

PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO
ANUAL

2014

ATENÇÃO:

CASO VOCÊ ENCONTRE DIFICULDADE PARA
ACESSAR ALGUM DOS LINKS PUBLICADOS
APENAS CLICANDO SOBRE ELE,
COPIE O ENDEREÇO (EM AZUL),
COLE NO SEU NAVEGADOR
E TENHA TENTADO NOVAMENTE.

PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO
ANUAL

2014

Relatório anual 2014 – Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação
Stricto Sensu [manuscrito] / Marcos Amatucci, Liliane Matias de Almeida,
Rossana Orte André, Jocileide Andrade Marques de Melo.
São Paulo, 2014.
72 p.: il., color., tab.

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2014.1.
Relatório 2. Anual 3. Pesquisa 4. Pós-graduação. I. Amatucci, Marcos.
II. Almeida, Liliane Matias de. III. André, Rossana Orte. IV. Melo,
Jocileide Andrade Marques de V. Escola Superior de Propaganda
e Marketing. VI. Título.

Projeto gráfico, diagramação e finalização: Casa Desenho Design

SUMÁRIO

6	Diretoria
9	Pró-Reitoria e Departamentos
9	Destaques 2014
16	Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PMDGI)
21	Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM)
26	Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM)
28	ESPM Media Lab
30	Observatório de Multinacionais Brasileiras
32	Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa
34	Publicações
34	Artigos em veículos peer-reviewed
37	Livros
37	Capítulos de livros
41	Projetos de Pesquisa
51	Artigos em magazines
52	Bolsas e Financiamentos
52	Recebidos
54	Concedidos
56	Publicações de professores da ESPM de outras áreas
68	A ESPM

DIRETORIA

DIRETOR-PRESIDENTE

José Roberto Whitaker Penteado 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

Jackeline Ferreira da Encarnação - Editora
Assistente das Revistas Acadêmicas da ESPM

ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

Mari Mitsuru Nishimura - Coordenadora
do Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

Aline Mattos Barbosa de Sá - Assistente
do Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

Lilian Gonçalves – Estagiária

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

Denise Cogo

Gisela Grangeiro da Silva Castro

Maria Isabel Rodrigues Orofino

João Luiz Anzanello Carrascoza

Luiz Peres Neto

Marcia Perencin Tondato

Maria Aparecida Baccega – Decana

Monica Rebecca Ferrari Nunes

Rose de Melo Rocha – Coordenadora

Silvia Borelli – Colaboradora

Tania Marcia Cesar Hoff – Vice coordenadora

Vander Casaqui

PROFESSORES DO PMDGI – MESTRADO E DOUTORADO EM GESTÃO INTERNACIONAL

Eduardo Eugênio Spers

Felipe Mendes Borini

Frederico Araujo Tuolla - Vice coordenador

George Bedinelli Rossi

Ilan Avrichir

Júlio César Bastos de Figueiredo

Manolita Correia Lima

Marcos Amatucci

Mario Henrique Ogasavara

Mateus Canniatti Ponchio

Roberto Carlos Bernardes - Colaborador

Thelma Valéria Rocha - Coordenadora

Vivian Iara Strehlau

SECRETARIA ACADÊMICA

Expedita Andrade Serra Sanches
Secretária Acadêmica

Rossana Orte André
Supervisora de Secretaria Acadêmica

Jocileide Andrade Marques de Melo
Assistente de Secretaria

Thais Pequeno da Silva - Estagiária

ESPM MEDIA LAB

Vinicius Andrade Pereira

Luciana Corrêa

**OBSERVATÓRIO DE
MULTINACIONAIS BRASILEIRAS**

Gabriel Vouga Chueke

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

Ricardo Zagallo Camargo

PESQUISA E SUPORTE

Murillo Marschner Alves de Brito

Viviane Tavares Mota

COORDENAÇÃO DE PESQUISA

Ângela Ravazzolo (ESPM-Sul)

Hadija Chalupe (ESPM-Rio)

COMITÊ CIENTÍFICO

Adalberto Garcia (ESPM-Sul)

Adriana Kurtz (ESPM-Sul);

Carolina Bustos (ESPM-Sul)

Denilde Oliveira Holzhacker (ESPM-SP)

Eduardo Ariel de S. Teixeira (ESPM-Rio)

Eduardo de Rezende Francisco (ESPM-SP)

Eliana Formiga (ESPM-Rio)

Eveline Brigido (ESPM-Sul)

Iara Silva da Silva (ESPM-Sul)

Ilan Avrichir (ESPM-SP)

João A. Carrascoza (PPGCOM)

João Matta (ESPM-SP)

Júlio Figueiredo (PMDGI e PÓS LATO SENSU)

Marcelo Guedes (ESPM-Rio)

Marcelo Montore (ESPM-SP)

Maria Elisabete Antonioli (ESPM-SP)

Mario Ogasavara (PMDGI)

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 os programas de Pós-Graduação stricto sensu. Os programas de Pós-Graduação mantêm Grupos de Pesquisa Certificados no CNPq, arrolados na página de pesquisa do website da escola.

DESTAQUES 2014

Nas páginas a seguir, destacamos algumas pesquisas da Pró-Reitoria em 2014.

MEDIA LAB

100 Casos de Marketing em sites de redes sociais (SRS) – Cenário Brasileiro 2006-2014

Tendo em vista o atual cenário midiático no qual se destacam como ferramentas comunicativas os sites de redes sociais (SRS) e o crescente interesse de marcas e empresas por se apropriar desses ambientes digitais como forma de aproximação com seu público, este projeto tem como objetivo mapear e categorizar casos nacionais de marketing em SRS diversos segmentos.

Este estudo gerou como produto um banco de dados, que seguirá sendo atualizado, disponível no site do projeto. Gráficos dos resultados da pesquisa, a lista completa 100 casos, o resumo, metodologia de trabalho, algumas reflexões (in)conclusivas sobre o estudo e um artigo podem ser consultados através do site: casosmedialab.espm.br

O estudo foi apresentado no evento, I FORUM DIGITAL ESPM MEDIA LAB, com a presença de parceiros como Google, Facebook, Twitter, IAB-Brasil e ABRADI.



Presença na mídia

EM 2014 HOUVE 21 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO MEDIA LAB 16/09/2014

02/09/2014 - NACIONAL

REDE DE CURSOS

1º Fórum Digital ESPM Media Lab

02/09/2014 - SP

JORNAL PROP. E MARKETING

CENÁRIO

16/09/2014 - NACIONAL

REVISTA PEGN

78% das empresas terceirizam a criação das campanhas de marketing social

16/09/2014 - NACIONAL

IFD

100 Casos de marketing em redes sociais – Cenário brasileiro 2006-2014

16/09/2014 - NACIONAL

RPALAVREANDO

100 casos de marketing em sites de redes sociais

16/09/2014 - NACIONAL NEARFUTURE

78% das empresas terceirizam a criação das campanhas de marketing social

17/09/2014 - SP/NACIONAL WORLD FASHION

SP - lançado estudo inédito sobre ações de marketing em sites de redes sociais

22/09/2014 - NACIONAL PROXIMA

Raio-X: ESPM Media Lab faz mapeamento de 100 cases de marketing na mídia social no Brasil

22/09/2014 - NACIONAL PROXIMA

Raio-X Da mídia social

22/09/2014 - NACIONAL AGENCIA CULTURA DA PAZ

100 casos de sucesso nas redes sociais

22/09/2014 - NACIONAL SINCOVID

Pesquisa ESPM Media Lab revela 100 maiores casos de marketing nas redes sociais entre 2006 e 2014 - See more at:

http://www.sincodiv.org.br/Sincodiv/portal/news_nova_2.php?txtCODIGOCONTEUDO=2990&txtLOCALCHAMADA=PESQUISA

22/09/2014 - NACIONAL META ANÁLISE

Facebook domina campanhas nos sites de redes sociais

22/09/2014 - NACIONAL ESCAPE PLANEJAMENTO

Ogilvy é destaque em pesquisa colaborativa

23/09/2014 - NACIONAL IMASTERS

ESPM Media Lab faz mapeamento de cases de marketing na mídia social

23/09/2014 - NACIONAL ADLATINA

Brasil: Los mejores casos digitales de los últimos años

23/09/2014 - NACIONAL QUERO SER SOCIAL MEDIA

Uso de smartphones impulsionam social media no Brasil

23/09/2014 - NACIONAL PORTAL FATOR

Ogilvy Brasil é a líder isolada em ranking que avalia os 100 cases digitais mais expressivos dos últimos anos

24/09/2014 - NACIONAL CECOMPI

78% das empresas terceirizam a criação das campanhas de marketing social

02/10/2014 - SP JORNAL PROP. E MARKETING

ESPM Media Lab divulga estudo sobre redes sociais

02/10/2014 - SP Assai

Terceirização de campanhas de marketing social

02/10/2014 - NACIONAL BLOG PAULO DIMAS

Se Marketing não é propaganda, o que é então?

OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

Observatório de Multinacionais Brasileiras



ESPM
OBSERVATÓRIO
DE MULTINACIONAIS
BRASILEIRAS



Apoio: **Bradesco**

Parceiros: **THUNDERBIRD**
SCHOOL OF GLOBAL MANAGEMENT

**THE UNIVERSITY
of ADELAIDE**

USP

CONHEÇA O GLOBAL MINDSET TRAINING

Em 2014 o observatório de Multinacionais Brasileiras publicou e divulgou as pesquisas “Balanço das Multinacionais Brasileiras: na busca por mercados e consumidores globais” e “Inovação em Multinacionais Brasileiras: aprendendo com as subsidiárias estrangeiras”

A pesquisa “Balanço das Multinacionais Brasileiras: na busca por mercados e consumidores globais” busca fazer um censo das empresas brasileiras que têm presença no exterior por meio de plantas produtivas, lojas, escritórios, entre outros. Ao longo de mais de sete anos de estudo, o Observatório identificou mais de 1000 subsidiárias brasileiras no exterior e mais de 400 empresas matrizes.

A pesquisa “Inovação em Multinacionais Brasileiras: aprendendo com as subsidiárias estrangeiras” teve início em 2013 apresentando informações de 78 empresas participantes, com presença em 26 países. A pesquisa identifica a natureza do conhecimento transferido; fatores institucionais do país em que se desenvolve a inovação; fatores inerentes ao setor industrial; envolvimento da subsidiária com outras filiais do grupo; importância estratégica da subsidiária para a matriz; autonomia concedida à subsidiária; motivações para a transferência reversa de conhecimento; semelhanças entre a cultura organizacional da matriz e subsidiária.

Presença na mídia

EM 2014 HOUVE 19 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

20/04/2014 - BA

REVISTA B+

Como as empresas podem sobreviver ao apagão de líderes?

12/08/2014 - NACIONAL

GLOBO NEWS – CONTA CORRENTE

Empresas com programas de intercâmbio tem maior rentabilidade

15/10/2014 - NACIONAL

GLOBO NEWS – JORNAL DAS 10

Aumenta muito o número de multinacionais brasileiras atuando no exterior

15/10/2014 - SP

EXAME.COM

Maioria das multinacionais brasileiras é do setor secundário

15/10/2014 - NACIONAL

G1

Brasil tem mais de 400 empresas com operações no exterior, mostra ESPM

15/10/2014 - BA

BAHIA ECONOMIA

Brasil tem mais de 400 empresas com operações no exterior

15/10/2014 - SP/NACIONAL

AGÊNCIA ESTADO

ESPM: multinacionais brasileiras têm baixo nível de transferência de conhecimento para país

15/10/2014 - NACIONAL

UNIVERSO JURÍDICO

Brasil tem mais de 400 empresas com operações no exterior, mostra ESPM

15/10/2014 - MT

DOURADOS INFORMA

Brasil tem mais de 400 empresas com operações no exterior, mostra ESPM

15/10/2014 - SP/NACIONAL

ÉPOCA NEGÓCIOS

Como as multinacionais brasileiras conquistam espaço no exterior

15/10/2014 - NACIONAL

ESCRITÓRIO IDEAL

Brasil tem mais de 400 empresas com operações no exterior, mostra ESPM

15/10/2014 - NACIONAL

NOTÍCIAS DE MINEIRAÇÃO

Há apenas 6 mineradoras entre 400 transnacionais brasileiras

16/10/2014 - NACIONAL

PORTAL NEO

Apenas 29% das subsidiárias brasileiras no exterior transferem tecnologia às matrizes

16/10/2014 - SP

DCI

Apenas 29% das subsidiárias brasileiras no exterior transferem tecnologia às matrizes

17/10/2014 - NACIONAL

CÂMARA ESPANHOLA

Como as multinacionais brasileiras conquistam espaço no exterior

19/10/2014 - SP

DIÁRIO DO COMERCIO

Um retrato da expansão além fronteiras

20/10/2014 - SP

BANCO HOJE

Empresas brasileiras se fortalecem com seus investimentos no exterior

19/11/2014 - NACIONAL

AMÉRICA ECONOMIA

Brasil tem mais de 400 empresas multinacionais

20/11/2014 - NACIONAL

EMPRESARIO & CIA

Apenas 29% das subsidiárias brasileiras no exterior transferem tecnologia às matrizes

PMDGI

ESTUDOS REALIZADOS EM PARCERIA PMDGI – ESPM E ABF

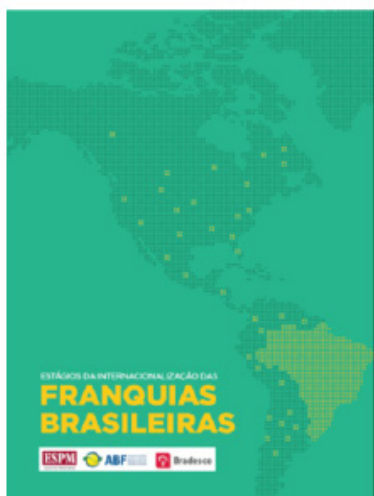
O Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional publicou a 3ª edição de sua pesquisa bienal sobre internacionalização de franquias brasileiras, estudo que é realizado em parceria com a ABF – Associação Brasileira de Franchising.

REDES SOCIAIS:

Instagram: @abfoficial • LinkedIn: /abfoficial • Twitter: /abfoficial

Google +: /+portaldofranchisingBr • Facebook: /abfoficial

2014



2012



2010



Presença na mídia

EM 2014 HOUVE 15 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO PMDGI

28/09/2014 - MG

ESTADO DE MINAS

Redes aceleram a expansão em outros países

15/10/2014 - NACIONAL

MEGA BRASIL

ABF e ESPM divulgam pesquisa bienal os Desafios da internacionalização das franquias brasileiras

16/10/2014 - NACIONAL

FALANDO DE VAREJO

ESPM e ABF divulgam pesquisa inédita sobre internacionalização de franquias brasileiras

21/10/2014 - NACIONAL

PORTAL NO VAREJO

Mais franquias no exterior

22/10/2014 - SP

DCI

Franquias brasileiras expandem a fronteiras internacionais

22/10/2014 - NACIONAL

PORTAL MERCADO ABERTO

Aumenta a quantidade de franquias brasileiras no exterior

22/10/2014 - SP

FECOMERCIO

Aumenta a quantidade de franquias brasileiras no exterior

23/10/2014 - NACIONAL

UMV

Franquias brasileiras expandem a fronteiras internacionais

26/10/2014 - NACIONAL

BOLSA DE MULHER

Veja os principais destinos internacionais de franquias brasileiras

26/10/2014 - NACIONAL

MARCIO MALAMUD

Franchising brasileiro cresceu 5,4% no primeiro semestre

28/10/2014 - NACIONAL

UOL Economia

Franquias brasileiras no exterior crescem 14%; EUA e Portugal são destaque

28/10/2014 - NACIONAL

BOL

Franquias brasileiras no exterior crescem 14%; EUA e Portugal são destaque

28/10/2014 - NACIONAL

PORTAL DO FRANCHISING

Pesquisa divulgada pela ABF e ESPM mostra expansão internacional das marcas brasileiras

19/11/2014 - SP/NACIONAL

REVISTA PEGN

Estudo mostra as principais barreiras para a internacionalização das franquias brasileiras

24/11/2014 - NACIONAL

MERCADO GASTRONÔMICO NACIONAL

Convênio entre a abf e espm resulta em estudo sobre expansão internacional das franquias

DEPARTAMENTOS

PROGRAMA DE MESTRADO E DOUTORADO EM GESTÃO INTERNACIONAL (PMDGI)

O Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PMGI) da ESPM é um programa de pós-graduação acadêmico, ou seja, *stricto sensu*, avaliado com nota 4 pela Capes, na área de Administração. Os cursos, formam mestres e doutores com foco em pesquisa na área de Gestão Internacional. Tem duração de dois anos (Mestrado) e de até quatro anos (Doutorado).

As aulas iniciam-se em fevereiro e acontecem no período diurno. Além das aulas, o aluno cumpre horas de leitura, participa das reuniões de orientação, eventos acadêmico-científicos, pesquisa para sua dissertação ou tese e publica em revistas e eventos mídia científicas e eventos.

LINHAS DE PESQUISAS

O PMDGI possui três linhas de pesquisa: Marketing em Gestão Internacional, Estratégia em Gestão Internacional e Inovação em Ambiente Internacional.

REVISTA INTERNEXT

A InternexT - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM começou a ser editada em 2006, como instrumento acadêmico de discussão sobre questões ligadas ao desenvolvimento da área de Gestão de Negócios Internacionais.

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 2014, a InternexT foi estratificada pela Web Qualis como B2.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1980-4865

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

MESTRADO – FORMANDOS 2014 DO PMDGI

DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS EM 2014

AGNALDO ANTONIO DOS SANTOS

Como o nível de controle da família altera o processo de internacionalização da empresa familiar.

Orientador(a): ILAN AVRICHIR

CAROLLINE DE ANDREA PICOLLI

O processo decisório do pecuarista quanto ao herbicida para pastagem no Brasil

Orientador(a): EDUARDO EUGÊNIO SPERS

DEBORA ATALA MENDES PIRES

Marketing internacional e a influência no desempenho estratégico das subsidiárias estrangeiras no Brasil

Orientador(a): THELMA VALÉRIA ROCHA

JACKELINE FERREIRA DA ENCARNÇÃO

O impacto das redes e do ambiente institucional no processo de internacionalização dos periódicos científicos

Orientador(a): FELIPE MENDES BORINI

KELLY ROMAN PAVAN

O ambiente institucional e às práticas da responsabilidade social de multinacionais brasileiras

Orientador(a): FELIPE MENDES BORINI

LILIANE MATIAS DE ALMEIDA BRAZIL

Interação universidade e empresa - a força da marca como vetor para o patrocínio

Orientador(a): GEORGE ROSSI

MAITE ALVES BEZERRA

Influência do ambiente institucional e da imersão nas redes externas na transferência reversa de capacidades tecnológicas em multinacionais brasileiras

Orientador(a): FELIPE MENDES BORINI

MARCIO RIBEIRO DA FONSECA

A influência da responsabilidade social corporativa na imagem de marca: um estudo em empresas brasileiras do setor de cosméticos

Orientador(a): THELMA VALÉRIA ROCHA

NADIA CRISTINA RODRIGUES NUNES

O uso da marca país na comunicação de empresas brasileiras no exterior

Orientador(a): VIVIAN IARA STREHLAU

ORLANDO VIEIRA SAMPAIO JR

Ambiente regulatório e internacionalização do mercado bancário em países hospedeiros: existe relação?

Orientador(a): JULIO CESAR BASTOS DE FIGUEIREDO

RAFAELA ALMEIDA CORDEIRO

Avaliação de produtos em aliança de co-branding

Orientador(a): MATEUS CANNIATTI PONCHIO

RODRIGO ESTEVES TAFNER

Modelo contingencialista como preditor do grau de adaptação mercadológica de ofertas internacionais

Orientador(a): GEORGE ROSSI

ROSILENE CARLA VIEIRA

A internacionalização da pós-graduação no Brasil: a relação entre os rankings acadêmicos globais e avaliação dos programas de pós-graduação em administração

Orientador(A): MANOLITA CORREIA LIMA

THIAGO JOSÉ DE CHAVES

O papel das multinacionais no desenvolvimento de negócios com impacto social no Brasil

Orientador(a): THELMA VALÉRIA ROCHA

Professores e executivos convidados

Alvaro Garcia Júnior - Diageo

Jae Ho Lee - Grupo Ornatus

Jorge Carneiro - PUC Rio

José Roberto Whitaker Penteado
Presidente ESPM

Marcos Bruno - Univ. Bocconi
e Prof. Visitante USP

Paulo Roberto Feldmann - FEA/USP

Pedro Lucas de Resende Melo - UNIP

Pervez Ghauri - Kings College London

Phillipe Byosiere - Doshisha University

Rose Lee Hayden - Michigan State University

Sérgio Queiroz - Fundação de Amparo à
Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP)

Susana Costa e Silva - Faculdade de Economia
e Gestão da Universidade Católica Portuguesa

Tamer Cavusgil - Georgia State University

Veranise Jacubowski Correia Dubeux
ESPM-RJ

Wiliam Gatti - FEA/USP

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
Palestra	Papel do Professor	E agora? Qual o papel do professor? Professor é aquele que professa", com essas declarações, a professora Manolita Correia Lima, provocou o presidente da ESPM, J. Roberto Whitaker Penteado (JRWP), convidado especial para ministrar a aula da disciplina Didática do Ensino Superior, integrante da grade do curso de Mestrado em Gestão de Internacional da ESPM, em 10 de fevereiro, em São Paulo.	Fev/2014
Aula Magna	Pesquisa e desenvolvimento	Na noite de 18 de março, em São Paulo, o Doutorado do Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PMDGI), foi oficialmente inaugurado, em uma Aula Magna, que teve a participação do coordenador adjunto de pesquisa para inovação da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), Sérgio Queiroz.	Mar/2014
Palestra	Como publicar em periódicos internacionais	No dia 20 de maio de 2014, o Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional da ESPM (PMDGI-ESPM) recebeu a ilustre presença da Profa. Dra. Susana Costa e Silva, que é Doutora em Marketing pela University College em Dublin (Irlanda) e, atualmente, Diretora do Departamento de Marketing da Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica Portuguesa.	Mai/2014
Atividade – Grupo de Pesquisa CNPq	Internacionalização de Franquias Brasileiras	No dia 05 de junho de 2014, os Professores e integrantes do Grupo IFB (Internacionalização de Franquias Brasileiras) do PMDGI-ESPM compareceram ao ABF Franchising Expo Franchising 2014 realizar pesquisa de campo. Além destes, também participaram a Prof. Dr. Pedro Melo e Victor Ragazzi Isaac da UNIP.	Jun/2014
Palestra	Negociando Globalmente: as técnicas de negociação internacional	No dia 05 de agosto de 2014, o Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional da ESPM recebeu a presença da Profa. Dra. Rose Lee Hayden, escritora, consultora internacional e PhD pela Michigan State University, que ministrou a palestra "Negociando Globalmente: as técnicas de negociação internacional". O evento contou com a presença de estudantes, pesquisadores, professores e convidados.	Ago/2014
Encontro	III Encontro de Dissertações	No dia 12 de agosto de 2014, Mestres formados no terceiro ciclo do curso de Gestão Internacional do PMDGI tiveram a oportunidade de expor o resultado de suas dissertações para os demais estudantes, pesquisadores e professores do Programa.	Ago/2014
Palestra	Globalização e a Nova Agenda de Pesquisa em Negócios Internacionais	Nos dias 17 e 18 de setembro de 2014, o PMDGI recebeu a ilustre visita do Prof. Dr. Tamer Cavusgil, da Georgia State University. No primeiro dia, os professores do Programa apresentaram seus projetos e pesquisas para o Prof. Cavusgil. No dia seguinte, ele ministrou a palestra "Globalização e a Nova Agenda de Pesquisa em Negócios Internacionais" para a comunidade acadêmica da ESPM.	Ago/2014
Atividade Grupo de Pesquisa	Inovação	No dia 1º de outubro, ocorreu a reunião do Grupo de Inovação do PMDGI - ESPM, que contou com a presença de Fernanda Ribeiro, Marcos C. de Souza Fonseca, Eliane Cristina Franco, Roberto Bernardes, Dennys Eduardo Rossetto, Elizangela A. Tarraço, Thelma V. Rocha, Mario Henrique Ogasavara, Marcos Amatucci, Marcello M. Pereira, e Felipe M. Borini.	Out/2014
Atividade Grupo de Pesquisa	Mobilidade Sustentável	No dia 15/10/2014 ocorreu a reunião regular do Grupo de Estudos de Mobilidade Sustentável da ESPM. Participaram da reunião o prof. Marcos Amatucci da ESPM-SP (líder), o professor Paulo Roberto Feldmann da FEA/USP, o doutorando Wilian Gatti da FEA/USP, o membro Guilherme Palhares e a profa. Veranise Jacobowski Correia Dubeux, da ESPM-RJ.	Out/2014

Eventos realizados (continuação)

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
Atividade Grupo de Pesquisa	Inovação em subsidiárias de empresas automotivas	No dia 05 de novembro de 2014, ocorreu mais uma reunião do Grupo de Inovação do PMDGI-ESPM. No encontro, estiveram presentes os pesquisadores Eliane Franco, Felipe M. Borini, Roberto Bernardes, Cristiane Chaves Gattaz, Mario Henrique Ogasavara, Marcos Amatucci, Cristiane G. Massuda, Elisangela L. Tarraço e do Prof. Prof. Marcos Bruno (Univ. Bocconi e prof. Visitante USP), que apresentou os resultados da pesquisa sobre "Inovação em subsidiárias de empresas automotivas"	Nov/2014
IX Simpósio Internacional de Administração e Marketing e o X Congresso de Administração da ESPM	Marketing, Estratégia e Inovação na Internacionalização das Empresas	Nos dias 10 e 11 de novembro ocorreu o IX Simpósio Internacional de Administração e Marketing e o X Congresso de Administração da ESPM. O evento contou com a presença de grandes nomes, como o Prof. Dr. Pervez Ghauri (Kings College London) e o Prof. Dr. Phillipe Byosiére (Doshisha University), que realizaram palestras durante o Simpósio.	Nov/2014
Formatura	Formatura do Mestrado	No dia 11 de novembro, o PMDGI-ESPM realizou a formatura dos novos Mestres que defenderam seus trabalhos de dezembro de 2013 à março de 2014. Foram mais de 13 formandos em 2014, totalizando 37 formados nos últimos 3 anos	Nov/2014

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO (PPGCOM)

O Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM) foi iniciado em 2006, com o curso de Mestrado Acadêmico, e, em 2012, passou a contar com o curso de 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 sua particularidade investigativa são os principais eixos que orientam a dinâmica curricular e pautam a qualidade da presença do 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 estratificada pela Web 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 bases de dados nacionais e internacionais, tais como: REVCOM - UNIVERCENCIA - Sumários.org - LIVRE - Latindex - EBSCO - CENGAGE Learning - DOAJ - IBICT/SEER - Portal de Periódicos da CAPES - Diadorim.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1806-4981

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

MESTRADO – FORMANDOS 2014 DO PPGCOM

DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS EM 2014

BEATRIZ BERALDO BATISTA

POR SAIAS E CAUSAS JUSTAS: Feminismo, comunicação e consumo na Marcha das Vadias
Orientador(a): ROSE DE MELO ROCHA

DANIEL SENA SERAFIM

COMUNICAÇÃO, CONSUMO E PERCEPÇÃO DA PERIFERIA: A representação da cena urbana do bairro de Itaquera a partir das narrativas dos operários que trabalham na construção da Arena Corinthians
Orientador(a): LUIZ PERES NETO

DAVI NARAYA BASTO DE SÁ

“EU SOU UM GAMER E COSPLAYER”: Consumo de games míticos e sua repercussão na prática cosplay
Orientador(a): MÔNICA REBECCA FERRARI NUNES

FABRIZIO CHIOCCOLA

COMUNICAÇÃO, CONSUMO E ÉTICA: As telenovelas da Rede Globo e a construção da virtude moral evangélica
Orientador(a): LUIZ PERES NETO

GUY PINTO DE ALMEIDA JR.

PELAS RUAS E NAS PÁGINAS DAS REVISTAS: Estratégias de construção da representação do morador de rua no discurso jornalístico de Ocas” e VEJA São Paulo
Orientador(a): TÂNIA MÁRCIA CEZAR HOFF

JACQUELINE SOBRAL

VOCÊ GOSTA DE ALGUÉM? Representações de amor, erotismo e sexo construídas por crianças em contextos populares a partir da cultura midiática
Orientador(a): MARIA ISABEL OROFINO

LIZBETH KANYAT

RETRATOS DO BRASILEIRO NO IMAGINÁRIO EQUATORIANO: Um estudo de recepção da telenovela Avenida Brasil em Guayaquil
Orientador(a): MARIA APARECIDA BACCEGA

MARCOS ROBERTO HILLER

MODOS DE APRESENTAÇÃO DE SI NO FACEBOOK: construção da identidade de jovens estudantes em um site de rede social digital
Orientador(a): GISELA G. S. CASTRO

MARIA IRENE CARBALLIDO

COMUNICAÇÃO E MICRODISCURSO DO CONSUMO. Lógicas de produção dos nomes de marcas publicitárias no Brasil
Orientador(a): JOÃO ANZANELLO CARRASCOZA

MARISA BARUCH PORTELA ABUJAMRA

UM SEGREDO QUE SE ESPALHA: consumo e estratégias de
Orientador(a): JOÃO ANZANELLO CARRASCOZA

Professores e executivos convidados

Adalberto Muller – UFF

Ana Claudia Mei – PUC/SP

Ana Rosas – Mantecón Universidad Autónoma
Metropolitana, México

Beatriz Jaguaribe – UFRJ

Bridget Kenny – University of the
Witswatersrand, África do Sul

Clotilde Pérez – ECA USP

Cobus Van Staden – University of the
Witswatersrand, África do Sul

Eneus Trindade Barreto Filho – ECA USP

Everardo Rocha – PUC/RJ

Hélio Hintze – ESALQ/USP

José Gatti – UTP

Katlego Disemelo – University of the
Witswatersrand, África do Sul

Leandro Leonardo Batista – ECA USP

Lucio Agra – PUC/SP

Mehita Iqani – University of the Witswatersrand,
África do Sul

Nicky Falkof – University of the Witswatersrand,
África do Sul

Norval Baitello Jr – PUC/SP

Paulo Vaz – UFRJ

Ricardo Ferreira Freitas – UERJ

Rodolfo Polzin – UFMT

Rosario Radakovich – Universidad de la
Republica, Uruguai

Silvio Henrique V. Barbosa – Cásper Líbero

Tomas Ariztia – Universidad Diego Portales,
Chile

Yuji Gushiken – UFMT

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
Aula Magna	Atividade de abertura oficial do semestre letivo.	Aula magna com o Prof. Dr. Paulo Vaz, feito em parceria com a ECO-pós da UFRJ. Marcou o início das atividades letivas do PPGCOM ESPM.	Jan/2014
Palestra	Atividade de abertura oficial do semestre letivo.	Prosseguimento da celebração de abertura do semestre letivo como ferramenta de visibilidade do PPGCOM ESPM. A atividade contou com uma palestra do Prof. Dr. Adalberto Müller, seguida de coquetel de confraternização com lançamento de livros e entrega de diplomas aos formandos de 2013.	Jan/2014
Atividade programada	Encontro de formação acadêmica.	Encontro mensal de docentes e discentes do PPGCOM ESPM, a fim de discutir obras e o andamento de pesquisas dos integrantes.	Mar/Abr/ Mai/2014
Atividade programada	Performance em expansão	Evento organizado pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação, Consumo e Entretenimento (GECCO), que convidou Lucio Agra a discutir a Performance como forma artística que desborda os limites estabelecidos pelo que se entende pela abstração denominada mercado (e, consequentemente, mercado de arte).	Jun/2014
Atividade programada	Comunicação e Cidade: Notas interdisciplinares sobre espaços de fluxos e interculturalidade.	Evento organizado pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação, Consumo e Entretenimento (GECCO), que convidou o Prof. Dr. Yuji Gushiken (UFMT) para uma palestra acerca das relações entre comunicação e a cidade.	Ago/2014
Atividade programada	Cinema, novas masculinidades e teoria queer - Despensando gêneros e sexualidades.	Evento organizado pelo Grupo ATOS – Estudos de recepção e ética, que convidou José Gatti a palestrar sobre as políticas de representação nos meios audiovisuais, mais precisamente, a masculinidade e o universo queer.	Ago/2014
Atividade programada	Conocer a los públicos en América Latina. Retos para las políticas culturales.	Encontro de formação acadêmica que contou com palestra ministrada pela Profª Drª Ana Rosas Mantecón (Universidad Autónoma Metropolitana / Universidad Autónoma Metropolitana, do México), sob o tema desafios para as políticas culturais dos públicos da América Latina.	Set/2014
Atividade programada	O envelhecimento nas retóricas do consumo: notas sobre estereótipos, preconceitos e desafios da velhice contemporânea	Encontro de formação acadêmica organizado pela docente Gisela Castro, no qual a professora discutiu a colonização da velhice pelas retóricas do consumo.	Nov/2014
Atividade programada	A cultura do fã no contexto multimidiático contemporâneo: discursos e relações dos espaços tradicionais aos virtuais.	Evento organizado em parceria com o Obitel (Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva). Contou com palestra ministrada pelo discente egresso João Matta e pelo doutorando Vicente Mastrocola, sob o tema do universo do fã, sua trajetória e desdobramentos no cenário contemporâneo das redes sociais virtuais.	Nov/2014
Atividade programada	Televisão, Narrativas Ficcionais, Marcas do Afeto – as representações sociais trançadas pelas sensações.	Encontro de formação acadêmica ministrado por Marina Caminha, pós-doutoranda do PPGCOM ESPM. Discutiu a historicização do conceito de televisão, sua linguagem, campo cultural e suas marcas sensacionais como espaços pedagógicos e de construção de imaginários sociais. A atividade se deu em três encontros.	Ser/Out/ Nov/2014
COMUNICON	O que é o consumo?	Principal atividade internacional e de inserção social do PPGCOM. Na edição deste ano, realizou pela primeira vez o Encontro Binacional Estudos do Consumo – Brasil e África do Sul e o Ciclo de Aulas Abertas e Oficinas. Os trabalhos apresentados no evento se propuseram a responder questionamentos levantados pelas teorias do consumo.	Out/2014

Evolução do Processo Seletivo dos Programas

Evolução Processo Seletivo PMDGI

PMDGI (20 vagas mestrado / 10 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Inscritos	-	-	-	-	-	-	-	-	30	-	28	-	34	-	45	-	21	14	25	18
Finalizaram o processo seletivo	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-	26	-	26	-	27	-	21	14	19	18
Matriculados	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	11	-	14	-	14	-	18	12	15	13

Evolução Processo Seletivo PPGCOM

PPGCOM (20 vagas mestrado /8 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Inscritos	29	-	23	-	19	-	19	-	26	-	29	-	18	-	24	11	26	12	41	25
Finalizaram o processo seletivo	24	-	20	-	15	-	15	-	19	-	23	-	13	-	19	10	19	7	25	12
Matriculados	13	-	16	-	12	-	15	-	15	-	14	-	12	-	13	5	16	6	18	8

Desempenho – Nota Capes dos programas nos triênios

	2004-2006	2007-2009	2010-2012
PPGCOM	3	4	4
PMDGI		3	4

Próxima avaliação: 2017
Quadriênio 2013 – 2016

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM (CAEPM)

O Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM) tem a missão promover a geração e difusão de conhecimento estratégico para a instituição e para a sociedade, priorizando as grandes áreas de interesse da Escola, a saber: Comunicação, Gestão, Consumo e Marketing, articuladas às temáticas dos cursos de graduação e pós-graduação.

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 voltada para áreas consideradas estratégicas pela ESPM e pelo país. Gera publicações e realiza eventos como o Pensamento ESPM, voltado para a integração das pesquisas da Escola, e o Ciclo ESPM Brasil, que busca dialogar com os interesses do país.

Professores e executivos convidados

Rose Lee Hayden
Consultora Internacional

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
II Pensamento ESPM	Panorama e Diálogos de Pesquisa na ESPM.	Evento cujo objetivo é fazer com que a ESPM conheça o que a ESPM pesquisa e dessa forma favorecer conexões criativas. Esta segunda edição contou com reuniões temáticas que buscaram agregar perspectivas de pesquisa diferentes em torno de interesse comuns da instituição.	Abr/2014
Lançamentos e palestras	Dicionário de Escolas, Teorias e Autores	Eventos de lançamento de obra de referência no campo da comunicação, elaborada pelo CAEPM em um processo que durou cerca de quatro anos. O dicionário conta com cerca de 500 páginas e 65 verbetes redigidos por alguns dos principais pesquisadores de comunicação brasileiros.	Maio a Novembro 2014
		Lançamento na ESPM São Paulo com a presença de verbetistas e de três dos cinco organizadores: M. A. Baccega, M. Immacolata V. de Lopes e Adilson Citelli.	Mai/2014
		Lançamento no encontro da Compós em Belém do Pará.	Mai/2014
		Lançamento no Encontro da Intercom em Foz do Iguaçu.	Set/2014
		Lançamento na UFMG com a presença da organizadora Vera França.	Out/2014
		Lançamento e palestra na ESPM Sul com a presença da organizadora Christa Berger	Out/2014
		Palestra e lançamento no Seminário Teorias da Comunicação, com a presença de M. Immacolata V. de Lopes, M. A. Baccega, e Ricardo Zagallo Camargo na Universidade Metodista em S. Bernardo do Campo - SP.	Nov/2014
Workshops e palestras Internacionais	Negociação Global	Atividades conduzidas pela professora Rose Lee Hayden envolvendo a apresentação dialogada dos principais aspectos envolvidos em uma negociação e a discussão de um caso internacional, com foco nos aspectos culturais:	Ago/2014
		Palestra para estudantes e professores do PMDGI	
		Co-teaching na disciplina Diplomacia e Relações Internacionais na ESPM-SP	
		Workshop com estudantes e professores da Pós Lato Sensu na ESPM-SP.	
		Workshop com alunos de Relações Internacionais na ESPM-Sul	
II Ciclo ESPM	Brasil Múltiplas Identidades	Evento que se propõe a retomar as reflexões do I Ciclo a partir da reflexão acerca de algumas identidades brasileiras, das quais possamos fazer uso. Contou com cinco eventos: Brasil na novela (Rio) • Brasil criativo (Rio) • Brasil entre gerações (SP) Brasil visto de fora (SP) • Brasil visto do cone sul (POA)	Ago/2014

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.

Professores e executivos convidados

Adriana Amaral (Unisinos)

Alex Primo (UFRGS)

Anahuac de Paula Gil (Consultor
de Tecnologias Livres)

André Lemos (UFBA)

André Deak - ESPM

Beatriz Polivanov (UFF)

Caio Túlio Costa (ESPM)

Carla Andrea Schwingel - ESPM

Cláudio de Oliveira - ESPM

Demi Getschko (CGI.Br e NIC.Br)

Erick Felinto (UERJ)

Fábio Luiz Malini de Lima (UFES)

Fátima Régis (UERJ)

Isidro Moreno Sánchez (Universidad
Complutense de Madrid)

Melissa Ribeiro de Almeida (UFF)

Paulo Roberto Miranda Meirelles (FGA-Unb)

Raquel Recuero (UCPel)

Sandra Portella Montardo (FEEVALE)

Sérgio Amadeu (UFABC)

Vicente Aguiar (COLIVRE)

Walter Lima (Universidade Metodista)

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
Big data e web semântica: nova fronteira para inovação no Jornalismo Prof. Dr. Walter Lima	Jornalismo: Big Data.	O curso visa dotar o profissional de jornalismo e interessados na área da informação de relevância social de conceitos inovadores sobre como atuar num novo cenário configurado pelos sistemas digitais conectados, responsáveis pelo surgimento de novos processos de captação, filtragem, análise, produção e distribuição conteúdos jornalísticos baseados em dados e disponibilizados através das diversas plataformas digitais. Carga horária: 12hs	Abr/2014
Digital Analytics: elementos para construção de um índice de maturidade online (IMO) Prof. Dr. Claudio Luis de Oliveira	Digital Analytics	O objetivo principal é que o profissional que realizar esse curso seja capaz de desenvolver um índice que mensure o quanto a empresa está aproveitando efetivamente o potencial de negócios na Internet seja através da presença receptiva, presença ativa ou das interações nas mídias sociais. Carga horária: 12hs	Jun e Set 2014
Introdução à extração e à visualização de dados em sites de redes sociais. Prof. Dr. Fabio Luiz Malini de Lima	Análise de redes sociais	O curso é voltado a profissionais, estudantes e pesquisadores que queiram aprender o que são, como são e como podem ser analisadas as redes sociais na Internet. De modo específico, busca um percurso introdutório, teórico-empírico, focando conceitos, práticas e abordagens do estudo das conversações nos espaços da mídia social. O foco principal é a chamada "Análise de Rede Social" (ARS) como perspectiva teórico-empírica de análise de dados. Carga horária: 12hs	Jul/2014
I FORUM DIGITAL ESPM MEDIA LAB	Ações de Marketing em sites de redes sociais	Evento promovido pelo ESPM Media Lab, com o intuito de reunir empresários e acadêmicos para discutir temas ligados à cultura digital e ações que envolvem campanhas digitais. Participaram desta edição: Google, Facebook, Twitter, IAB Brasil e Abradi. Público participante: 450 pessoas	Set/2014
VIII SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCiber	Comunicação e cultura na era de tecnologias Midiáticas	O congresso tem como tema: COMUNICAÇÃO E CULTURA NA ERA DE TECNOLOGIAS MIDIÁTICAS ONIPRESENTES E ONISCIENTES Realizado de 3 a 5 de dezembro de 2014 na ESPM São Paulo, organizado pelo ESPM Media Lab com patrocínio da Capes e do CGI.br e nic.br, e com apoio da Casa de Cultura Digital, PROAC – SP e Governo do Estado de São Paulo. Público participante: 300 pessoas	Dez/2014

OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

O Observatório de Multinacionais Brasileiras da ESPM é um Think Tank que busca influenciar as transformações científicas, econômicas, políticas e gerenciais por meio da geração e difusão de conhecimento sobre a competitividade internacional de empresas brasileiras.

PRODUTOS

Para alcance do objetivo proposto, realizamos mapeamento do investimento direto brasileiro no exterior, pesquisas temáticas, benchmarking de práticas gerenciais, elaboração de ferramentas de diagnóstico empresarial/setorial, criação de índices de mercado e de modelos de gestão voltados para o processo de internacionalização de empresas brasileiras.

LINHAS DE PESQUISAS

Perfil das multinacionais brasileiras

Busca monitorar os investimentos brasileiros no exterior em diferentes setores competitivos, como: setor primário/extrativista, manufatureiro e de serviços.

Internacionalização do setor de TI

Analisa e prescreve estratégias de internacionalização para empresas da área de prestação de serviços em Tecnologia da Informação.

Gestão Global de Marcas

Desenvolve metodologias gerenciais e ferramentas de diagnóstico com foco no processo de gestão global de marcas.

Gestão intercultural

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

Competitividade internacional

Auxilia as empresas brasileiras e seus gestores no desenvolvimento de capacidades distintivas que implicam no incremento da competitividade empresarial em termos globais.

Inovação global

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

Internacionalização de franquias brasileiras

Estuda o processo de internacionalização das franquias brasileiras, seus motivadores e desafios.

Parcerias

O Observatório de Multinacionais Brasileiras realiza diversas parcerias de pesquisa para execução de suas investigações. Atualmente possui alianças com os seguintes centros de pesquisa:

- Universidade de São Paulo (FEA/USP)
- University of Adelaide (Austrália)
- Thunderbird School of Global Management (EUA)
- Também, possui parcerias com pesquisadores e organizações no Brasil e no exterior.

Outros indicadores

- Lançamento do relatório de pesquisa sobre Inovação em Multinacionais Brasileiras;
- Lançamento do Balanço das 100 Multinacionais Brasileiras: na busca por mercados e consumidores globais;
- Lançamento da lista das 100 Multinacionais Brasileiras;
- Desenvolvimento de metodologia ativa de aprendizado (Country Profile) junto ao curso de graduação em Relações Internacionais, envolvendo 600 alunos e os professores: Rodrigo Cintra, Cesar Ferragi, Demetrius Pereira, Mario Sacchi, Sidney Leite;
- Capacitação de Global Mindset em parceria com a Thunderbird University para os alunos e ex-alunos dos cursos de graduação da ESPM;
- Realização de estudo bibliométrico internacional sobre Global Branding;
- Realização de visitas institucionais para parceiras de pesquisa e patrocínio em empresas e entidades como: Avianca, Cia de Talentos, Banco do Brasil, Brf, Bimbo do Brasil, Swiss Hub, Consulado da Suíça, Exame Projetos Especiais, Microsof, Sebrae e WTC Club;
- Elaboração de curso internacional de curta duração: Inside of Brazilian Multinationals para pesquisadores e estudantes estrangeiros;
- Publicações em: eventos nacionais e internacionais (7), periódicos nacionais e internacionais (2), Mídia (19);
- Realização de focus group para validação de questionário de avaliação de capacidade exportadora desenvolvido por universidade norteamericana;
- Ingresso em iniciativa global de pesquisa envolvendo 22 países sobre valores culturais e estilos de liderança apoiada por Geertz Hofstede.

Professores e executivos convidados

Eliane Borges - Sebrae Nacional

Moacir de Miranda Oliveira Junior - FEA/USP

Roberto Fendt - CEBRI

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
Fórum de Inovação em Multinacionais Brasileiras e Encadeamento Produtivo	Inovação em Multinacionais Brasileiras	O evento patrocinado pelo Bradesco e Sebrae Nacional apresentou os resultados de um estudo realizado em 2013. O estudo trata sobre as inovações produzidas pelas subsidiárias estrangeiras das multinacionais brasileiras e sua transferência para as matrizes no Brasil, fenômeno conhecido como transferência reversa de conhecimento.	Out/2014
Coletiva de imprensa sobre estudos do Observatório	Perfil das multis brasileiras e Inovação em Multinacionais Brasileiras	Coletiva para jornalistas para divulgação dos estudos do Observatório	Out/2014

ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

O escritório de projetos e 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. A ESPM mantém diversos Grupos de Pesquisa certificados no CNPq, os quais podem ser consultados no site www.espm.br/epap.

O escritório de projetos e apoio à pesquisa tem por objetivo:

- estimular e facilitar a obtenção de recursos financeiros nos órgãos governamentais;
- consolidar o reconhecimento da ESPM no âmbito das agências de fomento vinculadas ao ensino, pesquisa, cultura, tecnologia e inovação;
- ampliar a divulgação interna de oportunidades de apoio à pesquisa, por meio de bolsas e auxílios no âmbito da graduação e pós-graduação *stricto sensu*;
- dar suporte e acompanhar as atividades dos programas de pós-graduação *stricto sensu* voltadas para obtenção de fomento externo;
- dar suporte à certificação e manutenção dos grupos de pesquisa da ESPM no DGP/CNPq.

BOLSAS ADMINISTRADAS PELO ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA:

Bolsa/Auxílio	Agência financiadora	2014
Bolsa de Produtividade em Pesquisa	CNPq	1
Bolsa de Mestrado - PROSUP	CAPES	16
Bolsa de Doutorado - PROSUP	CAPES	26
Bolsa de Pesquisa no Exterior	FAPESP	1
Bolsa de Graduação – PIBIC	CNPq	7
Programa Nacional de Pós-Doutorado	CAPES	2
Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior	CAPES	4
Ciências Humanas e Sociais Aplicadas	CNPq	1
Programa de Apoio a Evento no Exterior – PAEX	CAPES	7
Participação em Reunião no Exterior	FAPESP	2
Organização de Reunião	FAPESP	2
Programa de Apoio a Eventos no País – PAEP	CAPES	2
Publicação de Periódico	FAPESP	1
Participação em Reunião no Exterior	Conacyt/México	1
TOTAL		73

PUBLICAÇÕES - Professores e alunos vinculados aos programas de mestrado e doutorado

Artigos em veículos peer-reviewed

Publicações peer-reviewed dos programas de Mestrado e Doutorado em 2014

AGUIAR, H.; CONSONI, F.; BERNARDES, R. C.

Estratégia de Internacionalização Conduzida: um estudo em Redes de Franquias. RECADM: Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, v. 1, p. 1-15, 2014; ISSN/ISBN: 16777387.

AGUIAR, H.; CONSONI, F.; BERNARDES, R. C.

Redes de Franquia Brasileiras Internacionalizadas: evolução do método de entrada no exterior. Revista Iberoamericana de Estratégia, v. 13, p. 34-48, 2014; ISSN/ISBN: 21760756.

ALLAIN, M. R.; TUROLLA, F. A.

O Descasamento entre os Investimentos Diretos Estrangeiros e a Formação Bruta de Capital Fixo. Tecnologia de Crédito (Serasa-Experian), v. 89, p. 6-9, 2014. ISSN/ISBN: 21776032

ALLES, N.; COGO, D.

Género y prostitución en Brasil: narrativas sobre ser prostituta en espacios comunicacionales de internet. Razón y Palabra, v. 18, p. 1-15, 2014; http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/V87/17_AllesCogo_V87.pdf ; ISSN/ISBN: 16054806.

ALMEIDA, L. M.; ROSSI, G. B.; STREHLAU, V. I.

Brazil, Mexico and USA: the judgement scheme in the choice based on quality expectation. Journal of Strategic and International Studies, v. 9, p. 57-66, 2014; ISSN/ISBN: 23263636.

AMATUCCI, M.

Frege: verdade e pensamento na lógica (1897) e em Der Gedanke.

Problemata - Revista Internacional de Filosofia 5.2, p. 344-357, 2014; ISBN: 22368612.

BACCEGA, M. A.; AZEVEDO, A. F.

Maria Aparecida Baccega: um percurso teórico e político.

Entremeios - Revista Eletrônica de Comunicação Social, v. 08, p. 14-14, 2014; <http://www.entremeios.inf.br/published/166.pdf> ; ISSN/ISBN: 22383417.

BACCEGA, M. A.; MELLO, F. C.

Memória, comunicação e cultura: o diálogo entre o Memorial da Resistência do Estado de São Paulo e o campo escolar. Comunicação e Educação (USP), v. 19, p. 97-108, 2014; ISSN/ISBN: 01046829.

BASTOS, A.T.; FURTADO, C.F.C.; MATOS, F.R.N.; OGASAVARA, M. H.

Guaraná Orgânico: Ecodesenvolvimento e Comércio Justo.

Administração: Ensino e Pesquisa (RAEP), v. 15, p. 173-222, 2014; http://old.angrad.org.br/_resources/_circuits/article/article_1676.pdf ; ISSN/ISBN: 21776083.

BERNARDES, M.; COGO, D.

Usos da Internet na Constituição de Sociabilidades Juvenis Femininas. Comunicação & Sociedade (Online), v. 35, p. 117-136, 2014; ISSN/ISBN: 21757755.

BORINI, F. M.; COSTA, S.; BEZERRA, M. A.; OLIVEIRA Jr, M.M.

Reverse innovation as an inducer of centres of excellence in foreign subsidiaries of emerging markets.

International Journal of Business and Emerging Markets, v. 6, p. 163-182, 2014. ISSN/ISBN: 17536227.

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

Drivers of human resource management development in Brazilian multinational subsidiaries: a multilevel research. *Revista de Administração (FEA-USP)*, v. 49, p. 519-533, 2014; ISSN/ISBN: 00802107.

CASAQUI, V.

Concepções e significados do empreendedorismo social no Brasil e em Portugal: crise, performance e bem comum. *Observatorio (OBS*)*, v. 8, p. 67-82, 2014; <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/701/660> ; ISSN/ISBN: 16465954.

CASAQUI, V.

Imaginar a produção, o consumo e a nação: estratégias sensíveis da comunicação publicitária. *Matrizes (Online)*, v. 8, p. 179-190, 2014; <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/255> ; ISSN/ISBN: 19828160.

CASTRO, G.

Comunicação e consumo nas dinâmicas culturais do mundo globalizado. *PragMATIZES Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura*, v. IV, p. 58-71, 2014; <http://www.pragmatizes.uff.br/revista/index.php/ojs/article/view/55> ; ISSN/ISBN: 22371508.

CHUEKE, G. V.; MACLENNAN, M. L.; BORINI, F. M.

Modelo Cage e o Modo de Entrada das Multinacionais Brasileiras no Exterior. *Faces: Revista de Administração (Belo Horizonte. Impresso)*, v. 13, p. 84-102, 2014; ISSN/ISBN: 15178900.

CHUEKE, G.V.; BORINI, F. M.

Institutional distance and entry mode choice by Brazilian firms: an institutional perspective. *Management Research (Armonk, N.Y.)*, v. 12, p. 1-20, 2014; ISSN/ISBN: 15365433.

COGO, D.

Haitianos no Brasil: comunicação e interação em redes migratórias transnacionais. *Revista Latinoamericana Comunicación Chasqui*, v. 125, p. 23-32, 2014; ISSN/ISBN: 13901079.

COSTA FILHO, J. R. M. G.; TUROLLA, F. A.

Ciclos de Negócio e o Crédito. *Tecnologia de Crédito (Serasa-Experian)*, v. 1, p. 20-26, 2014. ISSN/ISBN: 21776032.

HABERLI JÚNIOR, C.; SPERS, E. E.

Segmentação de produtores rurais baseada em estilo de vida: uma aplicação no mercado de fertilizantes. *Desafio Online*, v. 2, p. 580-602, 2014 <http://www.desafioonline.com.br/wp-content/uploads/artigo1-segmentacao-produtores-estilo-de-vida.pdf> ; ISSN/ISBN: 2317949X.

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

Análise das volatilidades do euro e do real frente ao dólar: uma aplicação do Modelo Garch Multivariado. *Revista de Economia & Relações Internacionais*, v. 13, p. 87-98, 2014. ISSN/ISBN: 16774973.

MARGARIDO, M. A.; TUROLLA, F. A.; BUENO, C. R. F.

Análise da transmissão de preços e volatilidade nos mercados internacionais de petróleo e soja. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, v. 16, p. 123-138, 2014. ISSN/ISBN: 22386890.

MARIN, E. R.; PIZZINATTO, N. K.; GIULIANI, A. C.; PONCHIO, M. C.

Meus. Estrategias de los mensajes publicitarios. *Revistas femeninas de Brasil. Invenio (Rosario)*, v. 18, p. 103-120, 2014; ISSN/ISBN: 03293475.

MELO, P. L. R.; BORINI, F. M.; CUNHA, J. A. C.

Percepções de Valor e Elementos Estruturantes das Microfranquias. *RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online)*, v. 18, p. 328-350, 2014; ISSN/ISBN: 19827849.

MORAES, S. G.; CUNHA, R. D.; PONCHIO, M. C.

Desvendando a Mente dos Estudantes: uma escala baseada em Gardner. *Journal of Economic Sociology Studies*, v. 4, p. 292-311, 2014. ISSN/ISBN: 22370374.

MOREIRA, M.Z.; NOROES, J.L.; OGASAVARA, M. H.

Framework da estratégia de expatriação no âmbito do indivíduo, da organização e do ambiente internacional. *Internext (São Paulo)*, v. 9, p. 81-100, 2014; <http://internext.espm.br/index.php/internext/article/view/199> ; ISSN/ISBN: 19804865.

NUNES, M. R. F.

A emergência da cena cosplay nas culturas juvenis.
Significação-Revista de Cultura Audiovisual, v. 41, p. 218-235, 2014. ISSN/ISBN: 19803729

OGASAVARA, M. H.

The effects of own- and other-prior entry modes in the internationalization of Japanese multinational companies in the electronic sector.
Journal of Asia Business Studies, v. 8, p. 18-28, 2014; ISSN/ISBN: 15587894.

PENA, R. P. M.; LIMA, M. C.

A formação de professores e de pesquisadores em administração: contradições e alternativas.
Revista Economia & Gestão, v. 14, p. 4-29, 2014; <http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/view/6982> ISSN/ISBN: 19846606

PEREIRA, M. M.; AMATUCCI, M.

Local and Global Influences on the Social Responsibility Performance of Multinational Corporations in the Brazilian Automotive Industry.
International Journal of Automotive Technology and Management, v. 14, p. 121-137, 2014; ISSN/ISBN: 14709511

RAZIQ, M. M.; BORINI, F. M.; PERRY, M.

Subsidiary initiatives and subsidiary autonomy: Evidence from New Zealand and Brazil.
International Entrepreneurship and Management Journal, v. 10, p. 589-605, 2014; ISSN/ISBN: 15551938.

REIS, G. G.; BORINI, F. M.

Global mindset de empresas de países emergentes: comparações com as first movers e o impacto da internacionalização.
RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia (Online), v. 13, p. 479-498, 2014; ISSN/ISBN: 21794936.

RIBEIRO, F. C.; OLIVEIRA Jr, M.M.; BORINI, F. M.; BERNARDES, R. C.

Accelerated Internationalization in Emerging Markets: Empirical Evidence from Brazilian Technology-Based Firms.
Journal of Technology Management & Innovation, v. 9, p. 1-14, 2014; ISSN/ISBN: 07182724.

RODRIGUES, F.; YU, A.; ROCHA, T. V.

O processo decisório em grupo: uma análise temporal-ambiental.
Revista de Administração (FEA-USP), v. 49, p. 141-157, 2014; http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=1577 ISSN/ISBN: 00802107.

ROSSI, G. B.; SERRALVO, F. A.; JOÃO, B. N.

Análise de Conteúdo.
REMark. Revista Brasileira de Marketing, v. 13, p. 39-49, 2014 <http://www.revistabrasileirmarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/view/2701> ISSN/ISBN: 21775184

SOUZA, E. C.; STREHLAU, S.; SILVA, D.; STREHLAU, V. I.

Imagem do Brasil: Similaridades e Diferenças na Avaliação em Dez Países.
Internext Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM, v. 9, p. 59-74, 2014; ISSN/ISBN: 18904866.

URDINEZ, F.; MASIERO, G.; OGASAVARA, M. H.

China's Quest for Energy through FDI: New Empirical Evidence.
Journal of Chinese Economic and Business Studies, v. 12, p. 293-314, 2014; <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14765284.2014.952516#.VD-hzmddXWM> ISSN/ISBN: 14765284.

ZAMBALDI, F.; DA COSTA, F. J.; PONCHIO, M. C.

Measurement in Marketing: Current Scenario, Recommendations and Challenges.
REMark. Revista Brasileira de Marketing, v. 13, p. 01-27, 2014; ISSN/ISBN: 21775184.

Livros

Livros publicados em 2014 pelos programas

CARDOSO, J.B.F.; KARAM, T.; CASAQUI, V. (Org.)

Discurso y Comunicación / Discurso e comunicação.

1. ed. São Caetano do Sul: USCS / Clacso, 2014. v. 1. 227p. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20140804033025/Discurso.pdf> ISBN: 9788568074008.

CITELLI, A. O.; BERGER, C.; BACCEGA, M. A.; LOPES, M. I. V.; FRANÇA, V. R. V. (Org.)

Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores.

1. ed. São Paulo: Contexto, 2014. <http://editoracontexto.com.br/dicionario-de-comunicacao.html> ISBN: 9788572448345.

PEREIRA, V. A.; CASTELLARY, A. C.; MORENO, I. S. (orgs.)

Artecnologia: Conocimiento Aumentado y Accesibilidad.

Ed. Universidade Complutense de Madrid. <http://eprints.ucm.es/27152/1/1ArTecnologia%20%281%29.pdf> ISBN: 978-84-697-1450-8.

ROCHA, T.V.; BORINI, F.M.; SPERS, E.E.; OGASAVARA, M. H.; KHAUJA, D.; CAMARGO, A.; MELO, P.L R.

Estágios da internacionalização das franquias brasileiras.

1. ed. São Paulo: ESPM, 2014. v. 1. 68p. http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/ebook_espm_portugues.pdf ISBN: 9788599790267.

SIEKIERSKI, P.; PONCHIO, M. C.

Lifestyles Related to Eating Habits in Ready Meal Consumption.

1. ed. Nova Iorque: Nova Science Publishers, Inc., 2014. v. 1. 81p. https://www.novapublishers.com/catalog/product_info.php?products_id=50852&osCsid ISBN: 97816.33214545

Capítulos de livros

Capítulos de livros publicados em 2014 pelos programas

BACCEGA, M. A.

Comunicação e consumo.

In: Adilson Citelli, Christa Berger, Maria Aparecida Baccega, Maria Immacolata Vassalo de Lopes, Vera Veiga França (org.). (Org.). Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. 1ed. São Paulo: Contexto, 2014, v. 1, p. 53-65.; ISBN: 9788572448345.

BACCEGA, M. A.

Comunicação e consumo: educação e cidadania.

In: Rose de Melo Rocha e Maria Isabel Rodrigues Orofino. (Org.). Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2014, v. 1, p. 189-2004.; ISBN: 9788520506998.

BACCEGA, M. A.; PERES NETO, L.

Apontamentos sobre o campo da comunicação e a construção da pesquisa. Comunicación aplicada. Teoría y método.

1ed.Salamanca (Espanha): Comunicación Social, 2014, v. , p. 60-78. <http://www.comunicacionsocial.es/catalogo/colecciones/espacio-iberoamericano/comunicacion-aplicada--teoria-y-metodo> ISBN: 9788415544708.

BACCEGA, M. A.; PERES NETO, L.

Apontamentos sobre o campo da comunicação e a construção da pesquisa. In: Damián Fernández Pedemonte. (Org.). Comunicación aplicada Teoría y método (EBOOK).

1ed.Salamanca (Espanha): Comunicación Social, 2014, v. , p. 60-78. <http://www.comunicacionsocial.es/docs/publicaciones/ficheros/indiceei9.pdf> ISBN: 9788415544821.

BERNARDES, R. C.; CONSONI, F.; SCUR, G.; CHALANSET, L.

Mondialisation de la R & D et Nominalisation des centres mondiaux d'innovation fondés sur les competences technologiques le Cas de General Motors Bresil.

In: L'entreprise durable et le changement organisationnel. L'organisation innovatrice et durable, Yvon PESQUEUX. (Org.). Mondialisation de la R & D et Nominalisation des centres mondiaux d'innovation fondés sur les competences technologiques le Cas de General Motors Bresil. 1ed. PARIS: CORMELLES-LE-ROYAL: EMS Management et Societe, 2014, v. 1, p. 165-188; ISBN: 9782847695236.

BORELLI, S. H. S.; PEREIRA, S. L.

Cultura de Massa.

In: Citelli, A.; Berger, C.; Baccega, M. A.; Lopes M. I. V.; França, V. V.. (Org.). Dicionário de Comunicação. Escolas, teorias e autores. 1ed. Sao Paulo: Contexto, 2014, v. 1, p. 101-111. ISBN: 9788572448345

CALABRIA, P.; BERNARDES, R. C.; RAUPP, E.; PINHANEZ, C.

A ciência da inovação em serviços: estudo exploratório sobre os interesses e prioridades para uma agenda de pesquisa no Brasil.

RAI: Revista de Administração e Inovação, v. 10, p. 110, 2014; ISSN/ISBN: 18092039.

CARRASCOZA, J. L. A.

A cena de consumo no anúncio clássico e na guerrilha publicitária.

In: Rose de Melo Rocha; Maria Isabel Rodrigues Orofino. (Org.). Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2014, v. 1, p. 239-260; ISBN: 9788520506998.

CARRASCOZA, J. L. A.

Dizeres e silenciamentos na narrativa publicitária contemporânea.

In: Guilherme Nery; Thaianie Moreira de Oliveira; Sandro Tôres de Azevedo. (Org.). Ciperpublicidade. 1ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2014, v. 1, p. 00-00. ISBN: 9788576504375.

CARRASCOZA, J. L. A.

O consumo de arte: luz, perspectiva e sfumato.

In: Gisele Jordão; Renata R. Allucci. (Org.). Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2013/2014. 1ed. São Paulo: Allucci, 2014, v. 1, p. 149-158. ISBN: 9788561020057.

CASAQUI, V.

O espetáculo da recuperação e do trabalho: histórias de vida exemplares na cultura midiática.

In: Rose de Melo Rocha; Maria Isabel Rodrigues Orofino (orgs.). (Org.). Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro (Coleção Comunicação e Consumo). 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2014, v. 1, p. 219-237. ISBN: 978852050506998

CASAQUI, V.

The player of the Brazilian football team as a model of culture: life stories mediated by television news (no prelo).

In: Hector Fernandez L'Hoeste; Robert McKee-Irwin; Juan Poblete. (Org.). Sports and Nationalism in Latin America. 1ed.: , 2014, v. 1, p. 1-25. ISBN: 9781137487186

CASTRO, G.

Mobilizing the consumer as a partner in social networks: reflections on the commodification of subjectivities.

In: Carlos Arcila Calderón; Mabel Calderín; Cosette Castro. (Org.). An overview of digital media in Latin America (VISTAS publications series No. 1). 1ed. Londres: University of West London, 2014, v. 1, p. 52-59. http://www.uwl.ac.uk/sites/default/files/Departments/Research/Vistas/Web/PDF/publication_series/VISTAS_an_overview_digital_media_in_Latin_America_2014.pdf ISBN: 9789802447282.

CASTRO, G.; JUNQUEIRA, A. H.

Metodologias de pesquisa em internet.

In: Damián Fernández Pedemonte. (Org.). Comunicación Aplicada. Teoría y método. 1ed. Saragoza, Espanha: Comunicación Social, 2014, v. 1, p. 169-186. <http://www.comunicacionsocial.es/docs/publicaciones/ficheros/indiceei9.pdf> ISBN: 9788415544708.

CASTRO, G.; JUNQUEIRA, A. H.

Metodologias de pesquisa em internet.

In: Damián Fernández Pedemonte. (Org.). Comunicación Aplicada. Teoría y método (e-book). 1ed. Saragoza, Espanha: Comunicación Social, 2014, v. 1, p. 170-186. <http://www.comunicacionsocial.es/catalogo/colecciones/espacio-iberoamericano/comunicacion-aplicada-teoria-y-metodo> ISBN: 9788415544821.

CASTRO, G.; SETYON, C.

Um upgrade na vida sexual: comunicação, consumo e subjetividade em tempos neoliberais.

In: CESAP. (Org.). Coleção CESAP Vol. 5 - Juventude, subjetividade e performance. 1ed. Rio de Janeiro: Gramma, 2014, v. 5, p. 55-68; ISBN: 9788598555720.

FERREIRA, F. C.; OLIVEIRA Jr., M. M.; BORINI, F.; BERNARDES, R. C.

Accelerated Internationalization in Emerging Markets: Empirical Evidence from Brazilian Technology-Based Firms.

Journal of Technology Management & Innovation, v. 9, p. 1-20, 2014; ISSN/ISBN: 07182724.

FIGUEIREDO, J. C. B.

Difusão de produtos através de países.

In: Marcos Amatucci. (Org.).

INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS: Teoria, Problemas e Casos. 1ed.São Paulo: ATLAS, 2008, v. 1, p. 183-214. http://www.editoraatlas.com.br/atlas/webapp/detalhes_produto.aspx?prd_des_ean13=9788522453108
Número da revisão: 1; ISBN: 9788522453108.

HOFF, T. M. C.

A comunicação publicitária e suas estratégias: diferença e corporeidades.

In: MUÑOZ, Elsa. (Org.). Las prácticas corporales en la búsqueda de la belleza. 1ed. Cidade do México DF: El cuerpo descifrado y La cifra editorial, 2014, v. 1, p. 1-16.

HOFF, T. M. C.

Comunicação Publicitária: representações da diferença e regimes de visibilidade.

In: Roriz, Marina e Mendonça, Maria Luisa Martins. (Org.). Século XXI: a publicidade sem fronteiras? 1ed.Goiânia: UFG, 2014, v. 2, p. 155-168. ISBN: 9788568359044

HOFF, T. M. C.

Consumo e biossociabilidade: regimes de visibilidade do corpo diferente.

In: Denise da Costa Oliveira Siqueira. (Org.). A construção social da emoção: corpo, mídia e produção de sentidos. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2014, v. 1.

HOFF, T. M. C.

Corpo e diferença: noções relevantes para pensar o mercado.

In: Galindo, Daniel;. (Org.). Comunicação com o mercado: evidências humanas e tecnológicas. 1ed.São Paulo: Metodista, 2014, v. 1, p. 90-109. ISBN: 9788589504997

HOFF, T. M. C.

Corpo e sentidos do consumo: formações discursivas na constituição do discurso da diferença.

In: Rocha, Rose de Melo e Orofino, Maria Isabel Rodrigues. (Org.). Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro. 1a.ed.Porto Alegre: Sulina, 2014, v. 1, p. 261-279. ISBN: 9788520506998

HOFF, T. M. C.; ROCHA, R. L. M.

Culturas do consumo, corporalidades e urbanidade como tecidos do contemporâneo.

In: Freitas, Ricardo Ferreira et al.. (Org.). Corpo e consumo nas cidades. 1ed. Rio de Janeiro: CRV, 2014, v. 2, p. 15-26. ISBN: 9788580429978

MASIERO, G.; OGASAVARA, M. H.; CASEIRO, L.; FERREIRA, S.

Financing the Expansion of Brazilian Multinationals into Europe: The Role of the Brazilian Development Bank (BNDES).

In: NÖLKE, A. (Org.). Multinational Corporations from Emerging Markets: State Capitalism 3.0. 1ed.Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2014, v. 1, p. 130-153. http://www.researchgate.net/publication/228075795_Financing_the_Expansion_of_Brazilian_Multinationals_into_Europe_The_Role_of_the_Brazilian_Development_Bank_%28BNDES%29
ISBN: 9781137359490.

NUNES, M. R. F.

Consumo e Memória na Cena Cosplay.

In: Rose de Melo Rocha e Maria Isabel Rodrigues Orofino. (Org.). Comunicação, Consumo e Ação Reflexiva: Caminhos para Educação do Futuro. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2014, v. 1, p. 297-315. ISBN: 9788520506998

PEREIRA, V. A.

Artecnologia, Big Data e Visualidades Contemporâneas.

In: PEREIRA, V. A.; CASTELLARY, A. C.; MORENO, I. S. (Org.). Artecnologia: Conocimiento Aumentado y Accesibilidad. Ed. Universidade Complutense de Madrid. P. 106-112. <http://eprints.ucm.es/27152/1/1Artecnologia%20%281%29.pdf> ISBN: 978-84-697-1450-8.

PERES-NETO, L.

A redenção moral pelo consumo: ética, comunicação e o consumo consciente.

In: FREITAS, R. F.; DONIZETE, S. (Org.). Corpo e consumo nas cidades. 1ed. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2014, v. , p. 25-45. ISBN: 9788580429978.

PERES-NETO, L.

Consumo consciente: reflexões éticas a partir do caso das sacolinhas plásticas.

In: ROCHA, R. L. M.; OROFINO, M. I. O. (Org.). Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2014, v., p. 83-102; ISBN: 9788520506998.

PERES-NETO, L.

Verbete: Guillermo Orozco Gómez.

In: Citelli, Adilson; Berger, Christa; Baccega, Maria Aparecida; Lopes, Maria Immacolata Vassalo; França, Vera Veiga. (Org.). Dicionário de Comunicação. Escolas, teorias e autores. 1ed.São Paulo: Editora Contexto, 2014, v. , p. 358-364. ISBN: 9788572448345.

RIBEIRO, F. C.; OLIVEIRA Jr, M. M.; BORINI, F. M.; BERNARDES, R. C.

Accelerated Internationalization in Emerging Markets: Empirical Evidence from Brazilian Technology-Based Firms.

Journal of Technology Management & Innovation, v. 9, p. 1-14, 2014; ISSN/ISBN: 07182724.

TEIXEIRA, C. P.; TUROLLA, F. A.; OLIVEIRA, A. V. M.

As mudanças recentes e as perspectivas para o setor aeroportuário.

In: PINHEIRO, Armando Castelar; FRISCHTAK, C. R. (Org.). Gargalos e soluções na infraestrutura de transportes. 1ed. Rio de Janeiro: Editora FGV - IBRE, 2014, v. 1, p. 157-202. ISBN: 9788522514731

TONDATO, M. P.

Consumo comunicado: pensando a nova classe média brasileira no contexto da formação e inserção cidadã outros discursos.

In: Rose de Melo Rocha e Maria Isabel Rodrigues Orofino. (Org.). Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2014, v. 1, p. 101-123. ISBN: 9788520506998.

TONDATO, M. P.

Estudos de recepção e audiência.

In: Adilson Citelli; Christa Berger; Maria Ap. Baccega; Maria Immacolata Vassallo de Lopes; Vera Veiga França. (Org.). Dicionário de comunicação - escolas, teorias e autores. 1ed. São Paulo: Contexto, 2014, v. 1, p. 304-312.; ISBN: 9788572448345.

TONDATO, M. P.

Práticas cidadãs: entre o consumo e o pertencimento social e geográfico Introdução.

In: PAIVA; R.; TUZZO, S. A. (Org.). Comunidade, mídia e cidade: possibilidades comunitárias na cidade hoje. 1ed.Goiânia: Cirgráfica, 2014, v. 1, p. 193-216.; ISBN: 9788591477630.

TUROLLA, F. A.

Saneamento: o Despertar de um Setor Estagnado.

In: SENNES, R., LOHBAUER, R. M., SANTOS, R. M. M., KOHLMANN, G. B., BARATA, R. S. (ORG.). NOVOS RUMOS PARA A INFRAESTRUTURA: Eficiência, Inovação e Desenvolvimento. 1ed.São Paulo-SP: LEX Produtos Jurídicos, 2014, v. 1, p. 303-321. ISBN: 9788577212521

WEISS. M.; BERNARDES, R. C.

As práticas de governança e gerenciamento de serviços de TI como vetor para a melhoria do desempenho empresarial: estudo de caso em uma empresa atacadista.

Gestão & Planejamento (Salvador), v. 15, p. 100, 2014; ISSN/ISBN: 15169103.

Projetos de Pesquisa Professores e Pesquisadores

Projetos de pesquisa desenvolvidos no ano de 2014

AMATUCCI, M.; ARAUJO, D. E. R. A.

Problemas da epistemologia nas ciências sociais

O objetivo do estudo é voltar ao problema do conhecimento à luz da fenomenologia transcendental, analisando a força e as possibilidades de uma metodologia científica fundada sobre pressupostos fenomenológicos através da aplicação da fenomenologia transcendental de Husserl aos problemas da epistemologia nas Ciências Sociais. Para isso é necessário o entendimento da fenomenologia, suas bases e tradições, desde a metafísica platônica e aristotélica, o estudo do idealismo alemão em Kant e o neokantismo, bem como a discussão da fundamentação lógica posterior a Kant e a crítica ao psicologismo, principalmente em Frege que influencia Husserl.

**AMATUCCI, M.; BERNARDES, R. C.;
SPERS, E. E.; PEREIRA, M. M.;
CONSONI, F. L.; ROCHA, M.;
ZOROVICH, S.; SAITO, O. M.; LUZ, D. B.;
GODOY, S.; ORNELLAS, R. S.**

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, com suas implicações em vários níveis de análise.

**AMATUCCI, M.; BERNARDES, R. C.;
SPERS, E. E.; PEREIRA, M. M.;
CONSONI, F. L.; ZOROVICH, M. R. S.;
SAITO, O. M.; ORNELLAS, R. S.;
ESTEVES, F. S.; DUBEUX, V. J. C.**

Inovação e Sustentabilidade no transporte e na mobilidade urbana

Este eixo de pesquisa visa estudar alternativas de inovação e sustentabilidade na função social do transporte e da mobilidade, incluindo a indústria do transporte, a mobilidade e a inteligência urbanas. Os resultados esperados são a consolidação das teorias e o desenvolvimento de novos modelos de prospecção, formulação de estratégias e soluções técnicas que possam ser aplicados tanto na indústria como nas políticas públicas.

**AMATUCCI, M.; BERNARDES, R. C.;
TUROLLA, F. A.; BORINI, F. M.**

Distância institucional e 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. Particularmente, em países emergentes como o Brasil, caracteriza uma segunda contribuição para se entender o desafio da gestão das multinacionais em países emergentes.

**AMATUCCI, M.; BERNARDES, R. C.;
TUROLLA, F. A.; BORINI, F. M.;
COSTA, S.; CHUEKE, G. V.;
OGASAVARA, M. H.; FRANCO, E. C.**

**Inovação e Internacionalização
de Empresas**

O objetivo do eixo de pesquisa é contribuir para a formação de um paradigma teórico de inovação, vinculado ao fenômeno da internacionalização de empresas. Abrange as teorias de inovação de produto, processo e estratégias empresariais e de Marketing, bem como a inovação dentro das corporações multinacionais e o fluxo da inovação através de suas unidades. Os resultados esperados compreendem a consolidação dos alicerces teóricos, e a geração de modelos gerenciais para as subsidiárias no Brasil ou de subsidiárias brasileiras no exterior.

**ANDRADE, V. A.; POLIVANOV, B. B.;
CORRÊA, L.; TEIXEIRA, L. V.**
**100 casos de marketing em sites de redes
sociais. Cenário Brasileiro - 2006/2014.**

Levantar, estudar e reunir em uma publicação eletrônica casos de ações de marketing em sites de redes sociais, realizados no Brasil no período de 2006 a 2014. www.casosmedialab.espm.br.

AVRICHIR, I.; TUROLLA, F. A.

**Análise econômica dos investimentos
diretos internacionais em infraestrutura**

Este projeto tem por objetivo explicar os fluxos de investimento direto estrangeiros no setor de infraestrutura a partir das teorias estabelecidas de negócios internacionais. A literatura utilizada refere-se a um conjunto de abordagens da teoria de Negócios Internacionais: paradigma eclético, Escola de Uppsala, visão baseada em recursos, visão baseada no conhecimento, teoria da dependência de recursos e a abordagem dos custos de transação. Existe um esforço complementar de tropicalização para o caso brasileiro, com base na literatura já existente e em hipóteses que não são usualmente definidas nos modelos aplicados a empresas de países desenvolvidos. Complementarmente, são utilizados os elementos da teoria econômica da organização industrial que se referem ao setor de infraestrutura. Os métodos utilizados são: a comparação econométrica de modelos (horse race) e análise de dados quantitativos. Os resultados esperados são a avaliação do poder de cada abordagem teórica na explicação do investimento direto pelas firmas brasileiras no exterior e o desenvolvimento de modelos explicativos sobre os investimentos diretos em infra-estrutura.

BACCEGA, M. A.

**Você consome o quê? – narrativas
midiáticas e reverberações sobre consumo
e cidadania no discurso dos professores e
alunos do Ensino Médio**

A pesquisa investiga as reverberações e apropriações das narrativas midiáticas acerca do consumo e sua relação com a cidadania. Ocorrerá no âmbito da sala de aula do segundo ano do Ensino Médio de duas escolas da área metropolitana de São Paulo. O percurso metodológico inclui questionário semiestruturado com professores sobre a utilização de narrativas midiáticas em sala de aula e a abordagem da temática relacionada ao consumo. A partir das respostas obtidas, o estudo da recepção dos alunos sobre o consumo das materialidades apresentadas pelo professor, objetivando explicitar o conceito de consumo e de cidadania presentes nas falas. Comunicação e Educação, estudos de recepção, de consumo e das articulações entre cidadania e consumo orientam a parte teórica, além da ADF para análise dos textos. Palavras-chave: Comunicação e Educação; consumo midiático; cidadania, meios de comunicação de massa.

OROFINO, M. I. R.; SOBRAL, J.

Crianças, consumo cultural e participação: a questão dos direitos de mídia e suas políticas para a infância

Este projeto tem como meta principal investigar as relações entre crianças, mídias e consumo. O recorte teórico-metodológico foca nas competências culturais das crianças em relação ao consumo de textualidades midiáticas. O objetivo é compreender que leituras as crianças fazem dos textos midiáticos a partir do "seu ponto de vista" e os seus direitos neste debate.

BERNARDES, R. C.; MORAES, E.; ZUNEGA, M. H.

Solução integrada para auditoria tecnológica e categorização dos intangíveis caracterizadores do potencial inovador de P&D. Projeto certificado pela empresa Baesa-Energetica Barra Grande em 17/06/2013.

Este é um projeto do programa de P&D ANEEL patrocinado pela Baesa Energética Barra Grande que tem como finalidade desenvolver um modelo de mensuração dos intangíveis gerados por projetos de Pesquisa e Desenvolvimento para que a empresa possa identificar e quantificar o impacto do projeto de P&D no potencial inovador.

BORELLI, S. H. S.; RANGEL, L. H. V.; OLIVEIRA, R. C. A.; ROCHA, R. M.; FASANO, B. F.; EFRAIM, L.

Jovens/juventudes: políticas públicas e formas de participação cultural, política e comunicacional

A investigação Jovens/Juventudes: Políticas Públicas e formas de Participação Cultural, Política e Comunicacional tem o foco está direcionado às apropriações da cultura digital, por sua vez, subdivididas em três linhas teórico-metodológicas: a) cultura digital, grupos juvenis e práticas territoriais: São Paulo-Bogotá; b) cultura digital, concepções das políticas públicas: usos e apropriações pelos jovens; c) apropriações da cultura digital pelos jovens indígenas. Os marcos empíricos da investigação adotam uma perspectiva multimetodológica, envolvendo etnografia, etnografia virtual, análise de textos das políticas públicas, produção e análise audiovisual. A proposta pressupõe a aproximação multimetodológica e multidisciplinar que compreende a dimensão histórica, antropológica, política, cultural e comunicacional tanto dos fenômenos, quanto das próprias estratégias de abordagem.

BORELLI, S. H. S.; ALVARADO, S. V.; VOMMARO, P.; OROFINO, M. I. R.; VAZQUEZ, M.; UNDA, R.; CUBIDES, H.; LLOBET, V.; OSPINA, C.; AMADOR, J. C.

Juventudes e infâncias: políticas, culturas e instituições sociais na América Latina e Caribe

O grupo Juventudes e infâncias: políticas, culturas e instituições sociais na América Latina e Caribe, almeja abordar os contextos sociais e culturais em que transcorrem as vivências infantis e juvenis desde uma perspectiva crítica e contribuir com o conhecimento relevante sobre as condições de existência institucional, social, política e cultural de crianças e jovens na América Latina, com a finalidade apresentar transformações para os mesmos por meio de atores estatais e da sociedade civil.

**BORINI, F. M.; AMATUCCI, M.; COSTA, S.;
BERNARDES, R.; ARAUJO, D.E.**

**Estratégia e Inovação
em Subsidiárias Estrangeiras**

O objetivo do projeto é 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. Fez parte o sub-projeto "Extrapolando os limites de Centros de Excelência em Subsidiárias Estrangeiras de Empresas Multinacionais", financiado pelo PROSUP/CAPES. Atualmente está sendo realizado o sub-projeto "Capacidades Tecnológicas das Subsidiárias estrangeiras no Brasil" em parceria com a FEI e USP.

**BORINI, F. M.; AMATUCCI, M.;
TUROLLA, F.; BERNARDES, R.C.**

**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.

BORINI, F.M.

**O Impacto Conjunto da Distância
Institucional e da Inserção em Redes
Externas nas Estratégias de Inovação
das Subsidiárias Estrangeiras**

O presente projeto de pesquisa investiga o impacto conjunto da distância institucional e da inserção das subsidiárias em redes externas nas estratégias de inovações das subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais. O principal motivo que dignifica a investigação dessa questão de pesquisa reside na tentativa de estabelecer o diálogo de dois campos teóricos de negócios internacionais, a Teoria Institucional e a Teoria das Redes. A questão central propõe que a combinação da distância institucional com a inserção na rede externa permita explicar o caráter estratégico global e local da inovação nas subsidiárias.

CARRASCOZA, J. L. A.

**Páginas do consumo. O estudo da
publicidade a partir de obras literárias.**

A pesquisa visa discutir a produção do discurso publicitário (em especial, a sua poética) e o consumo (entendido como uma prática sociocultural complexa e abrangente), por meio de narrativas literárias. Romances, contos, crônicas e poemas de escritores brasileiros e estrangeiros, clássicos e contemporâneos são retextualizados para o estudo das lógicas produtivas da publicidade.

CASAQUI, V.

**Narrativas para transformar o mundo:
sentidos do empreendedorismo social
nos contextos português e brasileiro**

A pesquisa trata do tema do empreendedorismo social, como fenômeno comunicacional e em abordagem crítica, na comparação entre os cenários português e brasileiro. Desenvolve-se a partir de dois eixos de análise: os discursos sobre os empreendedores sociais, que atribuem significados ao seu papel social; e as narrativas de vida dos próprios empreendedores sociais.

**CASTRO, G. G. S.; FEATHERSTONE, M.;
YLANE, V.; BOURNE, C.**

**Mídia, consumo e envelhecimento
na contemporaneidade**

Estudo das interconexões mídia, consumo e envelhecimento do ponto de vista da produção de mensagens midiáticas. A construção social dos modos de ser e de doar sentido às diferentes etapas do ciclo da vida. O idadismo e os estereótipos associados à velhice. A terceira idade como segmento de mercado: novas configurações nas cartografias do consumo.

**CHUEKE, G. V.; SILVEIRA, A.;
BEZERRA, M. A.; BORINI, F. M.;
SBRAGIA, R.**

**Inovação em Multinacionais Brasileiras:
Aprendendo com as Subsidiárias
Estrangeiras.**

A pesquisa busca entender os fatores que influenciam na transferência de capacidades tecnológicas em processos e produtos desenvolvidas em subsidiárias situadas no exterior para suas matrizes, fato conhecido como "transferência reversa de conhecimento tecnológico".

**COGO, D. M.; BARTH, D. L.;
ALLES, N. L.; THEODORO, H.**
**Haitianos no Brasil - Usos de mídias
e cidadania em redes migratórias
transnacionais**

O projeto de pesquisa orienta-se à análise do consumo e usos de mídias em redes migratórias de haitianos no Brasil na perspectiva de entender a incidência desses usos na constituição das experiências de identidade e cidadania da imigração haitiana no atual contexto de posicionamento do Brasil como destino de imigrantes internacionais.

FIGUEIREDO, J. C. B.
**Modelagem do processo de difusão
de novos produtos baseada nas decisões
individuais de adoção: Um enfoque com
o uso de programação multiagentes.**

O objetivo deste projeto é aprofundar a temática relacionada ao estudo da modelagem dos processos de difusão de novos produtos e tecnologias e suas diferentes abordagens teóricas e conceituais. Tomam-se como referência estudos recentes baseados no modelo agregado de difusão de Frank Bass e busca-se o desenvolvimento de abordagens que explorem o comportamento individual do consumidor, a influência das externalidades de rede, e a estrutura das redes no processo de difusão.

FIGUEIREDO, J. C. B.
**Transferência de conhecimento baseada
em capacidades absorptivas em redes
internacionais: Um enfoque com o uso
de simulação baseada em agentes.**

Descrição: A pesquisa tem como objetivo a construção de um modelo computacional de simulação, baseado na metodologia de agentes inteligentes, que permita estudar os processos de construção de relações de cooperação entre empresas, principalmente em redes internacionais, a partir das trocas de conhecimentos entre elas.

**FIGUEIREDO, J. C. B.; GRIECO, A. A.;
PONCHIO, M. C.; MALDOS, J. P. A.;
JUNIOR SAMPAIO, O.**
**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.

HOFF, T. M. C.
**Comunicação publicitária e
biossociabilidade: regimes de visibilidade
na sociedade de consumo brasileira**

Objetivo principal: analisar os modos de produção dos discursos/sentidos da diferença e seus regimes de visibilidade na comunicação publicitária brasileira nos anos 2000-2010, à luz da noção de biossociabilidade. Objetivos secundários: 1) identificar os discursos/ sentidos da diferença presentes na comunicação publicitária brasileira dos anos 2000-2010, a partir das imagens de corpo diferente ; 2) caracterizar os mecanismos de produção de o(s) regime(s) de visibilidade da diferença em imagens de corpo fora do padrão de beleza, de saúde, de juventude e de normalidade na comunicação publicitária brasileira dos anos 2000; 3) problematizar o fenômeno do consumo, tendo a noção de biossociabilidade como condução teórica para desenvolver uma reflexão a respeito da publicidade e a gestão de si no capitalismo tardio.

LIMA, M. C.; CAMPOS, G. A.
**Habitus cosmopolita ou internacionalização
funcional? A construção da alteridade
em contexto de mobilidade acadêmica
internacional**

Projeto de pesquisa interinstitucional envolvendo uma equipe de pesquisadores da Escola Superior de Propaganda e Marketing e da Universidade de Coimbra. Trata-se de uma pesquisa etnográfica que aprofunda aspectos relativos à mobilidade acadêmica internacional.

LIMA, M. C.; CONTEL, F. B.; AVRICHIR, I.
Internacionalização da Educação Superior

Objetiva-se compreender o processo de internacionalização da educação superior, priorizando os seguintes aspectos: variações que a internacionalização assume ao envolver a mobilidade de pessoas, cursos, programas, e instituições/organizações.

LIMA, M. C.; SILVA, C. C. S.

A Mobilidade Acadêmica Internacional Sul-Sul.

Projeto interessado no processo de internacionalização da educação superior, atendo-se particularmente, ao fenômeno da mobilidade acadêmica internacional.

MARTINEZ, V. P. R.; MARKO, L.

A gestão da diversidade e a capacidade de escuta como fatores críticos em inovação organizacional.

Projeto voltado para a investigação sobre como o fator humano, em especial a diversidade percebida, impacta processos e resultados entendidos pela organização como inovadores.

OGASAVARA, M.H.; MASIERO, G.; BORINI, F.M.; AMATUCCI, M.; SIQUEIRA, P.R.; SOUZA, F.C.

Estratégia e Inovação do Processo de Internacionalização de Empresas Multinacionais e Subsidiárias Estrangeiras

Este projeto de pesquisa visa aprofundar o conhecimento de como vem ocorrendo a formulação e implantação de estratégias e inovação no processo de internacionalização das empresas multinacionais e suas subsidiárias estrangeiras. Busca assim conhecer melhor as estratégias e suas inovações, formas de entrada, performance, sobrevivência, atividades pós-entrada das subsidiárias e situações de desinvestimentos. O estudo baseia-se em dados primários e secundários de empresas multinacionais estrangeiras e brasileiras.

OGASAVARA, M.H.; MASIERO, G.; MOREIRA, M.Z.; BORINI, F.M.; TUROLLA, F.A.; CORDEIRO, M.B.

Internacionalização de empresas em tempos de crise: as experiências das estratégias adotadas em subsidiárias estrangeiras

O presente estudo pretende utilizar a experiência da internacionalização de empresas multinacionais, com foco em suas subsidiárias estrangeiras, para investigar quais as estratégias adotadas em períodos de crises econômicas. A base teórica baseia-se na literatura de flexibilidade estratégica, visão baseada em recursos, competências e capacidades dinâmicas, gestão de expatriação, modos de entrada, pós-entrada, expansão internacional entre outros. A metodologia utiliza análise quantitativa de dados longitudinais com base em dados secundários de subsidiárias japonesas.

OLIVEIRA, C. L. C.

Elaboração de um Índice de Maturidade Online Baseado em Digital Analytics

O Índice de Maturidade Online pretende sintetizar o grau de aderência entre as variáveis de Digital Analytics e os negócios gerados pelas empresas. Para tanto, será realizado um estudo de caso utilizando a própria ESPM para geração deste índice de maturidade online.

PERES NETO, L.

Ética, dominação e contextos organizacionais na sociedade de consumo.

Este projeto trata de problematizar, a partir dos pressupostos da ética, os contextos nos quais discursos de organizações, públicas ou privadas, estabelecem, reforçam ou minam relações de dominação na sociedade de consumo. Dentre os objetos empíricos estudados, destacam-se os discursos sobre o consumo consciente e sobre a própria ética como um ativo pessoal e/ou organizacional.

PERES NETO, L.; VÁSQUEZ, J. A. R.; GARCÍA, E. M. S.; MALÓN, A. M.; VIÑAS, D. V.; CÓRDOBA, H. M.; ÁLVAREZ, I. V.
Imagem social, regulação jurídica e estratégias de proteção nos delitos sexuais com vítima menor de idade. Abordagem integral e multidisciplinar

O objetivo deste projeto, coordenado pelo pesquisador espanhol José Ramos Vasquez, é realizar uma abordagem integral, isto é, multidisciplinar, da problemática que envolve os casos de violência sexual a partir do estudo das estratégias de proteção. Estudam-se, fundamentalmente, os elementos morais que permeiam a questão sócio jurídica, midiática e psicológica deste fenômeno. Especificamente no tocante aos meios de comunicação se estuda o consumo midiático dos casos de violência sexual e se discutem as estratégias propostas em âmbito internacional para a proteção da audiência.

TONDATO, M. P.

A construção midiática do consumo e da cidadania: identidades e representações nos discursos televisivos ficcionais - mediações entre cotidiano, ideologia e cultura

Estudo do consumo como constituição das identidades no contexto da sociedade complexa. O objetivo é aprofundar as reflexões sobre a intersecção comunicação-consumo-cidadania, pensando os processos de significação e ressignificação resultantes da recepção de conteúdos midiáticos.

BACCEGA, M. A.

Comunicação, Educação, Práticas de Consumo e Cidadania: em perspectiva o rap da periferia paulistana.

A pesquisa investiga o Rap, gênero musical característico da periferia paulistana. O objeto empírico é o grupo paulistano Racionais MCs. O objetivo geral é compreender como a cultura midiática e de consumo figuram nas narrativas desse grupo (letras das músicas, majoritariamente) e também entender o sentido de cidadania que aí se constitui. A pesquisa articula os campos da Comunicação, da Educação, do Consumo e da Cidadania (Martín-Barbero, Orozco Gomez, Citelli, Baccega). Analisa as produções do grupo com ADF (Orlandi, Gregolin, Pêcheux); realiza um estudo de recepção dessa vertente musical entre jovens paulistanos. Palavras-chave: Comunicação e práticas de consumo; educação e cidadania; culturas urbanas; música, rap.

PESAVENTO, F.; MARQUES, A. M.

Despesas em propaganda no Brasil e sua interligação com a economia internacional.

O objetivo principal da pesquisa é testar o Princípio da Constância Relativa (PCR) no contexto da economia internacional, controlando para os vários fatores (observados e não observados) que podem influenciar o desempenho do mercado publicitário.

PINTO, D. C.; GONÇALVES, D. A.; HERTER, M. M.

Marcas e sustentabilidade: Quando a sustentabilidade beneficia a marca?

Esta pesquisa tem como objetivo identificar em que medida o conceito das marcas influenciam o consumo sustentável e na percepção de marca.

PONCHIO, M. C.; FIGUEIREDO, J. C. B.; STREHLAU, V. I.; SIEKIERSKI, P.; CORDEIRO, R. A.; FALCHETTI, C.; BAETA, P.
Comportamento do Consumidor da Base da Pirâmide

O objetivo deste projeto de pesquisa é explorar as influências de valores e crenças sobre o comportamento e as atitudes dos consumidores da base da pirâmide de economias emergentes. Enquadra-se na linha de Marketing Internacional com implicações aos campos de comportamento do consumidor, macromarketing e políticas públicas.

PONCHIO, M. C.; STREHLAU, V. I.; YAMASAKI, V.; SILVA, S. C.

Comportamento do consumidor e o corpo

Este projeto tem por objetivo a compreensão do consumidor no tocante à sua relação com o corpo. Pretende-se desenvolver estudos nas áreas de beleza, moda e alimentação para compreender as especificidades e particularidades de diferentes grupos de consumidores. Como resultado espera-se uma melhor compreensão do ser humano em relação à sua relação com o corpo e a identificação de diferenças resultantes das características individuais e sociais.

**PONCHIO, M. C.; STREHLAU, V. I.;
BEDRAN, F. N.; MORAES, S. G.;
CORDEIRO, R. A.; BRANDÃO, M. H.**

Marcas no ambiente 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.

**PONCHIO, M. C.; STREHLAU, V. I.;
SIEKIERSKI, P.**

**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.

ROCHA, R. M.; BATISTA, B. B.
**Você marcha para quê? Sentidos
do ativismo juvenil nas culturas
comunicacionais e do consumo**

O objeto de nosso estudo são as formas contemporâneas de engajamento juvenil que se constituem em zonas de cruzamento: trafegando entre o consumo de materialidades e de visualidades, entre a cultura massiva e a midiática, entre a urbanidade e a virtualidade, as mobilizações juvenis denominadas de “marchas” caracterizam-se como ações comunicacionais e práticas de consumo de fronteira.

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

Internacionalização das Franquias Brasileiras

Estudos sobre a Internacionalização das Franquias Brasileiras desenvolvidos em uma parceria entre a ESPM e a ABF (Associação Brasileira de Franchising) desde 2010, em convênio cujo objetivo é analisar a evolução e os desafios que encontram as franquias brasileiras nos seus processos de internacionalização. Já foram realizadas coletas de dados em 2010, 2012, 2014 e a próxima será 2016.

**ROCHA, T. V.; CAMARGO, M. A. A.;
CUNHA, R. D.; SPERS, E. E.;
PICCIOLI, M. L. V**

**Gestão de Marketing
no Contexto Internacional**

Este projeto visa à identificação das práticas de gestão utilizadas pelas áreas de marketing no momento da internacionalização de empresas brasileiras e na gestão das subsidiárias de empresas estrangeiras no Brasil. O tema inclui estudos em empresas internacionalizadas sobre: o dilema da integração global e adaptação local na gestão composto de marketing, a gestão do relacionamento com clientes globais, a gestão dos stakeholders no ambiente internacional, a transferência de conhecimento em marketing, a gestão da estratégia de marketing global, o desenvolvimento de novos produtos, a gestão da inovação em marketing, e a autonomia dos departamentos de marketing para inovar.

**ROSSI, G. B.; SILVA, D.; LOPES, E. L.;
RODRIGUES, E. C.**

Interatividade e memória.

Este projeto objetiva identificar as relações possíveis e prováveis entre Interatividade e Memória e a influência destas nas preferências do consumidor em ambientes físicos e virtuais. Para tanto, incorpora-se a interdisciplinaridade das perspectivas de Comportamento do Consumidor, da Psicologia Motor-Sensorial, Econômica e Tecnologia da Informação. Os métodos utilizados são: a observação não participativa, as entrevistas pessoais e em grupos, surveys e experimentos fatoriais. A identificação das relações possíveis e prováveis de Interatividade e Memória na formação de preferências do consumidor é feita por meio de Análise de Conteúdo e Categorias Emergentes via Regressões Múltiplas, Análises Conjuntas, e modelagem de dados via Structured Equation Modeling e Redes Neurais.

AVRICHIR, I.; TUROLLA, F. A.; NETO, M. G.; FERRANTY, M. L.; SANTOS, A. S.

Competitividade de Indústrias Brasileiras

Analisa os fatores que tem contribuído ou dificultado a competitividade internacional de indústrias brasileiras na exportação. Em especial são estudadas as características da cultura e estrutura organizacional que influenciam a efetividade das empresas, na exportação.

ROSSI, G. B.; TUROLLA, F. A.; AVRICHIR, I.; LIMA, M. C.

Estratégia em Gestão Internacional

Envolve estudos e pesquisas que compreendem as estratégias de internacionalização das empresas, bem como o estudo da estratégia adotada pelas empresas já internacionalizadas, englobando o planejamento e a estruturação das funções internacionais, o papel e a estratégia das subsidiárias, a relação entre as subsidiárias e a matriz, os fatores de competitividade das empresas multinacionais, o processo de internacionalização e evolução da organização internacional e a estratégia das empresas multinacionais referentes a atividades como inovação e ações de sustentabilidade.

SCHWINGEL, C. A.

Sistemas para o ciberjornalismo: produtos e aplicativos para o jornalismo contemporâneo.

Esta pesquisa visa demonstrar possibilidades narrativas com a apresentação de conceitos e sugestões práticas para a elaboração de um protótipo para a composição de produtos jornalísticos com narrativa imersiva.

SPERS, E. E.; ESTEQUI, E. W.; SANTOS, F. G. R.

Perfil do profissional de marketing nos agronegócios e alimentos

O objetivo geral desse estudo é de caracterizar o profissional de marketing no agronegócio e como objetivos específicos: avaliar as atitudes do profissional; suas práticas gerenciais e seu futuro e sua capacitação profissional. Foi realizada uma pesquisa de campo de ordem exploratória e qualitativa com profissionais de marketing das principais empresas de agronegócio do Brasil, Estados Unidos e Holanda. Bolsa: PIBIC/CNPq.

SPERS, E. E.; SOAVE, J. M.

O comportamento do consumidor de orgânicos

Este projeto de pesquisa pretende investigar a percepção e a atitude dos consumidores e produtores da cadeia alimentícia orgânica. O modelo de análise está composto por três métodos ou técnicas: (1) Técnica de Imagem e Configuração de Produto; (2) Cadeias Meio-Fim, e; (3) Análise Conjunta.

SPERS, E.; ROCHA, T.V.; OLIVEIRA, R. O.; ZAMPIERI, P. G.; CHINI, J.

Marketing e Estratégia em Agronegócios, Varejo e Franquias

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.

TUROLLA, F. A.; AMATUCCI, M.; BORINI, F. M.; ARAUJO, D. E. R. A.

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.

ROSSI, G. B.; SILVA, D.; GERVASONI, V. C.
Formação de Alianças Estratégicas.

A aquisição de recursos por meio de alianças com outras empresas favorece a competitividade da empresa. O objetivo central desta linha de pesquisa é investigar se a necessidade de acesso a recursos internamente escassos na empresa favorece a formação de alianças estratégicas.

TUROLLA, F. A.; AMATUCCI, M.;
MORGAN, G.; GONDIM, I. J. C.
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

O Brasil e o Reino Unido enfrentaram grandes desafios de competitividade, e, em diferentes momentos, buscaram reformas em setores de infraestrutura como uma das respostas a estes desafios. O Reino Unido liderou uma importante transformação em quase todos os segmentos da sua infraestrutura nos anos 80 e suas amplas reformas vieram a ser uma referência para iniciativas semelhantes subsequentemente adotadas por diversos países, em todo o mundo. O Brasil, nos anos 90, passou a ser um dos seguidores das reformas britânicas. No caso brasileiro, as reformas contaram com diversos instrumentos cuja origem, em parte, remonta à experiência britânica, como a privatização de empresas estatais e a criação de entidades reguladoras independentes. As reformas no Brasil foram um elemento fundamental do programa de transformação da economia, o qual abriu o caminho para o marcante sucesso da economia brasileira a partir do ano 2000. As transformações nos marcos regulatórios, juntamente com outras mudanças institucionais, moldaram novas estratégias por parte dos operadores setoriais. Este projeto busca avaliar os desdobramentos da reforma no setor de infraestrutura, incluindo a privatização e a introdução de regulação, sobre a estratégia e a introdução de inovações entre as empresas brasileiras de infraestrutura, aproveitando a ampla experiência acumulada pelo Reino Unido que liderou as mesmas, e identificando as idiossincrasias do ambiente de país emergente. Foram escolhidos os setores de telecomunicações, saneamento e energia elétrica.

TUROLLA, F. A.; CONGER, R. O.;
AVRICHIR, I.; SOUZA, N. S.; SILVA, P. A. G.
Análise econômica dos investimentos diretos internacionais em infraestrutura

Tem por objetivo explicar os fluxos de investimento direto estrangeiros no setor de infraestrutura e em setores regulados a partir das teorias estabelecidas de negócios internacionais, em especial a abordagem de internalização, relacionado aos custos de transação, e a teoria de Uppsala. O setor de infraestrutura é analisado sob a perspectiva da teoria econômica da organização industrial, incluindo segmentos como telecomunicações, saneamento, energia elétrica e transportes.

VASCONCELLOS, F.; ALMEIDA, L. M.
Jornalismo Guiado por dados e Democracia: as novas ferramentas de investigação jornalística e sua contribuição para o processo de accountability político no Brasil.

A pesquisa objetiva mapear como a prática do Jornalismo Guiado por Dados tem se disseminado pelos 26 estados e a Distrito Federal no Brasil, e identificar a natureza dos temas abordados pelas reportagens desenvolvidas.

Artigos em magazines

Artigos publicados em magazines pelos programas em 2014

ALLAIN, M. R.; TUROLLA, F. A.

A Copa traz o final de um ciclo na infraestrutura?

Valor Econômico, São Paulo-SP, v. 1, p. 10 - 10, 03 jul. 2014.

CASTRO, G.

Brazilians await the World Cup kick-off with ambivalence.

The Conversation, p. 0012 - 0027, 12 jun. 2014.
<http://theconversation.com/brazilians-await-the-world-cup-kick-off-with-ambivalence-27902>

CORDEIRO, R. A.; PONCHIO, M. C.

Impactos da estratégia de co-branding no mercado de notebooks.

Newsletter da Pró-Reitoria de Pesquisa da ESPM, 24 mar. 2014. <http://www2.espm.br/impactos-da-estrategia-de-co-branding-no-mercado-de-notebooks>

NUNES, M. R. F.

Entre o consumo e a memória, a permanência da infância na cena cosplay.

Revista Vila Flor de Educação, São Paulo, 30 jan. 2014.

ROCHA, R. M.

Espera, esperança, práticas utópicas: juventudes múltiplas e moventes.

MSG Revista de Comunicação e Cultura, p. 32 - 33, 01 fev. 2014. ISBN: 19834330.

TUROLLA, F. A.

A infraestrutura empacada.

DCI - Diário do Comércio, Indústria e Serviços, São Paulo-SP, v. 1, p. 2 - 2, 23 maio 2014.

TUROLLA, F. A.

Brasil deverá investir 2% do PIB em infraestrutura em 2014.

Carta Mensal Pezco Microanalysis, São Paulo-SP, p. 4 - 6, 12 maio 2014.

TUROLLA, F. A.

Cinco cenários e três candidatos.

DCI - Diário do Comércio, Indústria e Serviços, São Paulo-SP, p. 2 - 2, 24 fev. 2014.

TUROLLA, F. A.

Emoção: de volta aos emergentes.

DCI - Diário do Comércio, Indústria e Serviços, São Paulo-SP, p. 2 - 2, 30 jan. 2014.

TUROLLA, F. A.

Investimentos em infraestrutura.

DCI - Diário do Comércio Indústria e Serviços, São Paulo-SP, p. 2 - 2, 03 set. 2014.

TUROLLA, F. A.

Mudanças para retomar a credibilidade da economia.

Estadão Noite, São Paulo-SP, p. 1 - 1, 05 set. 2014.

TUROLLA, F. A.; ALLAIN, M. R.; ANKER, T.

Iluminação pública para cidades inteligentes.

Informações FIPE, São Paulo-SP, v. 1, p. 19 - 20, 15 set. 2014.

TUROLLA, F. A.; ALLAIN, M. R.; ANKER, T.

Iluminação pública para cidades inteligentes.

Valor Econômico, São Paulo-SP, v. 1, p. 10 - 10, 28 ago. 2014.

Bolsas e Financiamentos

Recebidos

GISELA GRANGEIRO DA SILVA CASTRO

Mídia, consumo e envelhecimento
na contemporaneidade
Bolsa de Pesquisa no Exterior /FAPESP –
University London
Valor: R\$ 20.160,00
(bolsa de manutenção) + R\$3.060,12
(passagem aérea) + R\$1.920,00 (seguro saúde)

DENISE MARIA COGO

Haitianos no Brasil: usos de mídias e cidadania
em redes migratórias transnacionais
Bolsa de produtividade em pesquisa
CNPq – 48 meses
Valor: R\$ 79.200,00

TANIA MARCIA CEZAR HOFF

Comunicação publicitária e biossociabilidade:
regimes de visibilidades da diferença
na sociedade de consumo
Ciências Humanas, Sociais,
Sociais Aplicadas/CNPq
Valor: R\$ 8.800,00

TANIA MARCIA CEZAR HOFF

Comunicação, mídia e consumo
Publicação - periódico/Fapesp
Valor: R\$ 3.750,00

VANDER CASAQUI

XII Congresso de ALAIC
Paex/Capes
Valor: US\$ 2.000,00
(equivalente a R\$ 5.260,00)

DENISE MARIA COGO

IV Congresso Internacional
em Comunicação e Consumo
Paep/Capes
Valor: R\$ 16.000,00

MARIO HENRIQUE OGASAVARA

IX Simpósio Internacional
de Administração e Marketing
Paep/Capes
Valor: R\$ 10.000,00

TANIA MARCIA CEZAR HOFF

IV Congresso Internacional
em Comunicação e Consumo
Organização de reunião científica
ou tecnológica/Fapesp
Valor R\$: R\$ 9.863,01

MARIO HENRIQUE OGASAVARA

IX Simpósio Internacional de
Administração e Marketing
Organização de reunião científica
ou tecnológica/Fapesp
Valor: R\$ 7.194,68

FREDERICO ARAÚJO TUROLLA

Seminario Inversión Extranjera Directa
em America Latina
Conacyt/México
Valor: R\$ 5.000,00

LUIZ PERES NETO

International Communication
Association Conference
Paex/Capes
Valor: US\$ 3.200 (equivalente a R\$ 7.360,00)

VIVIAN IARA STREHLAU

European Marketing Academy 43th Annual
Conference – EMAC 2014
Paex/Capes
Valor: US\$ 3.300 (equivalente a R\$ 7.656,00)

MATEUS CANNIATTI PONCHIO

European Marketing Academy 43th Annual
Conference – EMAC 2014
Paex/Capes
Valor: US\$ 3.300 (equivalente a R\$ 7.656,00)

MARCOS AMATUCCI

Projeto: 22nd Gerpisa International Colloquium
Modalidade: Paex/Capes
Valor: US\$ 4.000,00 (equivalente a R\$ 9.280,00)

THELMA VALÉRIA ROCHA

CIMaR 2014 Conference
Paex/Capes
Valor: US\$ 3.200,00 (Valor aproximado
de R\$ 7.424,00)

VIVIAN IARA STREHLAU

2014 Global Marketing Conference
Participação em reunião no exterior/Fapesp
Valor: R\$ 11.209,93

MONICA REBECCA FERRARI NUNES

XII Congresso de ALAIC
Participação em reunião no exterior/Fapesp
Valor: R\$ 3.653,00

VINÍCIUS ANDRADE PEREIRA

Realização do VIII Simpósio Nacional da ABCiber
CGI.br (Comité Gestor da Internet Brasil)
Valor: R\$ 50.000,00

VINÍCIUS ANDRADE PEREIRA

Evento: Realização do VIII Simpósio Nacional da ABCiber
CAPES
Valor: R\$:24.000,00

**Recebido instituição e/ou pesquisadores:
R\$ 298.446,74**

MARINA CAMINHA FERREIRA GOMES

I Bienal LatinoAmericana de Ciencias Sociales
Paex/Capes
Valor: US\$ 2.000,00 (equivalente a R\$ 5.100,00)

MARCOS AMATUCCI

Mestrado/Prosup Capes – 12 meses
Valor: R\$ 90.000,00 (bolsa de manutenção) +
R\$105.600,00 (taxas escolares)

MARCOS AMATUCCI

Doutorado/Prosup Capes – 12 meses
Valor: R\$ 62.400,00 (bolsa de manutenção) +
R\$ 86.400,00 (taxas escolares)

MARCOS AMATUCCI

Programa Nacional de Pós-Doutorado/Capes –
60 meses
Valor: R\$ 98.400,00

MARCOS AMATUCCI

Bolsas PIBIC CNPq/Graduação – 12 meses
Valor: R\$ 33.600,00

MARCOS AMATUCCI

Programa Nacional de Pós-Doutorado/Capes –
60 meses
Valor:
Eliane Franco – R\$ 49.200,00
Marina Caminha Ferreira Gomes – R\$ 49.200,00

Recebido discentes: R\$ 579.900,00

TOTAL RECEBIDO

**(Instituição e/ou pesquisador e discentes)
R\$ 878.346,74**

BOLSAS, AUXÍLIOS E FINANCIAMENTOS

Concedidos pelo CAEPM

LILIANE ROHDE E IARA SILVA DA SILVA

O Consumo dos Arranjos Familiares Gaúchos –
Um Estudo de casais ninho vazio
Valor total do projeto 2013/2014
Valor: R\$ 60.000,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 30.000,00

MICHELE LAVRA PINTO E SILVIA BORGES CORREA

Do asfalto para a favela, da favela para o asfalto
Valor total do projeto 2013/2014
Valor: R\$ 60.000,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 30.000,00

NEUSA SANTOS DE SOUZA

Projeto Estilos de vida no Brasil: concepção
teórica e metodológica
Valor total do projeto 2013/2014
Valor: R\$ 21.600,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 16.200,00

SELMA PELEIAS FELERICO GARRINI

Os modos de ver, tratar e consumir a beleza
feminina na juventude
Valor total do projeto 2013/2014
Valor: R\$ 28.000,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 14.000,00

VALESCA PERSCH REICHELT

MKT Cultural – o patrocínio de eventos e sua
influência nas estratégias de branding
Valor total do projeto 2013/2014
Valor: R\$ 38.400,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 28.800,00

MANOLITA CORREIA LIMA E CLAUDIA CRISTIANE DOS SANTOS SILVA

A Mobilidade Acadêmica Internacional Sul-Sul
Valor total do projeto 2014/2015
Valor: R\$ 60.000,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 12.500,00

VICTOR DE LA PAZ

Gestão da Diversidade e inovação organizacional
Valor total do projeto 2014/2015
Valor R\$: 34.360,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 7.540,00

DIEGO COSTA PINTO

Marcas e Sustentabilidade
Valor total do projeto 2014/2015
Valor: R\$ 28.000,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 7.000,00

JOÃO ANZANELLO CARRASCOZA

O consumo e o ensino da publicidade
por meio de obras literárias
Valor total do projeto 2014/2015
Valor: R\$ 32.000,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 8.000,00

CLAUDIO LUIS CRUZ DE OLIVEIRA

Índice de Maturidade Online Baseado
em Digital Analytics
Valor total do projeto 2014/2015
Valor: R\$ 30.800,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 7.000,00

FÁBIO PESAVENTO

Índice de Maturidade Online Baseado
em Digital Analytics
Valor total do projeto 2014/2015
Valor: R\$ 32.000,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 8.000,00

FABIO VANSANCELLOS E LEONARDO MANCINI

Índice de Maturidade Online Baseado
em Digital Analytics
Valor total do projeto 2014/2015
Valor R\$: 46.000,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 11.500,00

CARLA SCWINGEL

Sistemas para o ciberjornalismo
Valor total do projeto 2014/2015
Valor: R\$ 32.000,00
VALOR CONCECIDO EM 2014: R\$ 8.000,00

TOTAL CONCEDIDO: R\$ 188.540,00

Bolsas Institucionais (isenção de mensalidade)

Foram concedidos bolsas e financiamentos no período de 2014, 57 bolsas de estudo (isenção de mensalidade) em valor equivalente a:

PPGCOM - Valor: R\$ 463.290,00

PMDGI - Valor R\$ 564.227,56

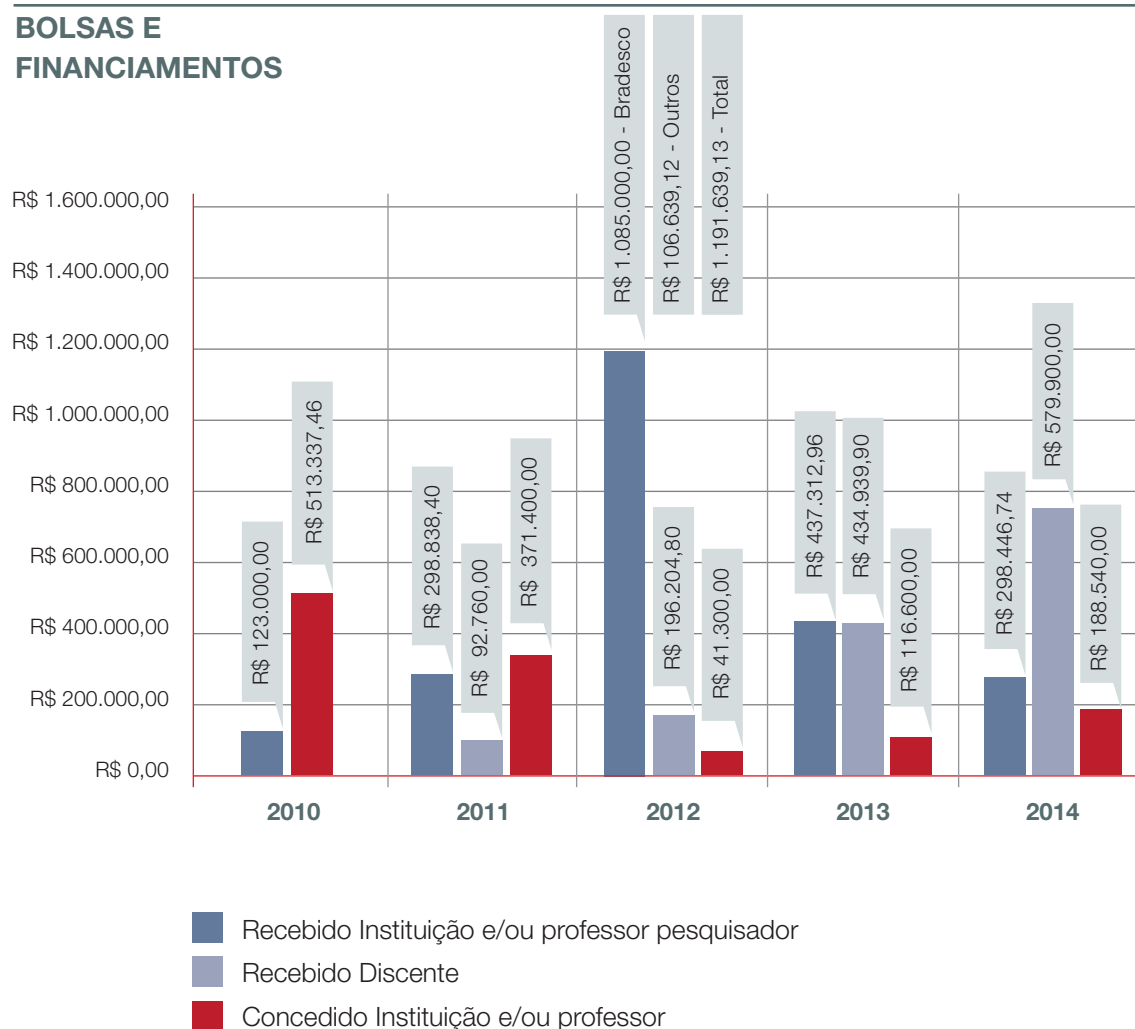
**TOTAL CONCEDIDO EQUIVALENTE:
R\$ 1.027.517,56**

Obs.: Não representa desembolso efetivo, mas renúncia de receita.

Professores e funcionários da ESPM atendidos pelos programas de mestrado e doutorado

2014			
	Professor	Funcionário	Total
PMDGI	5	1	6
PPGCOM	2	2	4
Total	7	3	10

BOLSAS E FINANCIAMENTOS



As bolsas concedidas para nossos pesquisadores por meio do Escritório de Projetos e apoio à Pesquisa permitiram ampliar sua atuação e desonerar desembolsos da escola.

Publicações de professores da ESPM de outras áreas

Publicações peer-reviewed em 2014

ACCORSI, A.

O banco do futuro: perspectivas e desafios. Revista de Administração (FEA-USP), v. 49, p. 205-216, 2014.

ANDRADE, P. M. F.; CLUA, E. W. G.; SABINO, T. L. R.; D'ALESSANDRI FORTI, F. S.

A Heuristic Approach to Render Ray Tracing Effects in Real Time for First-Person Games. SBC Journal on 3D Interactive Systems.

Link: <http://seer.ufrgs.br/index.php/jis/article/view/42291/30097>

BANDEIRA, M. D.; ZUANAZZI, P.T.; AGRANONIK, M.; SOUZA, V. R. E.

Uma análise de fluxo migratório no Rio Grande do Sul e suas mesorregiões.

Indicadores Econômicos FEE (Impresso), v. 41, p. 115-134, 2014.

Link: <http://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/article/view/3077>

BERTOTTI, D.

A eficácia da participação do conselho de segurança da ONU na resolução do conflito de Darfur.

Augusto Guzzo Revista Acadêmica (São Paulo), v. 1, p. 155-167, 2014.

BRAGA JR., S.S.; LOPES, E. L.; SATOLO, E. G.; SILVA, D.; MORETTI, S. L. A.

The consumer behavior in different retail formats in Brazil.

Science Journal of Business and Management, v.2, p.24 - 34, 2014.

BRUNSTEIN, J.; JAIME, P.

Clássicos e formação em Administração: o que, quando, para que. RAC.

Revista de Administração Contemporânea (Online), v. 18, p. 710-718, 2014.

BUZO M., E. C.; SERRALVO, F. A.; JOAO, B. N.

Teoria Do Comportamento Planejado: Uma Aplicação No Mercado Educacional Superior Revista: Gestão & Regionalidade (Online), v. 30, p. 107-122, 2014.

CAMPOS, G. A. G.; MCLORIN, C.; CANET, R.

Combinando heterogeneidades em espaços globais de mobilização. Os casos do Fórum Social Mundial e Global Square.

Horizontes Antropológicos (UFRGS. Impresso), v. 20, p. 1, 2014.

CORREA, S.; PINTO, M.

Do “asfalto para a favela” e da “favela para o asfalto”. Circulação e vida social de móveis e eletrodomésticos.

Revista Marketing. Mai.-Jun. 2014, p. 62-65.

DONINI, M. L.; CUNHA, M. R.

O Instagram como tecnologia do imaginário

Revista de Estudos Universitários, v. 40, p. 101-118, jul. 2014

ERTHAL, A. A.

Imagens intoleráveis: horror e morte nas embalagens de produtos de tabaco.

Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano

Link: <http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/107>

GABRIEL, M. L. D. S.; SILVA, D.; MORETTI, S. L. A.

The Y generation myth evidences based on the causality relations among age, diffusion and adoption of technology of college students of São Paulo state.

Future Studies Research Journal, v.6, p.32 - , 2014.

GARCIA, A. E. G.; BIGNETTI, L. P.

A Mobilização de Capacidades Dinâmicas na Lojas Renner

(DOI 10.5585/riae.v13il.2029 – ISSN 2176-0756); Vol. 13, nº 1, Jan./Mar./2014

Revista Ibero-Americana de Estratégia – QUALIS B2

Link: <http://www.revistaiberoamericana.org/ojs/index.php/ibero/article/view/2029>

GARCIA, R. L.; ZABADAL, J. R.; RIBEIRO, V. G.; CHIARAMONTE, E. A. S.

Gênese e Split: estratégias alternativas de introdução ao estudo das equações diferenciais parciais

Revista de Ensino de Ciências e Engenharia - Obs. v. 5, p. 1-16, 2014.

Link: <http://www.latec.ufjf.br/revistas/index.php?journal=ensinodeciencias&page=article&op=view&path%5B%5D=602>

HERTER, M. M.; SANTOS, C. P.; PINTO, D. C.

“Man, I shop like a woman!” The effects of gender and emotions on consumer shopping behaviour outcomes

International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 42 Iss: 9, pp.780 – 804.

Link: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/IJRDM-03-2013-0066>

JESUS FILHO, R. C.; BIANCOLINO, C. A.; WEISS, M. C.

Gerenciando serviços terceirizados de TI com base nas práticas de gerenciamento de projetos: estudo de múltiplos casos e proposição de um modelo avaliativo.

Revista Gestão e Tecnologia (e-ISSN 2177-6652)

JESUS, D.S.V.

A crise da potência inteligente: os EUA e a grande estratégia de acomodação no Governo Obama

Revista: Revista de Sociologia e Política, v.50 (4)

JESUS, D.S.V.

A essência de uma subárea: os 60 anos da Análise de Política Externa

Estudos Internacionais (PUC Minas), v. 2 (1), p. 81-99, 2014

Link: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/estudosinternacionais/article/view/6827/6725>

JESUS, D.S.V.

Além do Espírito de Xangai? As políticas externas da Rússia e da China e o balanceamento brando

Conjuntura Austral, v. 5, p. 45-78

Link: <http://seer.ufrgs.br/index.php/ConjunturaAustral/article/view/46453/30002>

JESUS, D.S.V.

Autonomia na limitação: instituições multilaterais e promoção da paz na trajetória de Sergio Vieira de Mello

Meridiano 47 (UnB), v. 15, p. 45-53

Link: <http://periodicos.bce.unb.br/index.php/MED/article/view/10242/7733>

JESUS, D.S.V.

Décadence avec élégance ? As políticas externas de Alemanha, França e Reino Unido na contemporaneidade.

Revista de Geopolítica, v. 5 (1), p. 59-81

Link: <http://www.revistageopolitica.com.br/ojs/ojs-2.2.3/index.php/rg/article/view/141/109>

JESUS, D.S.V.

O mundo fora do armário: teoria queer e Relações Internacionais

Revista Ártemis, v. XVII, p. 41-50

Link: <http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/artemis/article/view/18751/11128>

JESUS, D.S.V.

Poder inteligente e acomodação:

os EUA durante o governo Obama

Conjuntura Internacional (Belo Horizonte).

Online), v. 11(1), p. 9-17

Link: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/conjuntura/article/view/7604>

JESUS, D.S.V.

The benign multipolarity: Brazilian foreign policy under Dilma Rousseff.

Journal of International Relations and Foreign Policy, v. 2 (1), p. 19-42

Link: http://aripd.org/journals/jirfp/Vol_2_No_1_March_2014/2.pdf

KAMLOT, D.; BOTELHO, D.;**OLIVEIRA, F. B.**

Reaction to Deceptive Advertising in Brazil.

International Journal of Advances in Management and Economics, v. 3, p. 25-33, 2014.

KUHAR, A. J.

Digitalização da música diminuí o volume das grandes gravadoras e faz a festa de músicos e consumidores.

Revista: Revista da ESPM, v. 20, p. 126-133, 2014.

LEMO, A. H.; DUBEUX, V.; PINTO, S. R.

Educação, Inserção Profissional e Origem Social: Limites e Possibilidades.

Revista: Sociedade, Contabilidade e Gestão (UFRJ), v.9, p.48 - 64, 2014

MASIERO, G.; COELHO, D. B.

A política industrial chinesa como determinante de sua estratégia going global.

Revista de Economia Política (Impresso), v. 34, p. 139-157, 2014.

MASTROCOLA, V. M.; IHNATOVA, Z.

The Use of Digital Social Networks: A Brief Comparison Study Between Brazil and Slovakia. Global Media Journal, v. 2, p. 102-108, 2014.

MELLO, C. H. P.; DELBONI, D. P.

Ensaio sobre Economia do Consumo e Trajetória Profissional.

Revista de Carreiras & Pessoas (ReCaPe), v. 4, p. 98-110, 2014.

Link: <http://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/view/19417>

MELLO, F. C.; MASTROCOLA, V. M.

Comunicação, consumo e entretenimento: engajando jogadores de videogame através de recompensas simbólicas.

Revista Mediação, v. 16, p. 29-44, 2014.

MIRAPALHETA, G. C.

O Preço da Incerteza: O Desafio de Precificar os Investimentos em Infraestrutura Logística.

Revista da ESPM, v. 2014, p. 104-115, 2014.

MORAES, S. G.; CUNHA, R. D.; PONCHIO, M. C.

Desvendando a Mente dos Estudantes: uma escala baseada em Gardner.

Journal of Economic Sociology Studies, v. 4, p. 292-311, 2014.

OLIVEIRA, C. L. C.; LAURINDO, F. J. B.

The potential of digital analytics to generate innovation

Revista: 21th Euroma Conference: Operations Management in an Innovation Economy, Palermo, Italy

Link: <http://www.euroma2014italy.org/>

PAUTASSO, D.; ADAM, G.

A política da Política Externa Brasileira: novamente entre autonomia e alinhamento na eleição de 2014.

Conjuntura Austral

Link: <http://seer.ufrgs.br/index.php/ConjunturaAustral/article/view/49480/31367>

PICOLLI, C. A.; SPERS, E. E.; MORAES, S. G.

A reconstrução de um plano de ensino: uma investigação sobre estilos e habilidades de aprendizagem.

RACE : Revista de Administração, Contabilidade e Economia, v. 12, p. 227-264, 2014.

PINTO, D. C.; HERTER, M. M.; ROSSI, P.; BORGES, A.

Going green for self or for others?

Gender and identity salience effects on sustainable consumption

International Journal of Consumer Studies, Volume 38, Issue 5, pages 540–549, September 2014.

Link: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ijcs.12114/abstract>

REIS, P.; NASSAR, P.

As estratégias de comunicação da marca Rio em eventos de alta visibilidade: o caso da Rio+20.

Organicom, v. 10, p. 221-238, 2014

Link: <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/659>

RIBEIRO, V. G.; ZABADAL, J. R.; TEIXEIRA, F.; LACERDA, G.; SILVEIRA, S. R.; SILVEIRA, A. L. M.

Closed form solutions to water pollution problems using auto-Bäcklund transformations. International Journal of Engineering Research and Applications (IJERA)

Obs. v. 4, p. 223-229, 2014.

Link: http://www.ijera.com/papers/Vol4_issue1/Version%203/AM4103223229.pdf

RODRIGUES, A. M.; SILVEIRA, S. R.; RIBEIRO, V. G.

Um estudo de caso sobre a aplicação de técnicas de hipermídia adaptativa no ambiente virtual de aprendizagem moodle
Revista Educaonline - Obs. v. 8, p. 82-101, 2014.
Link: <http://www.latec.ufrj.br/revistas/index.php?journal=educaonline&page=article&op=view&path%5B%5D=568&path%5B%5D=606>

SACRAMENTO, I.

A carnavalização na teledramaturgia de Dias Gomes: a presença do realismo grotesco na modernização da telenovela.
Intercom (São Paulo. Impresso), v. 37, p. 155-174, 2014
Link: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442014000100008&lng=en&nrm=iso&tng=pt

SALA, O. T. M.; TREVISAN, L. N.

A construção de carreira em ambientes inovativos - um estudo nas empresas de base tecnológica.
RAI - Revista de Administração e Inovação, v. 11, p. 154-178, 2014.

SANTA CRUZ, L. M. M.

Estado da arte da pesquisa brasileira em comunicação sobre memória organizacional.
Comunicologia (Brasília), v. 6, p. 113-144

SANTA CRUZ, L. M. M.

Memória e comunicação organizacional: interfaces
Organicom (USP), v. 11, p. 177-188

SANTA CRUZ, L.

Estado da arte da pesquisa brasileira em comunicação sobre memória organizacional
COMUNICOLOGIA
Link: <http://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/5282/3334>
ISSN: 1981-2132

SANTA CRUZ, L.

Memória e comunicação organizacional: interfaces
ORGANICOM
Link: <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/699/549>
ISSN: 1807-1236

SCHLATTER, G. V.; BEHAR, P. A.

O administrador e as organizações sob a ótica das competências
Competência - Revista da Educação Superior do Senac-RS
Link: <http://seer.senacrs.com.br/index.php/RC/article/view/146>

SILVA, I. S.; ROHDE, L. A.

A influência do estilo de vida dos casais ninho vazio em seus hábitos de consumo
Razón y Palabra
Link: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N86/V86/17_SilvaRohde_V86.pdf

SIMÃO, A. R. F.

A Política Externa e o Mercosul nas Eleições Presidenciais de 2014.
Revista Conjuntura Austral | ISSN: 2178-8839 | Vol. 5, nº. 25 | Ago. Set. 2014.
Link: <http://seer.ufrgs.br/index.php/ConjunturaAustral/article/view/49387>

SIMÃO, A. R. F.

Apresentação - A Política Externa em Tempos Sombrios
Século XXI: Revista de Relações Internacionais V5, nº1, jan-jun de 2014.
Link: <http://sumario-periodicos.espm.br/index.php/seculo21/article/viewFile/1875/159>

SOUZA, C. C. M.; SILVA, D.; MORETTI, S. L. A.; GARCIA, M. N.

Construção e validação de escala de qualidade de ensino e serviços: um estudo com alunos de cursos de graduação em administração de empresas.
Rege. Revista de Gestão USP. v.21, p.65 - 82, 2014.

VALENTE, R.; PASE, A.

Futebol entre duas telas: uma análise da segunda tela durante a Copa das Confederações
Sessões do Imaginário – Cinema | Ciberultura | Tecnologias da Imagem
Link: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/16921/11075>

VASCONCELLOS, I. M. P.; BOTELHO, D.

Factors Influencing Supermarket Store Loyalty in Brazil and their Implications to Loyalty Programs.
Global Journal of Management and Business (GJMBR), v. 14, p. 23-33, 2014.

**VELOSO, E. F. R.; SILVA, R. C.;
TREVISAN, L. N.; NUNES, D. F. N.;
DUTRA, J. S.**

Momento Social, Valores e Expectativas:
Como as Mudanças Econômicas Influenciam
a Visão dos Jovens sobre o Trabalho?
Revista Organizações em Contexto (Online),
v. 10, p. 279-305, 2014.

**VELOSO, E. F. R.; SILVA, R. C.;
DUTRA, J. S.; FISCHER, A. L.;
TREVISAN, L. N.**

Talent Retention Strategies in Different
Organizational Contexts and Intention
of Talents to Remain in the Company.
International Conference on Innovation
and Management, v. 5, p. 49, 2014.

**XAVIER, B. G.; LACERDA, G. S.;
RIBEIRO, V. G.; RIBEIRO, E. G.;
SILVEIRA, A.; SILVEIRA, S. R.;
ZABADAL, J. R.; TEIXEIRA, F. G.**

Agile Data: Automating database refactorings.
International

International Journal of Engineering Research
and Applications (IJERA) - Obs. v. 4, p. 115-
122, 2014

Link: [http://www.ijera.com/papers/Vol4_issue9/
Version%203/R4903115122.pdf](http://www.ijera.com/papers/Vol4_issue9/Version%203/R4903115122.pdf)

**ZABADAL, J. G.; RIBEIRO, V. G.;
POFFAL, C. A.**

Differential Restrictions Applied to
Pollutant Dispersion

International Journal of Mathematical Models
and Methods in Applied Sciences -
Obs. v. 8, p. 233-242, 2014.

Link: [http://www.naun.org/main/NAUN/
ijmmas/2014/a502001-058.pdf](http://www.naun.org/main/NAUN/ijmmas/2014/a502001-058.pdf)

Livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2014

ABREU, R.

Design na TV: Pensando vinheta
Editora: Schoba/SP

ACCORSI, A.

Introdução do Risco Político: conceitos, análises e problemas.
Editora: 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
v. 1. 281p

BEAKLINI, B. L. R.

A interdependência estrutural das três esferas: uma análise libertária da organização política para o processo de radicalização democrática.
Editora: Novas Edições Acadêmicas
<https://www.nea-edicoes.com/catalog/details/store/gb/book/978-3-639-61321-6/a-interdepend%C3%A2ncia-estrutural-das-tr%C3%AAs-esferas:?search=Bruno%20Lima%20Rocha>

CITELLI, A. BERGER, C. BACCEGA, M. A.; LOPES, M. I. V.; FRANÇA, V. V.

Dicionário de Comunicação
Editora: Contexto

JORDÃO, G. (Org.); ALLUCCI, R. R. (Org.)

Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2013-2014
Editora: 1ª. ed. São Paulo: Allucci e Associados, 2014. v. 1. 232p

PENELAS, J. L. C.

Gestão de Vendas
ISBN nº 978-85-66015-62-1.
Editora: Acesso BR

MARTINS, C. H. B.; ANJOS, G.; GALEAZZI, I. M. S.; BANDEIRA, M. D.; CAPUTO, P. M. S.

Mulheres gaúchas: indicadores de gênero.
Editora: Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística, 2014. 27 p

MARTINS, C.H.; LEITAO, A.; ANJOS, G.; GALEAZZI, I. M. S.; BANDEIRA, M. D.; CAPUTO, P. M.(ORG)

Estudos das condições das mulheres e das desigualdades de gênero existentes no estado do Rio Grande do Sul.
2014. 150 p.
Editora: FEE, e-book
Link: <http://www.fee.rs.gov.br/publicacao/estudos-das-condicoes-das-mulheres-e-das-desigualdades-de-genero-existentis-estado-rio-grande-sul/>

MASTROCOLA, V. M.

Horror Ludens: medo, entretenimento e consumo em narrativas de videogames.
Editora: 1. ed. São Paulo: Livrus Negócios Editoriais, 2014. v. 200. 100p

MOLINA, V. A. F.

Linguagens e Complexidade na Atualidade.
Editora: 1. ed. São Paulo:, 2014. 160p.

OYAKAWA, E.

Arrheton: desejo e vida no teu olhar.
Editora: 1. ed. São Paulo: Stilgraf, 2014.
v. 1. 206p

PEREIRA, C. A. M.; ASSIS, F.; ANTONIOLI, M. E.

Desafios do jornalismo: novas demandas e formação profissional
Editora: 1. ed. Curitiba: Appris, 2014. v. 1. 250p.

RIBEIRO, V. G. (ORG); SALES, C. L. C.; MARQUES, G. B.; GONÇALVES, L. S.; ZABADAL, J. G.; FLORIANO, M.; SCHNEIDER, R.; SILVEIRA, A.

Uma Introdução à Criptografia: considerações de segurança da informação para o projeto de sistemas com requisitos de privacidade
Editora: Editora UniRitter

SACRAMENTO, I.; MATHEUS, L. (orgs.)

História da comunicação: experiências e perspectivas
Editora: Mauad

**SACRAMENTO, I.; RIBEIRO, A. P.;
ROXO, M.(orgs.)**

Televisão, história e gêneros
Editora: Multifoco

**SANTOS, D. F. C.; PALERMO, P. U.;
SCHIFINO, L. A.; ABREU, M.**

O Rio Grande tem Saída?
Editora: AGE

SERVA, L.

Malditos fios.
Editora: 1. ed. SAO PAULO: SANTA CLARA
IDEIAS, 2014. v. 1. 63p

SERVA, L.

Um tipógrafo na colônia
Editora: 1. ed. SÃO PAULO: PUBLIFOLHA,
2014. v. 1. 200p

SILVA, M. A.

Logística integrada
Editora: Profissional Editora
ISBN: 978-85-66015-67-6

SILVA, M. A.

Logística para comércio exterior
Editora: Profissional Editora
ISBN: 978-85-66015-65-2

TEIXEIRA, E. A. S. T.

Título do livro: Design de Interação.
Editora: Rio de Janeiro: Grupo 5W, 2014.

Capítulos de livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2014

ABREU, R.

Design, Arte e Tecnologia: Espaço de trocas
In: Um olhar sobre as vinhetas de abertura das telenovelas da TV Globo
Editora: Anhembi/SP

ABREU, R.

Formas e Linguagens
In: O design na Teledramaturgia
Editora: UNIJUI

ASSIS, F.

A dimensão técnica dos gêneros jornalísticos: embates conceituais que desafiam o ensino. Desafios do jornalismo: novas demandas e formação profissional.
In: In: PEREIRA, C. A. M.; ASSIS, F.; ANTONIOLI, M. E.. (Org.).
Editora: 1ed.Curitiba: Appris, 2014, v. 1.

BANDEIRA, M. D.; ZUANAZZI, P. T.; STAMPE, M. Z.

Título: Perfil demográfico do RS: evolução, tendência e impactos econômicos.
In: Desenvolvimento econômico no Rio Grande do Sul: já não somos o que éramos?
Ely José e Mattos; Izete Pengo Gagolin. (Org.)
Editora: Edipucrs, 2014.

BANDEIRA, M. D.; ZUANAZZI, P. T.

Projeções populacionais do estado do Rio Grande do Sul para o período 2015-2050.
In: Regimes próprios de previdência social: desafios e perspectivas. Valter Morigi; Alex Trindade. (Org.). 2014.
Editora: CORAG

BORGES, S.

Mapear os jovens
In: CAMARGO, R. Z. (Org.).
Brasil Múltiplas Identidades
Editora: Alameda

BUZO M., E. C.

O uso do Quiz para Revisão de Conceitos. Práticas Pedagógicas no Ensino Superior.
In: In: Carlos Eduardo Signorini; Olavo Raymundo Junior; Roselaine Ripa. (Org.).
Editora: 1ed.Araras: FHOIUniararas, 2014, v. 1,

CAMARGO, R. Z.

Elementos para uma perspectiva crítica do jornalismo
In: PEREIRA, C. A. M.; ASSIS, F.; ANTONIOLI, M. E.
Editora: Appris

CARDINALI, L.

TIPOGRAFIA BRASILIS: identidade, experimentação e referências vernaculares. HISTÓRIAS DO DESIGN NO BRASIL II.
In: In: Marcos da Costa Braga e Dora Souza Dias. (Org.).
Editora: 1ed.São Paulo: Anna Blume, 2014, v. 1,

CORREA, S.; DUBEUX, V.

Mapear os jovens.
In: Brasil, múltiplas identidades.
CAMARGO, R. Z. (org.). São Paulo: 2014.
Editora: Alameda

FAVARO, J. E.; QUEIROZ, A. C. F.; MOLINA, V.

Indústrias Criativas: Panorama do Mercado de Trabalho na Área de Comunicação: Um Estudo Comparado Cone Sul e Moçambique. Interfaces da Lusofonia.
In: In: Martins, L.M., Cabecinhas,R., Macedo, I.. (Org.).
Editora: 1ed. Braga; Universidade do Minho: CECS, 2014, v

FLORCZAK, R.

O jornalista na comunicação corporativa: desafios complexos de formação e atuação
In: Carlos Alberto Messeder Pereira; Francisco de Assis; Maria Elisabete Antonioli. (Orgs.).
Desafios do Jornalismo - novas demandas e formação profissional. 1ed.
Editora: Editora Appris

GARRINI, S. P. F.

Beleza virtual: os saberes femininos e as práticas de consumo
In: Comunicação com o Mercado. Evidências Humanas e Tecnológicas.
Autor (org) GALINDO, D.; KUHN, M.
Editora: UNASPRESS
ISBN: 978-85-89504-99-7

GARRINI, S. P. F.

Reflexões sobre o Corpo Feminino e suas SIGNIFICAÇÕES NA PUBLICIDADE
In: Corpo IN Forma - e-book 1. ed. Autor (org) GUIMARÃES, A. H. T.; SILVEIRA, I. O. (Org.)
Editora: Paulus, 2014. v. 1. 213p.
ISBN: 978-85-349-3869-3

HARTZ, A. M.; TAVARES, C.

A importância do marketing na formação do jornalista: a visão dos gestores
In: PEREIRA, Alberto Messeder; ASSIS, Francisco de; ANTONIOLI, Maria Elisabete (Org.). Desafios do jornalismo: novas demandas e formação profissional. Curitiba: Appris, 2014
Editora: Appris
ISBN: 978-85-8192-321-5

**HORN, B. S.; OLIVEIRA, J.;
PETTER, D.; WALDMAN, R. L.;
RIBEIRO, V. G.; SILVEIRA, A.**

O uso do triple bottom line como uma ferramenta alternativa de sustentabilidade empresarial na sociedade de risco
In: Caminhos para a sustentabilidade através do Design
Editora: UniRitter

JAIME, P.

Sustentabilidade e formação de administradores: diálogos cruzados e a contribuição do ensino-aprendizagem de Sociologia. Educação para sustentabilidade nas escolas de administração.
In: In: BRUNSTEIN, J.; GODOY, A. S.; SILVA, H. C.. (Org.).
Editora: 1ed. São Carlos: Rima, 2014, v. 1,

JORDÃO, G.

Como foi feito o Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2013-2014. Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2013-2014.
In: In: Jordão, G.; Allucci, R. R... (Org.).
Editora: 1ed. São Paulo: Allucci e Associados, 2014, v. 1,

JORDÃO, G.

Consumo Brasileiro de Práticas Culturais. Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2013-2014.
In: Jordão, G.; Allucci, R. R. (Org.).
Editora: 1ed. São Paulo: Allucci e Associados, 2014, v. 1,

KANG, T. H.; AFFELDT, B.

Indicadores da Educação Básica no Rio Grande do Sul: evolução e perspectivas.
In: : Mattos, Ely José; Bagolin, Izete Pengo. (Org.). Desenvolvimento Econômico no Rio Grande do Sul: já não somos o que éramos? 1 ed - Editora: Edipucrs, 2014

**KUAZAQUI, E.; BARROS NETO, J. P.;
LISBOA, T. C.; MANAS, A. V.;
CAPELATO, R.; VIEIRA, R. P.;
GARRIGOS, F. J.; LANGRAFE, T. F.;
FISCHMANN, A. A.; NAVAJAS, P. F.;
MEAULO, M. P.; GOULART, L. E. T.;
LERNER, W.; MIRANDA, A. D.;
JESUS, M. A. S.**

Marketing Educacional. Administração de Instituições de Ensino Superior.
In: In: João Pinheiro de Barros Neto. (Org.)
Editora: 1ed. Campinas: Editora Alínea, 2014, v. 1

**KURTZ, A. S.; CARDOSO, A. Z.;
RAVAZZOLO, A.; HARTZ, A. M.;
ROCHA FILHO, A.; PEREIRA, C. A. M.;
TAVARES, C.; MORAES JÚNIOR, E.;
BOUÉRI, F. S. T.; VASCONCELLOS, F.;
ASSIS, F.; LUCHT, J. M. P.; RÜCKER, J.;
MANCINI, L.; CRUZ, L. S.; PRADO, M.;
ANTONIOLI, M. E.; RANGEL, P.;
PINHEIRO, P.; ESSENFELDER, R.;
CAMARGO, R. Z.; MANZANO. R.;
OLIVEIRA, R. F.**

Formação sem Preconceitos para Atuação na Imprensa Popular. Desafios do Jornalismo - Novas demandas e formação profissional.
In: In: Carlos Alberto Messeder Pereira; Francisco de Assis; Maria Elisabete Antonioli. (Org.).
Editora: 1ªed. Curitiba - PR: Editora Appris Ltda., 2014, v. 1,

KURTZ, A. S.

Charges a um jovem jornalista (ou uma reflexão destinada aos nossos alunos sobre o poder persuasivo da charge)
In: Desafios do Jornalismo. Novas demandas e formação profissional (Série Jornalismo em pauta. V. 1)
Editora: Editora Appris (Curitiba)

KURTZ, A. S.

Morrer em Santa Maria: as charges de Marco Aurélio sobre a tragédia da Boate Kiss

In: Midiatização da Tragédia de Santa Maria

Editora: Editora Facos-UFSM (universidade Federal de Santa Maria – RS)

Link: https://comunicacaoeidentidades.files.wordpress.com/2014/01/midiatizacao_da_tragedia_de_santa_maria_facos-ufsm-1-atualizado.pdf

LUNCHT, R. R.; SILVA, I. S.

Marcas de uma História.

In: Jorge Polydoro; Richard Rigobert Luncht. (Org.). 100 Marcas do Rio Grande

Editora: Plural Com Inteligência Corporativa

MARQUES, G. B.; FLORIANO, G. M.; RIBEIRO, V. G.

Trabalhando com imagens: esteganografia e criptografia visual

In: Uma Introdução à Criptografia:

considerações de segurança da informação para o projeto de sistemas com requisitos de privacidade

Editora: UniRitter

MARTINS, C.H.; BANDEIRA, M. D.; CAPUTO, P. M.

Condição de vida das mulheres e desigualdades de gênero no Rio Grande do Sul

In: Estudos das condições das mulheres e das desigualdades de gênero existentes no estado do Rio Grande do Sul. Clítia Backx Martins; Ariane Leitão; Gabriele dos Anjos; Irene Maria Sassi Galiuzzi; Marilene Dias Bandeira; Paula Maria Caputo. (Org.), 2014.

Link: http://www.fee.rs.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/20140325joined_document.pdf

MOLINA, V. A. F.; QUEIROZ, A.; FAVARO, J. E.

Indústrias criativas: panorama do mercado de trabalho na área de comunicação, um estudo comparado cone Sul e Moçambique. Interfaces da Lusofonia.

In: In: Martins, L.M.; Cabecinhas, R.; Macedo, L.; & Macedo, I.. (Org.)

Editora: 1ed.Braga: Universidade do Minho, 2014,

PASTORE, R.

A História do Varejo no Brasil. Marketing no Brasil. Introdução e Desenvolvimento dos Anos 1950 aos Dias de Hoje.

In: In: Francisco Gracioso; Laura Galucci. (Org.).

Editora: 01ed.Sao Paulo: , 2014, v.

PASTORE, R.

Packging and point of sale. A Influência da Embalagem no Ponto-de-Venda: Atributos Decisivos em Estratégias Vencedoras.

In: In: Assunta Camilo. (Org.).

Editora: 001ed.: , 2014, v. 01,

PEREIRA, C. A. M.; ASSIS, F.; ANTONIOLI, M. E.

Jornalismo em novos tempos: uma discussão sobre o ensino

In: Desafios do jornalismo: novas demandas e formação profissional.

Editora: Appris

PINTO, M. L.

Um olhar sobre a 'pobreza': percepções e significados.

In: Maria Elizabeth Goidanich; Solange Mezabarba. (Org.). Etnografias Possíveis: experiências etnográficas sobre o consumo no ambiente urbano - Editora: Ponteio

PRADO, M. P.

Webjornalismo hiperlocal e geolocalizado emerge na mobilidade da "informação aumentada". Desafios do jornalismo: novas demandas e formação profissional.

In: In: PEREIRA, C. A. M.; ASSIS, F.; ANTONIOLI, M. E. (Org.)

Editora: 1ed.Curitiba: Appris, 2014, v. 1

RAVAZZOLO, Â.

A história produzida por jornalistas:
práticas e teorias

In: Carlos Alberto Messeder Pereira; Francisco
de Assis; Maria Elisabete Antonioli. (Orgs.).

Desafios do Jornalismo - novas demandas e
formação profissional. 1ªed.

Editora: Editora Appris

RIBEIRO, V. G.; ZABADAL, J.

Criptografia: visão geral.

In: Uma Introdução à Criptografia:

considerações de segurança da informação
para o projeto de sistemas com requisitos de
privacidade

Editora: UniRitter

RIBEIRO, V. G.; ZABADAL, J.

Introdução à Criptografia de Chave Pública.

In: Uma Introdução à Criptografia:

considerações de segurança da informação
para o projeto de sistemas com requisitos
de privacidade

Editora: UniRitter

RÜCKER, J.

Por que Alice não parou mais de perguntar

In: Desafios do jornalismo: novas demandas

Editora: Appris

SACRAMENTO, I.

Quem é o autor? Dias Gomes, Aguinaldo Silva
e o conflito entre gerações no campo
da telenovela brasileira dos anos 1980

In: SACRAMENTO, I. e MATHEUS, L. (Org.).

História da comunicação: experiências
e perspectivas

Editora: Mauad

SACRAMENTO, I.; RIBEIRO, A. P. G.

A moderna telenovela brasileira

In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.;

ROXO, M.. (Org.).

Editora: Multifoco

SACRAMENTO, I.; RIBEIRO, A. P. G.;**SILVA, M. A. R.**

Os gêneros televisivos brasileiros numa
perspectiva histórica

In: RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.;

ROXO, M. (Org.). Televisão, história e gêneros

Editora: Multifoco

SANTA CRUZ, L.

O repórter como historiador do tempo presente

In: Desafios do jornalismo: novas demandas
e formação profissional

Editora: Appris

ISBN: 9788581923215

SALES, C. L. C.; GONÇALVES, L. S.;
RIBEIRO, V. G.

Introdução à Criptografia de Chave Secreta.

In: Vinicius Gadis Ribeiro.

In: Uma Introdução à Criptografia:

considerações de segurança da informação
para o projeto de sistemas com requisitos
de privacidade

Editora: UniRitter

SCHNEIDER, R.; RIBEIRO, V. G.

Aplicações da Criptografia: protocolos
criptográficos

In: Uma Introdução à Criptografia:

considerações de segurança da informação
para o projeto de sistemas com requisitos
de privacidade

Editora: UniRitter

Artigos publicados em magazines em 2014

CAMARGO, R. Z.

Um marketing para pessoas

Revista Marketing

Jul.-Ago. 2014,

CORRÊA, S. B.; PINTO, M. L.

Do asfalto para a favela e da favela para o asfalto. Circulação e vida social de móveis e eletrodomésticos

Revista Marketing

Mai.-Jun. 2014,

SOUZA, K. M.

Presença Social: o jingle e o traço identitário do Ser brasileiro – agonizam, mas não morrem

Revista Marketing

Mar.-Abr. 2014

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.



