vez do jovem: o imaginário de juventude na publicidade brasileira

Tânia Hoff

FABIO TEIXEIRA BOUERI

Significados do trabalho e as representações do consumo nas narrativas do Eu: uma análise do projeto "Avon - Memória dos 50 Anos de Brasil", no Museu da Pessoa

Vander Casaqui

HERALDO BIGHETTI GONÇALVES

Significações do trabalho publicitário: as representações da atividade nos discursos autorreferenciais do Anuário do Clube de Criação de São Paulo

Vander Casaqui

PAOLA MAZZILLI

A Maternidade Consumada: Subjetividade, consumo e capital na cena midiática contemporânea

Gisela Castro

SULCE NEIDE DE LIMA PAPINEANU

A comunicação da sociedade civil na pós modernidade: representações da sociedade de consumo nos discursos de ONGs

João Anzanello Carrascoza

TIAGO PEREIRA ANDRADE

Representações midiáticas e idealizações sobre juventude e consumo: os sentidos do discurso na Revista Veja

Rose de Melo Rocha

VICENTE MARTIN MASTROCOLA

Comunicação, consumo e entretenimento: o interator na ficção seriada Star Wars

Gisela Castro

VIVIANE RIBEIRO FELIX

Comunicação midiática e o consumo do corpo modificado

Tania Hoff

Programa de Mestrado

Gestão Internacional 2012

ENTRANTES 2013

Andre Felipe Russo Maluf
 Antonio Carlos Lima
 Caio Giusti Bianchi
 Carlota Correia Carneiro
 Cintia Nunes Bragato
 Cristiane Maria de Moura Guedes
 Franklin de Souza Meirelles
 Michele Correa Lima Leal
 Milton Brandao Leite
 Pedro Borborema de Araujo
 Renata Pozelli Sabio
 Walkiria Aparecida Gomes de Almeida

ENTRANTES 2012

Carolline de Andrea Picolli
 Debora Atala Mendes Pires
 Jackeline Ferreira da Encarnação
 Kelly Roman Pavan
 Liliane Matias de Almeida Brazil
 Maite Alves Bezerra
 Marcio Ribeiro da Fonseca
 Nadia Cristina Rodrigues Nunes
 Orlando Vieira Sampaio Jr
 Pierre Ribeiro de Siqueira
 Rafaela Almeida Cordeiro
 Rodrigo Esteves Tafner
 Rosilene Carla Vieira
 Thiago José de Chaves

ALUNOS REGULARES 2012

Agnaldo Antonio dos Santos
 Carolline de Andrea Picolli
 Claudia Cristiane dos Santos Silva
 Debora Atala Mendes Pires
 Gisele Jordão Costa
 Jackeline Ferreira da Encarnação
 Kelly Roman Pavan
 Liliane Matias de Almeida Brazil
 Maite Alves Bezerra
 Manoel Guedes Neto
 Marcelo Rocha e Silva Zorovich
 Marcelo Vergilio Paganani de Toledo
 Marcio Ribeiro da Fonseca
 Maria Laura Ferranty Mac Lennan
 Maria Luiza Vasques Piccioli
 Michele Candeloro Herminio
 Nadia Cristina Rodrigues Nunes
 Orlando Vieira Sampaio Jr
 Pierre Ribeiro de Siqueira
 Rafaela Almeida Cordeiro
 Rodrigo Esteves Tafner
 Rosilene Carla Vieira
 Thiago José de Chaves
 Viviane Eiko Ito Yamasaki

FORMANDOS 2012

Antonio Augusto de Miranda Grieco
 Felipe Nasrallah Bedran
 Flávia Tótoli
 Gabriel Vouga Chueke
 Marcello Monteiro de Pereira
 Maria Adriana de Andrade Camargo
 Neusa Santos de Souza
 Paulette Siekierski
 Reynaldo Dannecker Cunha
 Ricardo Osorio de Oliveira
 Ronald de Oliveira Concer
 Sergio Garrido Moraes
 Sidney Costa

DISSERTAÇÕES

ANTONIO AUGUSTO DE MIRANDA GRIECO
O papel da inovação aberta no processo de internacionalização de empresas em rede
 Julio César Figueiredo

FELIPE NASRALLAH BEDRAN
O cosmopolitanismo como influenciador na formação de imagem de destino: a cidade de São Paulo para estrangeiros
 Vivian Iara Strehlau

FLÁVIA TÓTOLI
Mídias sociais promovendo lealdade: Um Estudo do Twitter na interação entre clientes e empresa.
 George Rossi

GABRIEL VOUGA CHUEKE
Identificação dos fatores influenciadores na escolha estratégia de entrada das multinacionais brasileiras no exterior
 Felipe Mendes Borini

MARCELLO MONTEIRO DE PEREIRA
Influências locais e globais na performance de responsabilidade social das empresas multinacionais da indústria automobilística brasileira
 Marcos Amatucci

MARIA ADRIANA DE ANDRADE CAMARGO
As estratégias de marketing global adotadas nos processos de internacionalização de franquias brasileiras
 Thelma Valéria Rocha

NEUSA SANTOS DE SOUZA
Internacionalização de firmas de saneamento básico: análise de abordagens de negócios internacionais
 Frederico Turolla

PAULETTE SIEKIERSKI
Influência de estilos de vida associados a hábitos alimentares no consumo de pratos prontos: Estudo Comparativo entre São Paulo e Roma
 Mateus Ponchio

REYNALDO DANNECKER CUNHA
A influência das atividades de marketing na performance de exportação em países emergentes: um estudo sobre micro e pequenas empresas brasileiras
 Thelma Valéria Rocha

RICARDO OSORIO DE OLIVEIRA
Valor da marca (brand equity) em commodities agropecuárias: percepções e atitudes dos consumidores sobre a carne suína brasileira e importada.
 Eduardo Spers

RONALD DE OLIVEIRA CONGER
Exportar versus investir – análise das transações no Brasil sob a ótica da teoria dos custos de transação
 Frederico Turolla

SERGIO GARRIDO MORAES
Conexão com a marca ou afinidade com o país? Influências na intenção de compra de marcas dos Estados Unidos
 Vivian Iara Strehlau

SIDNEY COSTA
A influência do determinismo ambiental sobre a estratégia e inovação em subsidiárias estrangeiras
 Felipe Mendes Borini

Programa de Mestrado

Gestão Internacional 2011

ALUNOS REGULARES 2011

Antonio Augusto de Miranda Grieco
Claudia Cristiane dos Santos Silva
Felipe Nasrallah Bedran
Flávia Tótolí
Gabriel Vouga Chueke
Gisele Jordão Costa
Manoel Guedes Neto
Marcello Monteiro de Pereira
Marcelo Rocha e Silva Zorovich
Marcelo Vergilio Paganani de Toledo
Maria Adriana de Andrade Camargo
Maria Laura Ferranty Mac Lennan
Maria Luiza Vasques Piccioli
Michele Candeloro Herminio
Neusa Santos de Souza
Paulette Siekierski
Pedro Augusto Godeguez da Silva
Reynaldo Dannecker Cunha
Ricardo Osorio de Oliveira
Ronald de Oliveira Concer
Sergio Garrido Moraes
Sidney Costa
Viviane Eiko Ito Yamasaki

Eventos realizados 2012

PMGI

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Mês/Período de realização
Palestra de encerramento do PMGI	The Post-Crisis Era	Palestrante: PROF. HEIZO TAKENAKA / Análise de aspectos da economia mundial no período pós crise.	14/12/2012
Simpósio Internacional de Administração e Marketing/ Congresso de Administração	A Internacionalização Dos Países Emergentes	O Simpósio Internacional de Administração e Marketing é um evento que reúne empresários e acadêmicos para discutir temas ligados à internacionalização de empresas. O Congresso de Administração ocorre simultaneamente ao Simpósio, e é evento internacional com chamada de trabalhos, avaliação double-blind review e apresentação dos trabalhos em sessões de discussão.	23-24/10/2012
1º Encontro Dissertações	1º Encontro Dissertações	Apresentação dos trabalhos defendidos pela primeira turma formada pelo PMGI	17/05/2012
Sanduichadas dos Docentes de Discentes do PMGI	A Internacionalização do ensino Superior	Palestrante: Fábio Betioli Contel e Manolita Correia Lima / apresentaram o último livro que lançaram sobre a internacionalização do Ensino Superior que foi embasado pelo cenário polêmico deste tipo de internacionalização que é um processo concentrador de conhecimento nos países desenvolvidos que reafirma a hegemonia desses e reforça a dependência dos periféricos.	24/04/2012
Sanduichadas dos Docentes de Discentes do PMGI	Tema: Mídias sociais - o twitter como ferramenta de promoção de lealdade	Palestrante: Flávia Tótolli / Em sua pesquisa, ela investigou se a utilização do twitter contribui para a promoção de lealdade dos clientes. Por meio de survey e de análise dos perfis de twitter de quatro empresas (Microsoft, Intel, Google e IBM), Flávia procurou desenvolver um modelo de lealdade baseado na utilização da rede social.	17/04/2012
Workshop	Tema: Métodos Quantitativos em Pesquisas Comportamentais	Palestrante: Philippe Byosiére / workshop com público alvo composto por professores onde foi explorado o uso da abordagem quantitativa em pesquisas comportamentais na área de Administração. Philippe Byosiére apresentou exemplos práticos e envolventes, estimulando a participação dos professores presentes.	17/03/2012
Aula Magna do PMGI	Tema: Descubra como Transformar mentes Criativas em Inovadoras	Palestrante: Philippe Byosiére / Sua palestra teve foco em mentes criativas e como seu aproveitamento e desenvolvimento podem gerar mentes inovadoras dentro das organizações. Suas pesquisas, ensino e consultorias possuem como foco central no papel dos indivíduos no contexto das organizações por meio de uma perspectiva de comparação global interdisciplinar.	26/03/2012
Sanduichada	Tema: A influência do ambiente na estratégia e inovação em subsidiárias estrangeiras	Palestrante: Sidney Costa / Sua pesquisa abrangeu os fatores que influenciam a inserção das subsidiárias de corporações multinacionais em redes de cooperação, a fim de identificar como o ambiente nacional e internacional pode favorecer o desenvolvimento de inovações globais nas subsidiárias. Sidney teve um artigo indicado ao prêmio de melhor trabalho no XIV Semead da FEA/USP.	20/03/2012
Aula Inaugural do PMGI	As Pós-Graduações e a atuação da CAPES	Palestrante: Eliane Brito / Foi apresentada uma visão geral da pós-graduação stricto sensu no Brasil com foco na área de administração, ciências contábeis e turismo além de uma explicação geral sobre o processo de avaliação da CAPES dos Programas de pós-graduação stricto sensu.	13/03/2012

CAEPM

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Mês/Período de realização
Ciclo Novo Brasil: Múltiplas Identidades	Identidades brasileiras	O evento propõe uma reflexão ampla sobre as múltiplas identidades do Brasil contemporâneo, desdobrada nos seguintes aspectos: como se configuram as representações do Brasil hoje? O que o Brasil está se tornando? Como se comunica e como é percebido? Como se constituem, a partir da mistura de culturas, os sujeitos brasileiros? Eventos do Ciclo: O Brasil na novela, a novela no Brasil (15/8 - SP) O Brasil visto de fora (16/8 - SP) O Brasil jovem (17/8 - SP) O Brasil criativo (28/8 - RJ) O Brasil visto do sul (30/8 - RS)	15-16-17-28-30/08
VI ENEC – Encontro Nacional de Estudos do Consumo	Vida sustentável: práticas cotidianas de consumo.	Um evento para debater as novas formas de consumo na sociedade contemporânea. Venha discutir sobre os conceitos da vida sustentável e sua influência no estilo de vida de pessoas e empresas.	12 a 14/09
Palestra Domenico de Masi	O Brasil pode ser modelo para o mundo?	Eventos que incluíram palestra com o professor Domenico de Masi e a apresentação de resultados de pesquisa sobre Brasilidade. A discussão abordou a crise dos modelos europeu e americano e a oportunidade que se apresenta ao Brasil de construir um caminho próprio. Em São Paulo o evento contou com a participação especial do professor Massimo Canevacci. O CAEPM articulou a parceria da ESPM com o Grupo Oca Brasil e o S3.Studium. ESPM SP (Campus Rodolfo Lima Martensen) - 31 de outubro de 2012 ESPM Rio - 5 de novembro de 2012	30/10 e 5/11
Workshop Martha Rosales	“O mundo em casa: abordagens etnográficas ao consumo mediatizado”	Discussão, a partir de um conjunto de propostas teóricas plural, dos processos contemporâneos de domesticação da globalização mediatizada. Problematização dos conceitos de produção e recepção, de global e local.	18/09
Palestra Ariel Palácios	A Lei de Mídia na Argentina e o enfrentamento Clarín x Kirchner	A Argentina atravessa uma etapa decisiva na reinvenção do serviço público de televisão e no delineamento de um novo mapa da mídia para o país. Um momento que coloca em questão até onde podem ir o governo e a iniciativa privada e foi debatido a partir do olhar de Ariel Palácios, correspondente brasileiro em Buenos Aires desde 1995, com a mediação de Cláudia Rossi. ESPM-SP Campus Francisco Gracioso da ESPM 8 de outubro de 2012 – 11 horas – Auditório Civita	08/10

PPGCOM

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Mês/Período de realização
Acadêmico Cultural	“Os sentidos contemporâneos da curadoria”	Duas personalidades do universo artístico, especialistas em curadorias de exposições temporárias e coleções permanentes de museus discutem “Os sentidos contemporâneos da curadoria” e partilham com o público a sua maneira de conceber e montar acervos materiais e digitais. Os embates estéticos da sociedade midiática irrigam este encontro, no qual o registro de memórias e as narrativas sobre as práticas de consumo ganham proeminência no universo comunicacional.	30/11/2012
Atividade programada	Seminário com Bernard Miège	Este seminário analisa as transformações dos processos de comunicação em relação com a inserção dos receptores na esfera da produção, considerando os discursos sociais sobre as TICs, as abordagens sobre a emergência de seu desenvolvimento e os processos de midiatização e dispositivos sócio-técnicos na contemporaneidade	16 a 20/04/2012
Atividade programada	O mundo em casa: abordagens etnográficas ao consumo mediatizado	Dra Marta Rosales Discussão, a partir de um conjunto de propostas teóricas plural, dos processos contemporâneos de domesticação da globalização mediatizada. Problemática dos conceitos de produção e recepção, de global e local.	19/09/2012
Atividade programada	Creatividad en el uso de los formatos promocionales en red	Dr. Pedro Antonio Hellin Ortuño Temas abordados : 1. El cambio en el lenguaje de los médios. 2. Valores y tendencias en la socialización pós-moderna. 3. Nuevos formatos e hibridación de la comunicación.	23/10/2012
Atividade programada	“Ficção televisiva: identidade e memória” e “Campo da comunicação e interdisciplinaridade: a mídia entre a identidade e o mercado”	Debate com Milly Buonanno (Università di Roma, diretora do Osservatorio sulla Fiction Italiana) e Giovanni Bechelloni (Università di Firenze, vice-presidente da Associazione Italiana di Sociologia)	28/08/2012
Atividade programada	Encontros de formação acadêmica	Dra. Maria Aparecida Baccega Nesta atividade programada, oferecida regularmente nos primeiros semestres letivos do Curso, o aluno tomará contato com o núcleo teórico do PPGCOM-ESPM, mediante supervisão de nossa decana, Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega. Esse núcleo teórico estrutura-se de modo transversal às Linhas de Pesquisa, ou seja, é referência comum a todas as pesquisas desenvolvidas no Programa.	30/03, 20/04, 04/05 e 01/06
Aula Magna	“Consciência metodológica como segurança e liberdade na pesquisa”	Dra. Gislene Silva, da UFSC Resumo: Metodologia da pesquisa em Comunicação pensada não como mera formalidade, duro constrangimento ou contínuo mal-estar, mas como consciência metodológica, aquele estado de entendimento que alcança o pesquisador para construir sua investigação no duplo movimento da segurança e liberdade das escolhas requeridas pelo pensamento científico.	29/03/2012
Comunicon 2012	Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro	Ampliar as reflexões sobre os desafios que se colocam para a Educação frente a emergência de uma sociedade que tem se demonstrado mais inclusiva e participativa sob a ótica das práticas de comunicação e consumo.	15-16/10/2012
Lançamento de livro	Consumo midiático e culturas da convergência	Organizadores: João Anzanello Carrascoza Rose De Melo Rocha docentes do PPGCOM ESPM	18/05/2012



PPGCOM (continuação)

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Mês/Período de realização
Lançamento de livro	Mulheres do sol e da lua - a televisão e a mulher no trabalho	Dra. Marcia Perencin Tondato - docente do PPGCOM lançou o livro juntamente com as professoras Ana Carolina Temer e Simone Tuzzo	26/11/2012
Sanduichada	Consumindo e vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos	Nessa sanduichada, os professores do PPGCOM - ESPM apresentam os resultados do trabalho da equipe a respeito do consumo e telenovela no Brasil; Pesquisa desenvolvida no âmbito do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva	09/10/2012
Atividade programada	Cultura visual, arte y tecnología. Interconexiones estéticas contemporâneas	Arturo Colorado Castellary Universidad Complutense de Madrid Assunto abordado: La exposición de este tema despliega un panorama global del arte visual contemporáneo, desde el tránsito del siglo XVIII al XIX hasta nuestros días, para ir desgranando las tendencias y movimientos y poder evaluar las sucesivas conmociones que recibe de la imagen tecnológica.	28/6/2012

MEDIA LAB

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Mês/Período de realização
Encontro com patrocinadores e parceiros	Ações publicitárias em sites de redes sociais; entretenimento como linguagem.	Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Apresentar resultados parciais das pesquisas do Media Lab; • Apresentar novos projetos de pesquisa; • Apresentar novas parcerias do lab. <p>Apresentação de novas pesquisas e parceiros do Media Lab para patrocinadores (Bradesco e AgênciaClick Isobar), além de resultados parciais da pesquisa sobre cases de redes sociais e entretenimento como linguagem.</p>	10/05/2012
Inauguração do ESPM Media Lab	Áreas de pesquisa nas quais o laboratório atua.	Apresentação do laboratório junto ao público interno e externo.	31/08/2012

Eventos realizados 2011

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Mês/Período de realização
VI Simpósio Internacional de Administração e Marketing / VIII Congresso de Administração da ESPM	A gestão do marketing no contexto internacional	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. Descrição: sexta edição de duplo evento que inclui sessões de apresentação de textos acadêmicos, painéis temáticos e palestras, com presença de convidado(s) internacional(is). Recebeu 80 artigos completos, dos quais 45 foram selecionados e 39 apresentados em 7 Áreas Temáticas.	19-20/10/2011
Juventudes Brasileiras	Temas diversos	Apresentação dos temas sobre os jovens numa perspectiva acadêmica em contraposição à visão de jovens de diferentes segmentos sociais sobre os mesmos temas. O objetivo é gerar discussão entre os jovens e os estudiosos.	Maio/julho/ agosto/outubro/ novembro/2011
Fórum Brasil-EUA		O fórum discutiu as relações entre Brasil e Estados Unidos, considerando o papel do Brasil como um membro global, o panorama para a economia do Brasil no contexto internacional e o futuro das energias alternativas e tradicionais, assim como as perspectivas para a cooperação de geração de energia no hemisfério.	07/07/2011
2º Rodada do Customer Roundtable	Fórum de alimentação.	Rodada composta por um grupo de executivos do mercado de alimentação e coordenada pela ECD Food Service, Toledo Associados e ESPM, visando formar uma comunidade/plataforma para o intercâmbio de informações e idéias que permitem contribuir com os participantes no desenvolvimento de seus negócios.	19/10/2011
Solte a palavra	Lançamento do blog PRAVDA	Debate e lançamento simbólico do blog PRAVDA, fomentado pela ESPM e pelo Instituto Palavra Aberta, para promover a discussão da temática liberdade de expressão entre os jovens.	8/11/2011
Comunicon (I Congresso Internacional em Comunicação e Consumo) do PPGCOM	Estéticas midiáticas e narrativas do consumo	O objetivo do evento é promover uma reflexão sobre as narrativas da cena sociomidiática, que participam da construção do conceito e das representações sociais do consumo, analisadas na sua integralidade: produção, distribuição, recepção, inter-relacionados e contextualizados criticamente no âmbito socioeconômico nacional, sobretudo com relação às concepções e práticas de consumo, incluindo a aproximação aos consumidores/cidadãos.	10-11/10/2011
Evento acadêmico cultural - Diálogos convergentes do PPGCOM	Comunicação, arte e consumo	Duas personalidades de formações distintas, uma pesquisadora da comunicação e um artista, partilham com o público seu olhar para esses rios discursivos, que se afastam e se confluem, mesclam-se e se abraçam, gerando calmarias e tensionamentos. Os embates estéticos da contemporaneidade fundem suas águas com a onipresença dos fenômenos comunicacionais na sociedade midiática, na qual as comportas do consumo (material e simbólico) represam sujeitos, libertam ideários, vazam valores socioculturais.	25/11/2011
Minicurso Introdução às novas teorias da mídia alemã	Nova teoria da mídia alemã	O objetivo do curso é oferecer uma introdução didática, não apenas aos autores principais da "teoria da mídia alemã", mas também examinar seus princípios teóricos, suas propostas metodológicas e seus desenvolvimentos fundamentais nos últimos anos	14-15- 16/09/2011

Professores e executivos convidados - 2012

PMGI

Afonso Fleury (USP)
 Alexandre Guerra (Giraffas)
 Andrea Goldschmidt (ESPM)
 Anita Kon (PUC-SP)
 Carolina Machado Saraiva de Albuquerque Maranhão (UFOP)
 Claudio A P Machado Filho (FEA/USP)
 Dirk Boehe (INSPER)
 Eduardo Andre Teixeira Ayrosa (FGV)
 Eduardo Armando (FIA)
 Eduardo Loebel (FGV-EAESP)
 Eliane P. Zamith Brito (FGV-EAESP)
 Expedito Goncalves da Silva (FGV Management)
 Fabio B. Contel (USP)
 Felipe Zambaldi (FEI)
 Flavia Consoni (UNICAMP)
 Geraldo L. Toledo (USP)
 Graziela Dias Alperstedt (Universidade do Estado de Santa Catarina)
 Heizo Takenaka (Global Security Research Institute da Keio University)
 Ilan Alon (Rollins College)
 Jorge Carneiro (PUC-RIO)
 Jorge Manoel Teixeira Carneiro (PUC-RIO)
 José Claudio Terra (TerraForum)
 Júlio Cezar dos Santos Patrício (CESUPA - Centro Universitário do Estado do Pará)
 Luciano Thome e Castro (Fundacao Getulio Vargas, EAESP)
 Marcos Cohen (PUC-RIO)
 Mario Henrique Ogasavara (UNIFOR)
 Melby Karina Zuniga Huertas (FEI)
 Pedro Bendassolli (UFRN)
 Philippe Byosiere (Doshisha University, Kyoto, Japan)
 Rafael G. B. Goldszmidt (FGV-EAESP)
 Rita Moreno (TAM)
 Roberto Carlos Bernardes (FEI)
 Suzane Strehlau (FEI)
 Tales Andreassi (FGV)

PPGCOM

Adilson Citelli (USP)
 Adriana Amaral (UNISINOS)
 Antonio Carlos de Moraes Sartini (Museu da Língua Portuguesa)
 Bárbara Heller (UNIP)
 Bernard Miège (Un. Stendhal Grenoble)
 Christa Berger (UNISINOS)
 Claudia Pereira (PUC-RJ)
 Cristina Ponte (Universidade Nova de Lisboa)
 Edilson Cazeloto (CÁSPER LÍBERO)
 Eneus Trindade (USP)
 Fátima Régis de Oliveira (UERJ)
 Gilka Elvira Ponzi (UFSC)
 Giovanni Bechelloni (Università di Firenze)
 Gislene da Silva (UFSC)
 Guillermo Orozco (Universidade de Guadalajara)
 Isleide Fontenelle (FGV)
 Lucilene Cury (USP)
 Luis Antonio Paim Gomes (EDITORA MERIDIONAL/ SULINA)
 Malena S Contrera (UNIP)
 Maria Cristina Mungiolli (USP)
 Maria Eduarda da Mota Rocha (UFPE)
 Maria Immacolata (ECA-USP)
 Marlene T. Polito (USP)
 Marta Rosales (FCSH)
 Milly Buonanno (Università di Roma)
 Pedro Antonio Hellin Ortuño (Universidad Católica San Antonio)
 Priscila Arantes (PAÇO DAS ARTES)
 Roberta Sassatelli (Universidade de Milão)
 Rosana S. Lima (USP)
 Sara Victória Alvarado (Universidade de Manizales)

MEDIA LAB

Abel Reis (presidente da Agência Click Isobar)
 André Deak (Casa da Cultura Digital)
 Antonio Prieto (Space 4 Experience)
 Darwin Ribeiro (OCAPI)
 Enrique Marmora (Estado Lateral)
 Ivan Ivanoff (Estado Lateral)
 Luca Cavalcanti (diretor de novos canais do Bradesco)

CAEPM

Álvaro Rodrigues (DM9DDB-Rio)
 Ana Enne (PPGCOM-UFF/GRECOS)
 Andrea Spolita (Fundación Zonamerica)
 Ariel Palácios (jornalista e correspondente Estadão-Globo News)
 Armando Strozenberg (Euro RSCG Brasil)
 Diogo Castelão (Bloco Spanta Neném/Rio de Negócios Cultura e Entretenimento)
 Domenico de Mais (S3.STUDIUM)
 Duca Rachid (autora/Rede Globo de Televisão)
 Eduardo Barbato (Agência 3/Mobile Marketing Association)
 Gabriel Milanez (BOX 1824)
 Gonzalo Oleggini (Diretor da Facultad de Ciencias Empresariales – UCU – Uruguai)
 Heliana Marinho (SEBRAE-Rio)
 Humberto Rodríguez (Consulado do Paraguai)
 Karla Beszkidnyak (Cônsul Geral Adjunta do Uruguai)
 Lucia Chamma
 Maria Cristina Munglioli (ECA-USP/OBITEL)
 Maria Immacolata Vassalo de Lopes (ECA-USP/OBITEL)
 Martha Rosales (FCSH – CRIA)
 Mercedes Vigil (escritora e membro da Academia Uruguiaia de Letras)
 Paulo Nassar (ABERJE/ECA-USP)
 Rose Lee Hayden
 Sandro Salinas (Consulado do Paraguai)
 Stefano Rolando (IULM)
 Thelma Guedes (autora /Rede Globo de Televisão)

Professores e executivos convidados - 2011

Alessandro Arruda (UFMT)

Arturo Colorado Castellary (Universidad Complutense de Madrid)

Bernardo Buarque (CPDOC-FGV)

Carlos Antônio Costa Ribeiro (IESP/UERJ)

Delane Botelho (FGV)

Erick Felinto (UERJ)

Fernando de Holanda Barbosa Filho (FGV-RJ)

Ieda Tucherman (UFRJ)

Jeffrey Schott (Peterson Institute for International Economics)

José Roberto Torero (Escritor)

Ludivine Batigny (Centre d'histoire de Sciences Po CHSP)

Maria Celina de Araújo (PUC-RJ)

Mario Marconini (Manatt Jones Marconini)

Mário Ogasavara (UNIFOR)

Massimo Canevacci (Universidade la Sapienza)

Priscila Arantes (Paço das Artes)

Ricardo Abramovay (USP)

Roberto DaMatta (PUC-RJ)

Ronaldo Helal (UERJ)

Santuza Naves (PUC-RJ)

Susan Kaufman Purcell (University of Miami)

Tamer Cavusgil (Georgia State University)

Todd Nicewonger
(Parsons The New School for Design)

Livros publicados por professores da ESPM de outras áreas no Biênio

Em 2012 foram publicados 23 livros pelos professores da ESPM

ALMEIDA, E. M.; AVANZI, R.

Marketing Motivacional

Livro de da Editora Saraiva

ANDRADE, A.; JOIA, L. A.; KAMLOT, D.

E-Government in the Judiciary System: Assessing the Correlation Between IT Investment and the Efficiency of Courts of Justice in Brazil. In: Joseph Bwalya; Saul Zulu. (Org.). Handbook of Research on E-Government in Emerging Economies: Adoption, E-Participation, and Legal Frameworks. v. 1, p. 158-178.

Editoria: IGI Global

BONETTI, M. A. C.

Tradução do livro: Cinema como arte, de Rudolf Arnheim.

Editoria: Muiraquitã, Niterói (RJ)

REICHELT, V. P.

Fundamentos de Marketing

Profissional Editora

CARVALHO, F. C. A.

Gestão de Projetos

Editoria: Pearson

CARVALHO, F. C. A.

Gestão do Conhecimento

Editoria: Pearson

CSILLAG, P.

ABC da ADG.

1. ed. São Paulo: Ed. Blücher, 2012. v. 1. 201p.

CUNHA, P. R. F.

O cinema musical norte-americano. Gênero, história e estratégias da indústria do entretenimento.

1. ed. São Paulo: Annablume Editora, 2012. v. 1. 145p .

CRESCITELLI, E.; SHIMP, T. A.

COMUNICAÇÃO DE MARKETING – Integrando Propaganda, Promoção e outras formas de divulgação.

Editoria: Cengage Learning

FABRETTI, L. C.; FABRETTI, D.; FABRETTI, D.; MUNHÓS, J. L.

Contabilidade Tributária

Atlas- 12ª edição

FABRETTI, L. C.; FABRETTI, D.; FABRETTI, D.; MUNHÓS, J. L.

Direito Tributário Aplicado

Atlas- 3ª edição

HASHIMOTO, M.; LOPES, R. M. A.;

ANDREASSI, T.; NASSIF, V. M. J.

Práticas de Empreendedorismo: Casos e Planos de Negócios.

1. ed. São Paulo: Elsevier, 2012. v. 1. 203p .

HASHIMOTO, M.; LOPES, R. M. A.;

ANDREASSI, T.; NASSIF, V. M. J.

Práticas de empreendedorismo: casos e planos de negócio

Editoria: CAMPUS/ ELSEVIER

JOAO, P. S. (Org.); DELBONI, D. P. (Org.) .

Direito Empresarial do Trabalho.

1. ed. SÃO PAULO: SARAIVA, 2012. v. 1. 240p .

MAGNONI, D.

Os segredos do Doutor Gourmet

Editoria: Matrix

MAGNONI, D.; ROBERTO, T. S.;

CUKIER, C.; STIKAN, R.

Gastronomia Hospitalar no Conceito do Comfort Food

Editoria: Balieiro

MORETTI, S.; LENZI, F. C.;
ZUCCO, F. D. (ORG)
Marketing empreendedor
IBPEX

PENTEADO, J. R. W.; TOLEDO, M. P. M. e F.
A técnica da comunicação humana.
14ª. ed. São Paulo - SP: Cengage Learning,
2012. 469p .

PRADO, M. P.
História do rádio no Brasil.
Sao Paulo: Livros de Safra, 2012. v. 1. 480p .

TOLEDO, M. P. M. e F.
Relações internacionais em Euclides da Cunha Cartas de sete léguas.
1a.. ed. São Paulo - SP: Nankin Editorial,
2012. 231p .

TOLEDO, M. P. M. e F.;
FRANCHI, C. M.; FACIOLI, V.
Euclides da Cunha em três dimensões.
1a.. ed. São Paulo - SP: Nankin Editorial,
2012. 215p .

WARNER, S. (Tradução de Flávio Demberg)
Segredos de finanças
TÍTULO ORIGINAL: BUSINESS SECRETS:
FINANCE BASICS
ANO DE EDIÇÃO: 2012 EDIÇÃO: 1ª
EDITORA FUNDAMENTO

WRIGHT, R.
A EVOLUÇÃO DE DEUS
(Tradução de Flávio Demberg) ANO
DE EDIÇÃO: 2012 EDIÇÃO: 1ª
EDITORA RECORD

Em 2011 foram publicados 48 livros pelos professores ESPM

ALONSO FILHO, G.; ALONSO, A. R.

NORTON: 60 anos de publicidade no Brasil

Editora: TagEtlne, 2011

AMORIM, L.; FLORCZAK, R.

A comunicação nas organizações educacionais

Editora CMC

<http://maristas.org.br/arq/arquivo/Cotidiano/11/Livro-Ecom-2011.pdf#page=12>

BALIAN, J. E. A.; BADO A. R. L.; MIYAZAKI, S.; FERNANDES, O. A.

Riqueza das Nações e a Nova Economia

Hemus Negócios

BARROS FILHO, C.; LOPES, F. T. P.; PERES-NETO, L.; PRADO, M. P. (ORG.).

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO EM JORNALISMO - Reflexões sobre a mídia.

Este livro (volume V) faz parte da coleção Introdução ao Jornalismo, da editora Saraiva, organizada por Magaly Prado.

1. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

BECHTOS, R.

REVISTA PROPAGANDA – edição especial –

Editora: Instituto Cultural, 2012

BERNARDES, R. C.

O Renascimento da Indústria de Defesa no Brasil.

In: Roberto Vital. (Org.). A Indústria de Defesa no Brasil

São Paulo: MIDC, 2011.

BORGES, M. A.; REGO, J. M.; MARQUES, R. M.; MORAES, J. V.; BOCCHI, J. I.; GALA, P.; FONSECA, P. D.

Estrutura e sentido da formação colonial brasileira.

In: Rego, J. M. & Marques, R. M.. (Org.).

Formação Econômica do Brasil.

2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

BOUZADA, M. A. C.

Jogando Logística no Brasil

CRV

BUCCI, E.

Crença e militância: o santo combate.

In: Adauto Novaes. (Org.). A Invenção das Crenças.

1 ed. Sao Paulo: SESCSP, 2011.

BUCCI, E.

A imprensa brasileira: seu tempo, seu lugar e sua liberdade.

In: BOTELHO, André; SCHWAARCZ, Lilia. (Org.). Agenda Brasileira – temas de uma sociedade.

São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

BUITONI, D. S.; PRADO, M. P. (ORG.).

Fotografia e Jornalismo.

Este livro é o volume 6 da coleção Introdução ao Jornalismo, organizada por Magaly Prado, para a editora Saraiva.

1. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

CHAMIE, M. (ORG.)

PALIMPSESTO (livreto e DVD)

Editor: Instituto Cultural ESPM, 2011

COLLARO, A. C.

Produção Gráfica, arte e técnica na direção de arte. 2.a. ed.

Pearson Education do Brasil,

DOMINGUES, C. A.

ELEMENTOS DE PROPAGANDA

Editora: Imprensa Oficial, 2011

DORNELES, R. A.

Design na TV – Pensando vinheta

Schoba – São Paulo 2011

FABRETTI, D.; FABRETTI, D.; MUNHÓS, J. L.

Prática Tributária da micro, Pequena e Média Empresa.

7ª. ed. Atlas

FAHRAT, S.

TEMPO DE GANGORRA: visão panorâmica do processo político-militar no Brasil de 1978 a 1980

Editora: TagEtlne, 2012

FERREIRA, M. A.

La Política Exterior de Brasil hacia Cuba: Un análisis histórico desde el gobierno de José Sarney hasta los días actuales.

In: Luis Fernando Ayerbe. (Org.). Cuba, Estados Unidos y América Latina frente a los desafíos hemisféricos.

1 ed. Barcelona; Buenos Aires: Icaria Editorial; CRIES Editorial.

FORMIGA, E.

Símbolos Gráficos: Métodos de avaliação de compreensão –

Editora: Blucher

<http://www.blucher.com.br/livro.asp?Codlivro=06460>

GUIMARÃES, F. S.

O Poder dos Burocratas nas Organizações Financeiras Internacionais: um estudo comparado entre Banco Mundial e FMI.

1a. ed. Editora da FGV

HANSEN, F.

As práticas pedagógicas no ensino e aprendizagem de criação publicitária

E-Book III Pró-Pesq PP (Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda) – 2012

<http://www.eca.usp.br/propesq/index.html>

HIRSCH, R.

Manual Completo de Coaching.

1. ed. São Paulo: Editora Ser Mais, 2011.

LAVRA PINTO, M.; PACHECO, J. K.

Juventude, consumo & educação 3 – uma perspectiva plural
Espm

MACHADO, R. P.

Made in China

São Paulo, Hucitec

CHAMIE, M. (ORG.)

JORNADA DOS PAÍSES DE LINGUA PORTUGUESA (Lusofonia/ livreto e DVD)

Editora: TagEtlíne, 2011

MASTROCOLA, V. M.

Ludificador: um guia de referências para o game designer brasileiro.

São Paulo: Edição do autor, 2011. v. 1. 100p.

MATTA, J. O. S.

Hipertexto do módulo teórico Celebidades.

In: José Luiz Aida Prado. (Org.). Regimes de visibilidade em revistas.

São Paulo: PUC-SP, 2011.

MOTTA, S. L. S.; OLIVEIRA, B. A. C.

Gestão e desenvolvimento de produtos.

In: Braulio Oliveira. (Org.). Gestão de Marketing.

1 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MOTTA, S. L. S.; OLIVEIRA, B. A. C.

Segmentação de mercado e posicionamento da oferta.

In: Braulio Oliveira. (Org.). Gestão de Marketing.

1 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MOTTA, S. L. S.

Comportamento do consumidor.

In: Braulio Oliveira. (Org.). Gestão de Marketing.

1 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MOTTA, S. L. S.

Sistema de informação de marketing.

In: Luiz Claudio Zenone. (Org.). Gestão Estratégica de Marketing: conceitos e técnicas.

1 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

PALACIOS JUNIOR, A. M. C.

Os desafios da criação do Centro de Estudos Estratégicos da Defesa (CSEED-UNASUR) e a integração de defesa na América do Sul

In: Alves, Vágner Camilo; Moreira, Williamde Souza; Neto, Miguel Arias. (Org.). A defesa e a segurança na América do Sul: IV Encontro da ABED.

Campinas: Mercado das Letras, 2011.

PENTEADO FILHO, J. R. W.

Os filhos de Lobato: o imaginário infantil na ideologia do adulto.

2. ed. São Paulo: Editora Globo, 2011. 330p.

PRADO, M. P.; RANGEL, P.; BUFARAH, A.; VILAÇA, L.

Panorama do Rádio em São Paulo.

In: Nair Prata. (Org.). Panorama do rádio no Brasil.

1 ed. Porto Alegre: Insular, 2011.

REICHEL, V. P.

Fundamentos de Marketing

Editora Ulbra

REIS, P.

Do pensamento do design ao design do pensamento

PoD

REIS, P.

Modelo virtual de ambiente cognitivo para suporte à tomada de decisão

Blücher

RIBEIRO, V. G.; ZABADAL, J. G.
**Pesquisa em Computação:
 uma abordagem metodológica para
 Trabalhos de Conclusão de Curso
 e Projetos de Iniciação Científica.**
 Ed. UniRitter

RODRIGUES, F. S. C.; SOUZA, G. N. E.;
 DA SILVA, M. M. A.
**Español entre contextos 3 (libro
 del alumno).**
 1. ed. São Paulo: Editora Ática, 2011.

RODRIGUES, F. S. C.; SOUZA, G. N. E.;
 DA SILVA, M. M. A.
**Español entre contextos 3 (libro
 del profesor).**
 1. ed. São Paulo: Editora Ática, 2011.

RODRIGUES, F. S. C.; SOUZA, G. N. E.;
 DA SILVA, M. M. A.
**Español entre contextos 2 (libro
 del alumno).**
 1. ed. São Paulo: Editora Ática, 2011.

RODRIGUES, F. S. C.; SOUZA, G. N. E.;
 DA SILVA, M. M. A.
**Español entre contextos 2 (libro
 del profesor).**
 1. ed. São Paulo: Editora Ática, 2011.

RODRIGUES, F. S. C.; SOUZA, G. N. E.;
 DA SILVA, M. M. A.
**Español entre contextos 1 (libro
 del alumno).**
 1. ed. São Paulo: Editora Ática, 2011.

RODRIGUES, F. S. C.; SOUZA, G. N. E.;
 DA SILVA, M. M. A.
**Español entre contextos 1 (libro
 del profesor).**
 1. ed. São Paulo: Editora Ática, 2011.

SANTI, P. L. R.
**Desejo e Adição nas Relações
 de Consumo**
 ed. Zagodoni

SANTI, P. L. R.
**Desejo e Adição nas Relações
 de Consumo.**
 São Paulo: Zagodoni Editora, 2011.

SCHERRER, F. O.; CARLOMAGNO, M. S.
A Prática da Inovação
<http://www.innoscience.com.br/?pg=9090>

TAVARES, C. S. C.
A HISTÓRIA DA ESPM (folheto/cordel)
 Editora: Instituto Cultural, 2011

YANAZE, M.H.; KUAZAQUI, E.
Marketing Internacional.
 In: Mitsuru Huguchi Yanaze. (Org.). Gestão
 de Marketing e Comunicação.
 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

Presença na mídia

Em 2012 houve 107 inserções de artigos na mídia

16/01/2012

Propaganda e Marketing

Selma Felerico
Evangélicos ganham atenção da mídia
SP

16/01/2012

Globo.com

Selma Felerico
Comportadas, grifes evangélicas lucram com público segmentado
RJ

16/01/2012

PropMark

Selma Felerico
Público evangélico ganha mais espaço e atenção na mídia
SP

18/01/2012

Valor Econômico

Selma Felerico
Retorno da propaganda às ruas de SP deve demorar
SP

01/02/2012

Cosmetics & Toiletries

Livia Barbosa
Potencial do mercado teen

10/02/2012

Todo Seu

Rafael Lamardo
Entrevista com professor da ESPM,
Rafael Lamardo
SP

10/02/2012

Todo Seu

Rafael Lamardo
Professor Rafael Lamardo fala sobre marketing através da internet
SP

12/02/2012

Gazeta do Povo

Rafael Lamardo
Integração em rede é questionada
PR

16 a 10/03/2012

Porte de Versailles

João Anzanello Carrascoza
Salon du Livre
Paris

07/03/2012

DCI

Selma Felerico
Mulheres têm salários menores e são maioria dos desempregados
SP

07/03/2012

Pingado; Jornow

Carlos Frederico Lúcio
ESPM promove integração dos novos alunos por meio da responsabilidade social
SP

08/03/2012

AdNews

Selma Felerico
Será a propaganda capaz de retratar bem a mulher?
SP

08/03/2012

Ucho

Selma Felerico
Será a propaganda capaz de retratar bem a mulher?
DF

13/03/2012

Empreendedor

Rafael Lamardo
PMEs focam em rede social para atingir 40 milhões de pessoas
SP

14/03/2012**Jornal da Mídia; Administradores; Correio Brasileiro Online; Agência Brasil; Monitor Mercantil; O Mossoroense; Correio do Brasil; O Tempo Online; Comunique-se; Portal Brasil; MSN Notícias; Bol; Uol; Mercado Ético; CidadeBiz; A Tribuna Jales**Indicadores de Sustentabilidade
Governos, empresas e ONGs terão banco gratuito de peças publicitárias na Rio 20
BA; SP; DF; RJ; RN; MG**14/03/2012****Exame Online**Indicadores de Sustentabilidade
Participantes terão banco publicitário gratuito na Rio+20
SP**14/03/2012****Correio Brasileiro Online**Indicadores de Sustentabilidade
Entidades terão banco gratuito de peças publicitárias na Rio+20
DF**14/03/2012****Diário do Amazonas**Indicadores de Sustentabilidade
Governos, empresas e ONGs terão publicidade gratuita na Rio+20
AM**14/03/2012****Diário do Pará**Indicadores de Sustentabilidade
Instituições terão banco de campanhas na Rio+20
PA**14/03/2012****Portugal Digital**Indicadores de Sustentabilidade
Conferência Rio+20 vai disponibilizar banco gratuito de peças publicitárias
PT**19/03/2012****Jornal do Comércio**Liliane Rohde e Lara Silva
Bem-vindo ao mundo dos DINC
RS**De 03/2012 a 12/2012****Canal Futura – Coluna semanal “Nós Digitais”, dentro do Jornal Futura.**Vinicius Pereira
Cultura Digital
Rio de Janeiro**10/04/2012****Revista TPM**Selma Felerico
LEMBRA QUEM TOMOU TODAS?
SP**15/04/2012****O Estado de São Paulo**Livia Barbosa
Brasil cria 776 normas burocráticas por dia útil
SP**16/04/2012****Diário de São Paulo**Daniela Khauaja
Marketing carece de mão de obra
SP**17/04/2012****O Estado de São Paulo**Livia Barbosa
#BurocraciaBR: A cultura do atraso de vida
SP**18/04/2012****Jornal da Manhã JP**João Carrascoza
Professor da ESPM organiza livro baseado nos ensinamentos do escritor
SP**10/05/2012****DCI**Frederico Araujo Turolla
Entrevista: Governo quer Brasil na disputa da TAP
São Paulo-SP**24/05/2012****SEBRAE/RS**Ani Mari Hartz
Palestra sobre Práticas de marketing no setor de alimentação fora do lar.
Porto Alegre/RS**28/05/2012****BandNews**Frederico Araujo Turolla
Entrevista: Fusão entre Azul e Trip aumenta a concentração da aviação no Brasil
São Paulo-SP**02/06/2012**

Ana Paola de Oliveira

Por que nascem as guerrasJornal Correio Vacariense
http://www.correiovacariense.com.br/opiniao_artigo.php?id=1428

11/06/2012**Estadão (impresso e digital)**

Luiz Peres-Neto
 Estudar no exterior
 Nacional
<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,diploma-de-fora-exige-revalidacao-no-pais-,884734,0.htm>

03 a 07/07/2012**Tenda dos autores**

João Anzanello Carrascoza
 FLIP – Feira Literária Internacional de Paraty
 Paraty

03 a 07/07/2012**University of Kwazulu-Natal**

João Anzanello Carrascoza
 International Association of Media and
 Communication Research Conference
 Durban

08/07/2012**Comunicação & Cia.**

I Ciclo ESPM
 ESPM discute a identidade brasileira
 Pesquisas sobre a internacionalização das
 marcas e a juventude serão apresentadas
 durante o I Ciclo de Comunicação e Marketing

30/07/2012**Portal da propaganda**

I Ciclo ESPM
 Identidade brasileira é tema
 de evento da ESPM

30/07/2012**Comunicados**

I Ciclo ESPM
 Nota - I Ciclo de Comunicação e Marketing
 ESPM

02/08/2012**Aberje**

I Ciclo ESPM
 I Ciclo de Comunicação e Marketing ESPM
 tem como tema a “identidade brasileira”

02/08/2012**Brasil Econômico**

I Ciclo ESPM
 Encontro de contas

07/08/2012**Revista Making Of**

I Ciclo ESPM
 ESPM discute a identidade brasileira
 SC

10/08/2012**Consumidor-RS; Outros Sites;
Comunique-se; Dinheiro na conta**

I Ciclo ESPM
 ESPM promove debate sobre a identidade
 brasileira
 RS; PR; SP

10/08/2012**ClicNews**

I Ciclo ESPM
 Telenovela na sociedade brasileira
 é tema de painel no I Ciclo
 de Comunicação e Marketing ESPM

10/08/2012**JorNow; Difundir**

I Ciclo ESPM
 I Ciclo de Comunicação e Marketing ESPM -
 Aberto ao público e gratuito

15/08/2012**Teatro Eva Herz - Livraria Cultura**

I Ciclo ESPM de Comunicação e Marketing -
 Novo Brasil: Múltiplas Identidades
 CAEPM

<http://www.dci.com.br/%20sao-paulo/espm-debate-marcas,-jovens-e-globalizacao-id306357.html>

<http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2012/08/i-ciclo-espm-de-comunicacao-e-marketing-novo-brasil-multiplas-identidades.html>

16/08/2012**Teatro Eva Herz / Livraria Cultura**

Vivian Iara Strehlau
 I Ciclo ESPM de Comunicação e Marketing
 Painel: O BRASIL VISTO DE FORA
 São Paulo

19/08/2012**O Estado de São Paulo**

Frederico Araujo Turolla
 Especial - Impostos ‘invisíveis’ respondem por até
 93% do preço de produtos e serviços no Brasil
 São Paulo-SP

20/08/2012**PME dentro de redes sociais**

Jornal o Estado de São Paulo

08/2012**Vitamina; BR Notícias; Nós da
comunicação**

I Ciclo ESPM
 I Ciclo de Comunicação e Marketing

01/09/2012

Ana Paola de Oliveira

O Estado somos todos nós

Jornal Correio Vacariense

http://www.correiovacariense.com.br/opiniao_artigo.php?id=1512**25/09/2012****TV Cultura**

João Anzanello Carrascoza

Programa "Provocações"

São Paulo

26/09/2012**Universidade Federal do Paraná**

João Anzanello Carrascoza

Ponto Pasta (Criação publicitária)

Curitiba

04 e 05/10/2012**Universidade Federal Fluminense**

João Anzanello Carrascoza

Colóquio Internacional Esses Livros Sem Idade
Niterói**09/10/2012****Jornal do Comércio**

Ani Mari Hartz

Participação no Comitê do Troféu Cultura
Econômica do Jornal do Comércio e Badesul
2012

Porto Alegre/RS

09/10/2012**Canal Universitário São Paulo (Programa
Opinião Livre)**

Luiz Peres-Neto

Consumo, Comunicação e Desejo

São Paulo

29/10/2012**INVEST-NE – Portal de Investimentos e
Informações do Nordeste – www.investne.
com.br**

Mônica Rebecca Ferrari Nunes

XXI Semana da Comunicação da UFC

começa nesta segunda (29/10)

Fortaleza (Ceará)

29/10/2012**UNIVERSITÁRIA FM 107,9**

Mônica Rebecca Ferrari Nunes

XXI Semana da Comunicação da UFC começa
nesta segunda

Fortaleza (Ceará)

<http://www.radiouniversitariafm.com.br/noticias/1091-xxi-semana-de-comunicacao-da-ufc-comeca-nesta-segunda>**30/10/2012****Anuário Exame de Infraestrutura
2012-2013**

Frederico Araujo Turolla

Participação no grupo de orientação técnica
da publicação
São Paulo-SP**01/11/2012****Jornal Diário do Comércio - PE**

Luiz Peres-Neto

Consumo e felicidade

Recife/PE

6/11/2012**Jornal Hoje em Dia**

Vander Casaqui

O cinema crítico de Jacques Tati

BH

13/11/2012**Jornal Hoje – Rede Globo de Televisão**

Gisela G S Castro

Quadro "Jovens do Brasil", tema: Internet
A entrevista foi gravada em São Paulo e está
disponível na íntegra no na página do jornal
na internet.[http://globotv.globo.com/rede-globo/jornal-
hoje/t/edicoes/v/jovens-do-brasil-tira-duvidas-
sobre-o-uso-da-internet/2239868](http://globotv.globo.com/rede-globo/jornal-hoje/t/edicoes/v/jovens-do-brasil-tira-duvidas-sobre-o-uso-da-internet/2239868)**15/11/2012****ESPM/ entrevista**

Tânia Hoff

Matéria sobre consumo e camadas populares

(Jornal Meio & Mensagem)

São Paulo

29/11/2012**Jornal e site Estado de São Paulo**

Vinícius Pereira, José Francisco Queiroz,

Beatriz Polivanov

ESPM Media Lab

São Paulo

29/11/2012**Jornal e site Estado de São Paulo**

Vinícius Pereira, José Francisco Queiroz,

Beatriz Polivanov

ESPM Media Lab

São Paulo

11/2012**São Paulo**

Ani Mari Hartz

Avaliadora do GT de Estudo de Caso do
XXV Encontro de Ensino e pesquisa em
Administração e Contabilidade (EnEPQ) -
Associação Nacional de Pós-Graduação
e Pesquisa em Administração.
São Paulo

11/2012

George Bedinelli Rossi
Entrevista
REVISTA SUPERMERCADO MODERNO
tema "Produtos Inovadores".

11/2012

Revista Comunicação Empresarial - http://www.aberje.com.br/acervo_revista.asp

Marcia Perencin Tondato
Entrevista concedida à jornalista Françoise Terzian, da revista Comunicação Empresarial, da Aberje, sobre Comunicação por gêneros. São Paulo

12/2012

Revista Casper Líbero (órgão laboratorial da Faculdade Cásper Líbero)

Marcia Perencin Tondato
Entrevista sobre a programação de televisão e a nova classe C concedida a Patrícia Homsí São Paulo

CAEPM

17/8/2012

NOTÍCIAS
ESPM seleciona trabalhos acadêmicos para simpósio internacional de Administração e Marketing
ADMINISTRADORES (SP)

17/9/2012

ÚLTIMAS NOTÍCIAS
ESPM seleciona trabalhos acadêmicos para simpósio internacional de Administração e Marketing
Os trabalhos enviados devem ter o formato de artigo ou estudo de caso e abordar temas derivados da área de administração, em geral, e de negócios internacionais, em particular
ADMINISTRADORES (SP)

MEDIA LAB

10/3/2012

ECONOMIA

Conceito da 'Aldeia Global' de McLuhan faz 50 anos

DIÁRIO DO VALE (RJ)

29/8/2012

NOTÍCIAS

ESPM media Lab

Difundir

OUTROS SITE (PR)

29/8/2012

NOTÍCIAS

ESPM Media Lab

CLICNEWS.COM.BR (SC)

29/8/2012

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

ESPM Media Lab

PINGADO (SP)

30/8/2012

GERAL

ESPM inaugura laboratório de mídia MEIO E MENSAGEM ON LINE (SP)

3/9/2012

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

ESPM cria laboratório para "investigar transformações"

ESPM Media Lab tem apoio de Bradesco e AgênciaClick

PROPAGANDA E MARKETING (SP)

25/10/2012

NOTÍCIAS

"Temos que pensar mais em linguagens do que em conteúdo", diz diretor do ESPM Media Lab

COMUNIQUE-SE (SP)

29/10/2012

GERAL

Revistas discutem fórmula para digital PROPAGANDA E MARKETING (SP)

30/10/2012

ESPECIAL

Laboratório da revolução

Media Lab da ESPM pesquisa impacto da cultura digital na publicidade, no jornalismo e na indústria de entretenimento

O ESTADO DE SÃO PAULO (SP)

30/10/2012

NOTÍCIAS

Laboratório da revolução

MSN NOTÍCIAS (SP)

30/10/2012

NOTÍCIAS

Laboratório da revolução

ESTADÃO.COM (SP)

PMGI**23/3/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Inovação é tema de aula magna na ESPM
CLICNEWS.COM.BR (SC)**25/3/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Inovação é tema de aula magna na ESPM
SEGS PORTAL NACIONAL (SP)**26/3/2012**

NOTÍCIA

Philippe Byosiere
BLOG CESAR GIOBBI (SP)**17/8/2012**

NOTÍCIAS

ESPM seleciona trabalhos acadêmicos para
simpósio internacional de Administração e Marketing
ADMINISTRADORES (SP)**17/9/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Simpósio Internacional da ESPM apresenta
as tendências em internacionalização
das empresas nos países emergentes
BRANDPRESS (PR)**17/9/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Simpósio Internacional da ESPM apresenta
as tendências em internacionalização
das empresas nos países emergentes
IT WEB (SP)**17/9/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

VII Simpósio Internacional de Administração
e Marketing e IX Congresso de Administração
ANGRAD.ORG.BR (RJ)**17/9/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Simpósio Internacional da ESPM apresenta
as tendências em internacionalização das
empresas nos países emergentes
JORNOW (SP)**17/9/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Simpósio Internacional da ESPM apresenta
as tendências em internacionalização das
empresas nos países emergentes
DIFUNDIR (SP)**17/9/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Simpósio Internacional da ESPM apresenta
as tendências em internacionalização das
empresas nos países emergentes
CLICNEWS.COM.BR (SC)**17/9/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Simpósio Internacional da ESPM apresenta
as tendências em internacionalização das
empresas
PINGADO (SP)**17/9/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

ESPM seleciona trabalhos acadêmicos
para simpósio internacional de Administração
e Marketing
Os trabalhos enviados devem ter o formato
de artigo ou estudo de caso e abordar temas
derivados da área de administração, em geral,
e de negócios internacionais, em particular
ADMINISTRADORES (SP)**27/9/2012**

NOTÍCIAS

ESPM abre inscrições para o processo
seletivo do Mestrado em Gestão Internacional
CLICNEWS.COM.BR (SC)**1/10/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

ESPM abre inscrições para o processo
seletivo do Mestrado em Gestão Internacional
SEGS PORTAL NACIONAL (SP)**2/10/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Mestrado em Gestão Internacional
na ESPM abre processo seletivo
Agência FAPESP
OUTROS SITE (PR)**3/10/2012**

GERAL

ESPM abre seleção para mestrado em gestão
DCI (SP)**5/10/2012**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Mestrado em Gestão Internacional
na ESPM abre processo seletivo
PROFESSOR NEWS
OUTROS SITE (PR)

PPGCOM

27/9/2012

NOTÍCIAS

ESPM abre inscrições para o processo seletivo do Mestrado em Comunicação
CLICNEWS.COM.BR (SC)

27/9/2012

NOTÍCIAS

ESPM abre inscrições para o processo seletivo do Mestrado em Gestão Internacional
CLICNEWS.COM.BR (SC)

1/10/2012

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

ESPM abre inscrições para o processo seletivo do Mestrado em Comunicação
SEGS PORTAL NACIONAL (SP)

1/10/2012

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

ESPM abre inscrições para o processo seletivo do Mestrado em Gestão Internacional
SEGS PORTAL NACIONAL (SP)

4/10/2012

NOTÍCIAS

Encontro anual de pesquisadores em comunicação discutirá as relações entre comunicação e o consumo como caminhos para planejar a educação do Futuro Novo!
COMUNIQUE-SE (SP)

5/10/2012

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

ESPM abre inscrições para Mestrado em Comunicação
COMUNICA VALE
OUTROS SITE (PR)

7/10/2012

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Encontro anual de pesquisadores em comunicação discutirá as relações entre comunicação e o consumo C
SEGS PORTAL NACIONAL (SP)

8/10/2012

NOTÍCIAS

Encontro anual de pesquisadores em comunicação discutirá as relações entre comunicação e o consumo como caminhos para planejar a educação do futuro
BRANDPRESS (PR)

27/11/2012

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

“Os sentidos contemporâneos da curadoria”
é tema de evento na ESPM
SEGS PORTAL NACIONAL (SP)

28/11/2012

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

“Os sentidos contemporâneos da curadoria”
é tema de evento na ESPM
PINGADO (SP)

Em 2011 houve 252 inserções de artigos na mídia

07/01/2011

Ad Online (Mídia online)

Iara da Silva e Mariângela Toaldo

Professoras da ESPM-RS lançam livro sobre agências e anunciantes

Porto Alegre / RS

07/01/2011

Livraria Cultura Online (Mídia online)

Iara da Silva e Mariângela Toaldo

Publicitários + Anunciantes: a dinâmica de uma relação complexa

Porto Alegre / RS

07/01/2011

Publish News Online (Mídia online)

Iara da Silva e Mariângela Toaldo

Autógrafos: "Publicitários + Anunciantes"

Porto Alegre / RS

09/01/2011

Zero Hora – Gente & Negócios (Mídia impressa)

Iara da Silva e Mariângela Toaldo

ESPM anuncia investimentos

09/01/2011

Crise vira página da história econômica

A explosão da instabilidade em 2008 acelerou mudanças no cenário mundial, alçando à liderança países em desenvolvimento. Com fundamentos sólidos, inflação sob controle e mercados de consumo fortes, essas nações dominam os fluxos de investimentos

CORREIO BRAZILIENSE (DF)

09/01/2011

Crise econômica vira página da história e acelera mudanças em nível mundial

UAI - ESTADO DE MINAS (MG)

10/01/2011

Coletiva.net (Mídia online)

Iara da Silva e Mariângela Toaldo

Professoras da ESPM lançam livro

Porto Alegre / RS

01/02/2011

Fórum Econômico Mundial termina com perspectivas otimistas

RÁDIO CULTURA (SP) • REPORTAGEM • ESPM

15/02/2011

BONDE (PR)

Alimentação saudável impulsiona mercado de franquias

SP

28/02/2011

Folhateen (Mídia impressa)

Livia Barbosa

Jovens vegetarianos

SP

01/03/2011

Batalha entre Banco Central e o dólar está longe de acabar

DCI (SP)

30/03/2011

INTELOG (RS)

Sistemas de avaliação de desempenho no Brasil

RS

31/03/2011

VALOR ECONÔMICO (SP)

Atuar no exterior exige modelo de gestão global

Negócios no mundo: Das cerca de 18 mil empresas brasileiras exportadoras, só 10% estão internacionalizadas

SP

05/04/2011

Mundo do Marketing (Mídia online)

Carlos Frederico Lúcio

Pepsi troca gasto com publicidade por incentivo a projetos socioambientais

SP

05/04/2011

Clic News (Mídia online)

CAEPM

Por que a Compra Coletiva conquistou o brasileiro?

SC

08/04/2011

Agência de Marketing (Mídia online)

Vinícius Andrade Pereira

As diversas faces do marketing

PR

11/04/2011

ADNEWS (SP)

• 12:05:00

Brasília sedia encontro de publicidade
SP**18/04/2011**

MUNDO DO MARKETING (SP)

As oportunidades do Agronegócio no BrasilAtividade movimentou US\$ 500 bilhões em 2010 e é responsável por colocar país no cenário internacional
SP**29/04/2011**

Valor Online (Mídia online)

Felipe Mendes BoriniFranquias somam 700 unidades no exterior
SP**29/04/2011**

Página Rural (Mídia online)

CAEPMSP: pesquisa da ESPM paulista mostra o que a cidade pensa do agronegócio
RS**29/04/2011**

Grupo Cultivar (Mídia online)

CAEPMReunião na ABMR&A mostra o que a cidade pensa do agronegócio
RS**29/04/2011**

Página Rural (Mídia online)

CAEPMReunião na ABMR&A mostra o que a cidade pensa do agronegócio
RS**29/04/2011**

PÁGINA RURAL (RS)

SP: pesquisa da ESPM paulista mostra o que a cidade pensa do agronegócio

RS

29/04/2011

GRUPO CULTIVAR (RS)

Reunião na ABMR&A mostra o que a cidade pensa do agronegócio

RS

29/04/2011

VALOR ECONÔMICO (SP)

Franquias somam 700 unidades no exterior
SP**02/05/2011**

Ad Online (Mídia online)

CAEPMGrupo TV1 realiza 3ª Agenda do Futuro
SP**02/05/2011**

ADONLINE (SP)

Grupo TV1 realiza 3ª Agenda do Futuro
SP**03/05/2011**

Propmark (Mídia online)

CAEPMTV1 celebra 25 anos com criador do conceito "wikinomics"
SP**03/05/2011**

AdNews (Mídia online)

CAEPMGrupo TV1 celebra 25 anos e realiza o "Agenda do Futuro"
SP**03/05/2011**

ClubeOnline (Mídia online)

CAEPMGrupo TV1 faz 25 anos e traz Don Tapscott ao país
SP**03/05/2011**

ADNEWS (SP)

Grupo TV1 celebra 25 anos e realiza o "Agenda do Futuro"

SP

03/05/2011**Grupo TV1 faz 25 anos e traz****Don Tapscott ao país**

SP

03/05/2011

CCSP (SP)

Grupo TV1 traz Don Tapscott ao país

SP

03/05/2011

PROPAGANDA E MARKETING (SP)

TV1 celebra 25 anos com criador do conceito "wikinomics"

SP

04/05/2011

O Estado de São Paulo (Mídia impressa)

CAEPMAdaptação das empresas à era digital é mais lenta que o esperado
SP

04/05/2011

Meio e Mensagem (Mídia impressa)

CAEPMO campo pelos olhos da cidade
SP**05/05/2011**

Exame Online (Mídia online)

Daniela KhauajaComo levar seu negócio a um novo mercado?
SP**06/05/2011**

COMUNIQUE-SE (SP)

Intercom Sudeste acontece em São Paulo na próxima semana

SP

09/05/2011

Meio e Mensagem (Mídia impressa)

CAEPMEm busca da empresa do futuro
SP**09/05/2011**

MEIO E MENSAGEM (SP)

Em busca da empresa do futuroTV1 e ESPM determinam os gaps entre crenças e práticas das corporações em marketing e comunicação
SP**12/05/2011**

Exame Online (Mídia online)

Daniela KhauajaComo saber se o marketing dá retorno para o seu negócio?
SP**15/05/2011**

IstoÉ (Mídia impressa)

Daniela KhauajaMensagem certa no lugar errado
SP**19/05/2011**

Exame Online (Mídia online)

Daniela Khauaja

Marketing digital é uma boa escolha para sua empresa?

20/05/2011

Coletiva.net (Mídia online)

Max LecherJúri do Young Lions regional decide vencedores
RS**20/05/2011**

Coletiva.net (Mídia online)

Max LecherYoung Lions regional anuncia vencedores
RS**20/05/2011**

Vox News (Mídia online)

Max LecherDefinidos os Youngs do Rio Grande do Sul
RS**20/05/2011**

PropMark (Mídia online)

Max LecherSamir Arrage e Gabriel Gama vencem Young Lions Rio Grande do Sul
RS**20/05/2011**

PropMark (Mídia online)

Max LecherJúri do Young Lions Brazil 2011 etapa Rio Grande do Sul reúne-se nesta sexta-feira (20)
RS**22/05/2011**

O Globo (Mídia impressa)

Livia BarbosaCrianças e adolescentes: eu sou a inflação
RJ**22/5/2011**

Folha de São Paulo (Mídia impressa)

Felipe Mendes BoriniTecnologia é segredo para aumentar lucro
SP**22/05/2011**

O GLOBO (RJ)

Crianças e adolescentes:**eu sou a inflação**Geração pós-Plano Real que desconhecia os efeitos da alta geral dos preços convive com reajustes de até 30%
RJ**22/05/2011**

FOLHA DE SÃO PAULO (SP)

Tecnologia é segredo para aumentar lucro

SP

22/05/2011

DIÁRIO DO GRANDE ABC (SP)

Efeito repeteco

SP

23/05/2011

Portal da Propaganda (Mídia online)

Livia Barbosa

ESPM e Globo Universidade apresentam o projeto juventudes brasileiras SP

23/05/2011

Por dentro da TV Globo (Mídia online)

Livia Barbosa

ESPM e Globo Universidade promovem o 'Juventudes Brasileiras' SP

23/05/2011

OUTROS SITE (PR)

ESPM e Globo Universidade promovem o "Juventudes Brasileiras"

PR

23/05/2011

OUTROS SITE (PR)

BLOG POR DENTRO DA TV GLOBO

ESPM e Globo Universidade promovem o Juventudes Brasileiras

PR

23/05/2011

OUTROS SITE (PR)

ESPM e Globo Universidade promovem o "Juventudes Brasileiras"

PR

23/05/2011

OUTROS SITE (PR)

BLOG POR DENTRO DA TV GLOBO

ESPM e Globo Universidade promovem o Juventudes Brasileiras

PR

25/05/2011

Salseiro (Mídia online)

Livia Barbosa

Projeto da ESPM promove discussão entre jovens e intelectuais sobre diversas perspectivas SP

26/05/2011

O Globo (Mídia impressa)

Livia Barbosa

O Globo Universidade e a ESPM lançam, segunda e terça-feira, o "Juventudes brasileiras", projeto que debaterá, este ano, temas ligados aos jovens, como consumo e esportes. Os encontros acontecem no Rio e em São Paulo.

RJ

26/05/2011

Folha de São Paulo (Mídia impressa)

Rafael Lamardo

Pré-pago pode ajudar a reduzir a pirataria SP

26/05/2011

Exame Online (Mídia online)

Daniela Khauaja

Como fazer pesquisas sem gastar muito? SP

29/05/2011

O Globo (Mídia impressa)

Vinícius Andrade Pereira

"O mercado está mais esperto" RJ

29/05/2011

Época (Mídia impressa)

Livia Barbosa

Eles querem tudo para já SP

30/05/2011

Jornal do Comércio (Mídia impressa)

Livia Barbosa

Juventudes em debate RJ

31/05/2011

Valor Econômico (Mídia impressa)

Felipe Mendes Borini

Jovens arrojadas que já nascem globais SP

31/05/2011

VALOR ECONÔMICO (SP)

Jovens arrojadas que já nascem globais SP**02/06/2011**

Exame Online (Mídia online)

Daniela Khauaja

Como atrair o público jovem para sua empresa? SP

13/06/2011

Dihitt (Mídia online)

CAEPM

Simpósio e Congresso de Administração e Marketing ESPM SP São Paulo SP PR

13/06/2011

Portal HSM (Mídia online)

Daniela KhauajaCrie você mesmo o seu Plano de Marketing
SP**14/06/2011**

BRASIL ECONÔMICO (SP)

Franquias enfrentam processo de internacionalização irreversívelOportunidades não excluem problemas como decodificar a cultura do país estrangeiro, treinar e gerenciar pessoas em ambiente estranho, política monetária diversa e carência de mão de obra
SP**15/06/2011**

Globo Universidade (TV)

Livia BarbosaLaura Muller convida todos para o 2º Encontro do Juventudes Brasileiras, em São Paulo
RJ**20/06/2011**

O Povo (Mídia impressa)

Frederico Araújo TurollaO estado do saneamento e o acesso universal
CE**20/06/2011**

PropMark (Mídia online)

Daniela KhauajaModa se torna cada vez mais atrativa
SP**28/06/2011**

Portal da Propaganda (Mídia online)

Livia BarbosaJovens e Relações Afetivas" é o tema de julho do projeto Juventudes Brasileiras
SP**28/06/2011**

ADMINISTRADORES (SP)

Rede de Relacionamentos e CompetênciasA importância de uma boa rede de relacionamentos
SP**29/06/2011**

O Globo Online (Mídia online)

Livia BarbosaEspecialistas do meio acadêmico discutem, em São Paulo e no Rio, sobre os jovens e suas relações afetivas
RJ**29/06/2011**

Universia (Mídia online)

Livia BarbosaJovens e Relações Afetivas é o tema de julho de projeto da ESPM
SP**30/06/2011**

O Globo (Mídia impressa)

Livia BarbosaDebate
RJ**30/06/2011**

Exame Online (Mídia online)

Daniela KhauajaComo descobrir o que os clientes querem?
SP**01/07/2011**

Comunique-se (Mídia online)

Livia BarbosaGere tráfego qualificado com recursos da rede
SP**01/07/2011**

Ig (Mídia online)

Carla BarrosComo ser uma boa patroa
SP**03/07/2011**

Rádio Globo (Rádio)

Livia BarbosaESPM promove série de palestras sobre relacionamentos afetivos entre jovens
RJ**05/07/2011**

Folha Dirigida (Mídia impressa)

Livia BarbosaInforme do Dia – Picadinho / Juventudes Brasileiras
RJ**07/07/2011**

Jornal de Piracicaba (Mídia impressa)

CAEPMPesquisa mostra perfil do agronegócio
SP**07/07/2011**

Uno Marketing (Mídia online)

Carlos Frederico LúcioESPM Social abre inscrições para as consultorias de marketing e comunicação para ONGs
PR

07/07/2011

Planeta Sustentável (Mídia online)

Carlos Frederico LúcioESPM abre processo seletivo para consultoria de ONGs
SP**07/07/2011**

JORNAL DE PIRACICABA (SP)

Pesquisa mostra perfil do agronegócio

SP

07/07/2011

JORNAL DE PIRACICABA (SP)

Pesquisa mostra perfil do agronegócio

SP

13/07/2011

Viaje Curitiba (Mídia online)

Carla BarrosDescubra como ser uma boa patroa com as novas leis trabalhistas
PR**14/07/2011**

Exame Online (Mídia online)

Daniela KhauajaComo fidelizar os clientes?
SP**14/07/2011**

Coletiva.net (Mídia online)

CAEPMAbap quer difundir conceito de sustentabilidade / Indicadores de Sustentabilidade
RS**14/07/2011**

CCSP (Mídia online)

CAEPMAbap coloca site no ar / Indicadores de Sustentabilidade
SP**14/07/2011**

Coletiva.net (Mídia online)

Liliane RohdeJC circulará com caderno Dia do Comércio
RS**15/07/2011**

Making Of (Mídia online)

CAEPM"Popularização da sustentabilidade: o novo desafio da propaganda brasileira" / Indicadores de Sustentabilidade
SP**15/07/2011**

Jornal do Comércio (Mídia impressa)

Liliane RohdeConsumidor porto-alegrense mostra maturidade no consumo
RS**16/07/2011**

Minha Escola (TV)

Paula CsillagPrograma Minha Escola
SP**18/07/2011**

Meio e Mensagem (Mídia impressa)

Vinícius Andrade PereiraEle estava certo
SP**22/07/2011**

Globo Universidade (TV)

Livia BarbosaJovens, Moda e Marcas é tema do próximo Seminário Juventudes Brasileiras
RJ**24/07/2011**

Gazeta de Alagoas (Mídia impressa)

Carla BarrosBrasil e a sua diversidade no consumo
AL**24/07/2011**

O Globo (Mídia impressa)

Carla BarrosO sotaque regional das compras
RJ**25/07/2011**

UNIVERSIA BRASIL (SP)

Jovens e marcas, qual o perfil da juventude brasileira São Paulo e Rio de Janeiro receberão eventos
SP**26/07/2011**

Diário do Comércio (Mídia impressa)

Felipe Mendes BoriniFranquias atravessam fronteiras
MG**26/07/2011**

PORTAL DA PROPAGANDA (SP)

"Jovens, Moda e Marcas" é o tema de agosto do projeto Juventudes BrasileirasEspecialistas discutem, em São Paulo e no Rio de Janeiro, as principais questões sobre a relação dos jovens com a moda.
SP

26/07/2011

OUTROS SITE (PR)

COMUNICAVALE | “Jovens, Moda e Marcas” é o tema de agosto do projeto Juventudes Brasileiras
PR

26/07/2011

OUTROS SITE (PR)

CURSO EM MODA | Jovens, Moda e Marcas ESPM | Jovens, Moda e Marcas é o tema de agosto do projeto Juventudes Brasileiras
PR

26/07/2011

REVISTA MAKING OF (SC)

Jovens, Moda e Marcas é o tema de agosto do projeto Juventudes Brasileiras
SC

26/07/2011

OUTROS SITE (PR)

MUNDO FASHION | Jovens, Moda e Marcas é o tema de agosto do projeto Juventudes Brasileiras Especialistas discutem, em São Paulo e no Rio de Janeiro, as principais questões sobre a relação dos jovens com a moda
PR

27/07/2011

OUTROS SITE (PR)

INTELIGEMCIA | Jovens, Moda e Marcas é o tema de agosto do projeto Juventudes Brasileiras Especialistas discutem, em São Paulo e no Rio de Janeiro, as principais questões sobre a relação dos jovens com a moda
PR

28/07/2011

Brasil Econômico (Mídia impressa)

Selma Felerico Garrini
SELMA FELERICO Coordenadora de comunicação na pós-graduação da ESPM
SP

28/07/2011

JusBrasil (Mídia online)

Vinicius Andrade Pereira
FM Assembleia estreia especial sobre teórico da comunicação
SP

28/07/2011

ONDAS WEB (SP)

“Jovens, Moda e Marcas” é o tema de agosto do projeto **Juventudes Brasileiras**

Especialistas discutem, em São Paulo e no Rio de Janeiro, as principais questões sobre a relação dos jovens com a moda
SP

28/07/2011

OUTROS SITE (PR)

BLOG PONTO DA LIRA

Cinco coisas que só acontecem na ESPM
PR

29/07/2011

Band News (Rádio)

Pedro de Santi

Brasileiros aceitam conviver com gays, mas relutam em aceitar os direitos dessa classe
SP

29/07/2011

Mundo do Marketing (Mídia online)

Livia Barbosa

ESPM - Jovens, Moda e Marcas – SP / Juventudes Brasileiras
SP

29/07/2011

OUTROS SITE (PR)

CHIC | ESPM realiza encontros para discutir moda e marcas sob a visão da juventude brasileira

PR

29/07/2011

OUTROS SITE (PR)

ZONA SUL FASHION | Juventudes Brasileiras: Jovens, Moda e Marcas
PR

29/07/2011

MUNDO DO MARKETING (SP)

ESPM - Jovens, Moda e Marcas - SP
SP

31/07/2011

O Dia (Mídia impressa)

Livia Barbosa

Conexão Leitor – Agenda – Terça / Juventudes Brasileiras
RJ

04/08/2011

Agência de Notícias Brasil-Árabe (Mídia online)

Felipe Mendes Borini

O mundo é o limite
SP

05/08/2011

Economia SC (Mídia online)

Felipe Mendes BoriniNúmero de franquias brasileiras
no exterior cresce
PR**10/08/2011**

BLÁ DO BLEH! (SP)

**Sensibilidade e contemporaneidade são
temas da aula Magna do Curso
de Jornalismo da ESPM**

SP

11/08/2011

Jornal do Comércio (Mídia impressa)

A propaganda e o social / Indicadores
de Sustentabilidade

PE

15/08/2011

Diário do Grande ABC (Mídia impressa)

Rafael LarmadoPaulista vai gastar R\$ 223 com telefonia móvel
SP**18/08/2011**

OUTROS SITE (PR)

JORNAL COMUNICAÇÃO CORPORATIVO

**ESPM realiza workshop sobre
a Pós-Graduação Stricto Sensu em
Comunicação e Práticas de Consumo**

PR

20/08/2011

O Globo Online (Mídia online)

Ana ErthalSentidos tridimensionais de McLuhan
RJ**21/08/2011**

O Estado de São Paulo (Mídia impressa)

Encontro na Câmara vai debater censura
em internet e publicidade / Pravda – Solte
a Palavra

SP

21/08/2011

Correio Braziliense Online (Mídia online)

Frederico Araújo TurollaGanho real dos servidores públicos chega
a até 300% em oito anos

DF

23/08/2011

Revista Making Of (Mídia online)

Carlos Frederico LúcioSWU promove amanhã dobradinha de show
e debate com universitários na ESPM
SC**23/08/2011**

REVISTA MAKING OF (SC)

**SWU promove amanhã dobradinha
de show e debate com universitários
na ESPM**

SC

24/08/2011

PropMark (Mídia online)

Estudantes da ESPM criam blog em parceria
com o Instituto Palavra Aberta / Pravda – Solte
a Palavra

SP

25/08/2011

Exame Online (Mídia online)

Daniela KhauajaPor que é mais difícil vender serviços?
SP**26/08/2011**

Veja Online (Mídia online)

Selma Felerico GarriniPropaganda de cerveja mira cada vez
mais as mulheres
SP**28/08/2011**

IstoÉ (Mídia impressa)

Livia BarbosaApple: o futuro sem Steve Jobs
SP**29/08/2011**

Portal HSM (Mídia online)

Daniela KhauajaAs ações de marketing estão alinhadas?
SP**31/08/2011**

Valor Econômico (Mídia impressa)

Livia BarbosaFuncionais e orgânicos conquistam prateleiras
SP**01/09/2011**

DCI (Mídia online)

Frederico Araújo TurollaDilma segura investimentos mas propõe
mínimo 13% maior
SP

01/09/2011

Exame Online (Mídia online)

Daniela Khauaja

Como fazer sua empresa aparecer no Youtube?

SP

01/09/2011**Dilma segura investimentos mas propõe mínimo 13% maior**

DCI (SP)

04/09/2011

Revista in online (sp)

Evento

Comunicação e práticas de consumo

SP

06/09/2011

IstoÉ Dinheiro (Mídia impressa)

O Brasil tem de criar uma geração de empreendedores / VI Simpósio – VIII Congresso

SP

06/09/2011

OUTROS SITE (PR)

COMUNICAVALE

ESPM realiza workshop sobre o mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo

SP

08/09/2011

Exame Online (Mídia online)

Daniela Khauaja

Como evitar a insatisfação dos clientes?

SP

09/09/2011

Comunique-se (Mídia online)

Paula Csillag

Dia da Cor

SP

09/09/2011

AGÊNCIA UEL DE NOTÍCIAS (PR)

Autores da EDUEL participam da Semana Literária do SESC

PR

11/09/2011

Correio do Estado (Mídia online)

Ana Laura Gamboggi Taddei

Veja como o FED evitou a recessão nos EUA

MS

14/09/2011

FOLHA DE LONDRINA (PR)

Persuasão da narrativa

PR

14/09/2011

AGÊNCIA UEL DE NOTÍCIAS (PR)

SINOPSE - A UEL nos jornais 14-9-2011 (Quarta-feira)

PR

14/09/2011

Folha de Londrina (Mídia impressa)

João Luiz Carrascoza

Persuasão da narrativa

PR

14/09/2011

Clic News (Mídia online)

Paula Csillag

ESPM e Associação Pró-Cor do Brasil promovem evento que celebra o Dia Brasileiro da Cor

SP

14/09/2011

Agência UEL (Mídia online)

João Luiz Carrascoza

SINOPSE - A UEL nos jornais, 14-9-2011 (Quarta-feira)

PR

15/09/2011

Exame Online (Mídia online)

Daniela Khauaja

Como aparecer nos sites de busca?

SP

16/09/2011

Clic News (Mídia online)

Geraldo Campos

Samba, choro, pandeiro e personagens de Noel Rosa em "Palestra Show" na ESPM

SP

16/09/2011

Repórter Diário (Mídia online)

Rafael Lamardo

Setor corporativo ainda não avançou nas redes sociais

SP

19/09/2011

Mundo Cor (Mídia online)

Paula Csillag

O Uso da Cor no Design e na Arquitetura

SP

19/09/2011

Jornal Toda Hora (TV)

Livia BarbosaEntrevista Fernando Matos Rit TV -
Alimentação**21/09/2011**

ClicNews (Mídia online)

Livia Barbosa"Jovens, consumo e cidadania" é o tema do próximo "Juventudes Brasileiras" / Juventudes Brasileiras
SP**21/09/2011**

CLICNEWS.COM.BR (SC)

"Jovens, consumo e cidadania" é o tema do próximo "Juventudes Brasileiras"

SC

22/09/2011

Valor Econômico (Mídia impressa)

Livia BarbosaConsumidor separa ideal das decisões de compra
SP**22/09/2011**

Congresso Em Foco (Mídia online)

Livia BarbosaManchetes dos jornais: Na ONU, Dilma critica ricos por crise
SP**22/09/2011**

Exame Online (Mídia online)

Daniela KhauajaComo é o processo de decisão do consumidor?
SP**23/09/2011**

PROPAGANDA E MARKETING (SP)

ESPM e Globo Universidade promovem quarto encontro da série? Juventudes Brasileiras?

SP

24/09/2011

Jornal da Tarde (Mídia impressa)

Rafael LamardoReceba vinhos, cosméticos e flores em casa
SP**26/09/2011**

Correio Braziliense (Mídia impressa)

Frederico Araújo TurollaGasto de R\$ 203,2 bilhões compromete ajuste fiscal
DF**26/09/2011**

PROPAGANDA E MARKETING (SP)

Aumento do IPI preocupa mercado automotivo

SP

09/2011**Beatriz Polivanov**Oficinas ministradas na Intercom
Recife**03/10/2011**

PORTAL INTELIGEMCIA (SP)

"Jovens, consumo e cidadania" é o tema do próximo "Juventudes Brasileiras"

SP

03/10/2011

PORTAL DA PROPAGANDA (SP)

Jovens, consumo e cidadania é o tema do próximo Juventudes Brasileiras

SP

03/10/2011

PROPAGANDA E MARKETING (SP)

Influência das novelas continua conquistando anunciantes

SP

03/10/2011

PROPAGANDA E MARKETING (SP)

TV

Influência das novelas atrai marcasEspecialistas e emissoras dizem que o gênero continua sendo um dos mais procurados pelas marcas e com um dos maiores faturamentos
SP**03/10/2011**

EXAME ONLINE (SP)

Influência das novelas continua conquistando anunciantesEspecialistas garantem que gênero se mantém como um dos mais procurados pelas marcas
SP**03/10/2011**

PROPAGANDA E MARKETING (SP)

Influência das novelas continua conquistando anunciantes

SP

03/10/2011PROPAGANDA E MARKETING (SP)
TV**Influência das novelas atrai marcas**

Especialistas e emissoras dizem que o gênero continua sendo um dos mais procurados pelas marcas e com um dos maiores faturamentos SP

03/10/2011

EXAME ONLINE (SP)

Influência das novelas continua conquistando anunciantes

Especialistas garantem que gênero se mantém como um dos mais procurados pelas marcas SP

04/10/2011

Folha Dirigida (Mídia impressa)

Livia BarbosaConsumo e Cidadania
RJ**04/10/2011**

REVISTA FATOR (SP)

“Jovens, consumo e cidadania” é o tema do próximo “Juventudes Brasileiras”

SP

04/10/2011

VITRINE PUBLICITÁRIA (SP)

“Jovens, consumo e cidadania” é o tema do próximo “Juventudes Brasileiras”

Especialistas discutem o consumo consciente e a expressão político-cidadã dos jovens e seus impactos na sociedade contemporânea SP

04/10/2011

CLICNEWS.COM.BR (SC)

Massimo Canevacci fala de estética e consumo no I COMUNICON da ESPM

SC

04/10/2011

OUTROS SITE (PR)

Massimo Canevacci fala de estética e consumo no I COMUNICON da ESPM

PR

04/10/2011

OUTROS SITE (PR)

Massimo Canevacci fala de estética e consumo no I COMUNICON da ESPM

PR

04/10/2011

CLICNEWS.COM.BR (SC)

Massimo Canevacci fala de estética e consumo no I COMUNICON da ESPM

SC

04/10/2011

OUTROS SITE (PR)

Massimo Canevacci fala de estética e consumo no I COMUNICON da ESPM

PR

04/10/2011

OUTROS SITE (PR)

Massimo Canevacci fala de estética e consumo no I COMUNICON da ESPM

PR

05/10/2011

ADMINISTRADORES (SP)

O candidato deverá elaborar seu pré-projeto de pesquisa levando em conta sua adequação a uma das linhas de pesquisa oferecidasESPM abre processo seletivo para Mestrado em Administração
SP**06/10/2011**

OUTROS SITE (PR)

ESPM traz ao Brasil o especialista em marketing e negócios internacionais Tamer Cavusgil

PR

06/10/2011

OUTROS SITE (PR)

ESPM traz ao Brasil o especialista em marketing e negócios internacionais Tamer Cavusgil

PR

06/10/2011

OUTROS SITE (PR)

CRISTO REDENTOR E NOVELAS

PR

06/10/2011

Canal RH (Mídia online)

ESPM traz ao Brasil o especialista em marketing e negócios internacionais Tamer Cavusgil / VI Simpósio – VIII Congresso
SP**07/10/2011**

Correio Braziliense (Mídia impressa)

Frederico Araújo TurollaGreves irritam governo
DF

08/10/2011**Brasil aproveita a insegurança nos países ricos**

FOLHA DE SÃO PAULO (SP)

09/10/2011

Diário do Grande ABC (Mídia impressa)

Rafael LamardoAderir a site de compra coletiva requer cuidado
SP**10/10/2011**

Anpad (Mídia online)

ESPM-SP traz ao Brasil o especialista em marketing e negócios internacionais / VI Simpósio – VIII Congresso
PR**10/10/2011**

Revista Ensino Superior (Mídia impressa)

ESPM promove debate sobre marketing e internacionalização de empresas - VI Simpósio / VIII Congresso
SP**10/10/2011**

OUTROS SITE (PR)

ESPM-SP traz ao Brasil o especialista em marketing e negócios internacionaisO convidado participa do VI Simpósio Internacional de Administração e Marketing e VIII Congresso de Administração
PR**10/10/2011**

PROPAGANDA E MARKETING (SP)

Juventude

SP

10/10/2011

OUTROS SITE (PR)

ESPM-SP traz ao Brasil o especialista em marketing e negócios internacionaisO convidado participa do VI Simpósio Internacional de Administração e Marketing e VIII Congresso de Administração
PR**13/10/2011**

CLICNEWS.COM.BR (SC)

ESPM traz ao Brasil o especialista em marketing e negócios internacionais**Tamer Cavusgil**

SC

16/10/2011

Veja (Mídia impressa)

Carla BarrosA escalada das domésticas
SP**16/10/2011**

Jornal da Tarde (Mídia impressa)

Selma Felerico GarriniMarcas estão de olho no público feminino
SP**19/10/2011**

OUTROS SITE (PR)

SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E MARKETING / VIII CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO DA ESPM
PR**19/10/2011**

Sobre eventos (Mídia online)

Abordará a gestão do marketing no contexto internacional. / VI Simpósio – VIII Congresso
SP**19/10/2011**

Visite São Paulo (Mídia online)

SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E MARKETING / VIII CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO DA ESPM
SP**20/10/2011**

Valor Online (Mídia online)

Brasil precisa investir em profissionais globais, diz professor. / VI Simpósio – VIII Congresso
SP**23/10/2011**

O Globo (Mídia impressa)

Carla BarrosNas redes sociais, seu desejo é uma ordem
RJ**23/10/2011**

LIVRE MERCADO

A NOTÍCIA (SC)

SC

24/10/2011

Brasil Econômico (Mídia impressa)

Fragilidade empresarial dificulta internacionalização. / VI Simpósio – VIII Congresso
SP

24/10/2011

Jornal da Tarde (Mídia impressa)

Rafael LamardoBlogueiros aproveitam audiência para ganhar dinheiro extra
SP**24/10/2011**

Exame Online (Mídia online)

Brasil deve melhorar imagem corporativa / VI Simpósio – VIII Congresso
SP**24/10/2011**

BRASIL ECONÔMICO (SP)

Fragilidade empresarial dificulta internacionalizaçãoApenas 10% das empresas de franchising brasileiras que atuam no exterior têm perto de 30% do seu faturamento proveniente de fora do país
SP**24/10/2011**

BRASIL ECONÔMICO (SP)

LEIA MAIS

SP

25/10/2011**Alexandre Cavalcanti Marquesi****Varejo se prepara para o natal das redes sociais**

Jornal o Estado de São Paulo

25/10/2011

ClicNews (Mídia online)

Livia BarbosaTiago Leifert e convidados falam sobre “Jovens e esporte” no projeto “Juventudes Brasileiras”
SP**25/10/2011**

CLICNEWS.COM.BR (SC)

Tiago Leifert e convidados falam sobre “Jovens e esporte” no projeto “Juventudes Brasileiras”

SC

25/10/2011

COMUNIQUE-SE (SP)

Tiago Leifert e convidados falam sobre “Jovens e esporte” no projeto “Juventudes Brasileiras”

SP

25/10/2011

ADMINISTRADORES (SP)

O que, à primeira vista, até parece utópico, na realidade é um modelo de gestão cada vez mais presente no mundo corporativo. Você já conhece o empowerment?Desapertem os cintos, o chefe sumiu
SP**26/10/2011**

Cultura e Mercado (Mídia online)

Rafael Lamardo“Programas de afiliados” garantem faturamento para blogs
SP**26/10/2011**

Mundo do Marketing (Mídia online)

O que falta para as empresas brasileiras se aventurarem no exterior? / VI Simpósio – VIII Congresso
SP**28/10/2011**

REVISTA MAKING OF (SC)

ESPM abre inscrições para Mestrado em Comunicação

SC

30/10/2011

O Dia (Mídia impressa)

Livia BarbosaConexão Leitor / Juventudes Brasileiras
RJ**30/10/2011**

PINGADO (SP)

ESPM abre inscrições para Mestrado em Comunicação

SP

31/10/2011

DCI (Mídia impressa)

Frederico Araújo TurollaAs perdas e ganhos do País com a Copa e as Olimpíadas
SP**31/10/2011**

Valor Econômico (Mídia impressa)

Rafael LamardoLoucos pelo prazer de consumir on-line
SP**31/10/2011**

CLICNEWS.COM.BR (SC)

ESPM abre inscrições para Mestrado em Comunicação

SC

31/10/2011**As perdas e ganhos do País com a Copa e as Olimpíadas**

DCI (SP)

01/11/2011

Folha Dirigida (Mídia impressa)

Livia Barbosa

Jovens e Esporte / Juventudes Brasileiras RJ

03/11/2011

Terra (Mídia online)

Livia Barbosa

Dirigente usa Cañete como exemplo para negar “dívida” de Luís Fabiano / Juventudes Brasileiras SP

05/11/2011

Jornal de Londrina (Mídia impressa)

Daniela Khauaja

Redes sociais democratizam comunicação entre clientes e empresas PR

05/11/2011

Portal Imprensa (Mídia online)

Alunos da ESPM e do Instituto Palavra Aberta criam blog sobre liberdade de expressão / Pravda – Solte a Palavra SP

07/11/2011

Veja Online (Mídia online)

Livia Barbosa

Jesus Lopes sugere fim da troca de farpas com Timão para evitar violência / Juventudes Brasileiras SP

07/11/2011

ESPN (Mídia online)

Livia Barbosa

Cartola são-paulino sugere fim das farpas com o Corinthians para evitar violência / Juventudes Brasileiras SP

07/11/2011

Terra (Mídia online)

Livia Barbosa

Diretor sugere fim da troca de farpas com Corinthians para evitar violência / Juventudes Brasileiras SP

07/11/2011

Senado Federal (Mídia online)

Alunos da ESPM apresentam o Blog PRAVDA / Pravda – Solte a Palavra DF

20/11/2011

Dinheiro (Mídia impressa)

Daniela Khauaja

A roubada da Lego SP

21/11/2011

Ig (Mídia online)

Frederico Araújo Turolla

Estatais brasileiras de energia miram Portugal, de olho no Brasil SP

23/11/2011

Jornal do SBT (TV)

Rafael Lamardo

Preço dos tablets estão cada vez mais acessíveis SP

24/11/2011

Portal da Propaganda (Mídia online)

Livia Barbosa

Conhecimento e Carreiras é tema do próximo “Juventudes Brasileiras” SP

24/11/2011

Portal da Propaganda (SP)

Conhecimento e Carreiras é tema do próximo “Juventudes Brasileiras”

SP

24/11/2011

Portal da Propaganda (SP)

Conhecimento e Carreiras é tema do próximo “Juventudes Brasileiras”

SP

25/11/2011

Programa do Jô (TV)

Livia Barbosa

Antropóloga Livia Barbosa conversa com Jô SP

27/11/2011

O Estado de São Paulo (Mídia impressa)

Selma Felerico Garrini

Como controlar os gastos neste final de ano SP

28/11/2011

Hoje em Dia (TV)

Rafael Lamardo

Clientes insatisfeitos usam redes sociais para fazer reclamações
SP

28/11/2011

Making Of (Mídia online)

Carlos Frederico Lúcio

ESPM Social oferece consultoria de marketing e comunicação gratuita para ONGs
SP

29/11/2011

Correio Braziliense (Mídia impressa)

Frederico Araújo Turolla

Governo inchado sacrifica investimento
DF

29/11/2011

O Imparcial (Mídia impressa)

Frederico Araújo Turolla

Conta pública: despesas da administração federal subiram 224,4% desde 2002
MA

29/11/2011

COMUNIDADE ESKOLA (SP)

De frente para a globalização

SP

30/11/2011

VALOR ECONÔMICO (SP)

Curso respalda definição de estratégia

SP

05/12/2011

Revista Planeta (Mídia impressa)

Paula Csillag

A lógica da cor
SP

06/12/2011

ClicNews (Mídia online)

Carlos Frederico Lúcio

ESPM recebe o selo IES Socialmente Responsável
SP

14/12/2011

DCI (Mídia impressa)

Frederico Araújo Turolla

Governo reduz tributos sobre importação de bens de capital
SP

14/12/2011

Band News (Rádio)

Frederico Araújo Turolla

Professor da ESPM comenta fusão de duas companhias aéreas de Brasil e Chile
PR

14/12/2011**Governo reduz tributos sobre importação de bens de capital**

DCI (SP)

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