PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO ANUAL

2015

ESPM

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

RELATÓRIO ANUAL

2015

ESPM

Relatório anual 2015 – Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação Stricto Sensu [manuscrito] / Marcos Amatucci, Liliane Matias de Almeida, Jackeline Ferreira Encarnação.
São Paulo, 2015.
88 p.: il., color., tab.

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2015.

1. Relatório 2. Anual 3. Pesquisa 4. Pós-graduação. I. Amatucci, Marcos. II. Almeida, Liliane Matias de. III. Encarnação, Jackeline Ferreira IV. Escola Superior de Propaganda e Marketing. V. Título.

Projeto gráfico, diagramação e finalização: Casa Desenho Design

SUMÁRIO

6 **Diretoria**

8 **Pró-Reitoria e Departamentos**
8 **Destaques**
9 Media Lab
12 CIBER
15 PPGCOM
17 **Departamentos**
17 Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PMDGI)
21 Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM)
25 Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (MPCC)
28 Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM)
30 ESPM Media Lab
33 Observatório de Multinacionais Brasileiras
36 Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

38 **Publicações**
38 Artigos em veículos peer-reviewed
42 Livros
43 Capítulos de livros
47 Projetos de Pesquisa
58 Artigos em magazines

60 **Bolsas e Financiamentos**
60 Recebidos
63 Concedidos

66 **Publicações de professores da ESPM de outras áreas**

72 **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 – Analista 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

Maria Aparecida da Silva - Assistente do Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

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
Vice-coordenador

Luiz Peres Neto

Marcia Perencin Tondato

Maria Aparecida Baccega – Decana

Monica Rebecca Ferrari Nunes

Rose de Melo Rocha

Silvia Borelli – Colaboradora

Tania Marcia Cesar Hoff – Coordenadora

Vander Casaqui

Simone Luci Pereira – Colaboradora

PROFESSORES DO PMDGI – MESTRADO E DOUTORADO EM GESTÃO INTERNACIONAL

Eduardo Eugênio Spers

Felipe Mendes Borini

Frederico Araujo Turolla – Vice-coordenador

George Bedinelli Rossi

Ilan Avrichir

Júlio César Bastos de Figueiredo

Manolita Correia Lima

Marcos Amatucci

Mario Henrique Ogasavara - Coordenador

Mateus Canniatti Ponchio

Thelma Valéria Rocha

Roberto Carlos Bernardes – Colaborador

Vivian Iara Strehlau

PROFESSORES DO MPCC – MESTRADO PROFISSIONAL EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Cristina Helena Pinto de Mello
Vice-coordenadora

Eduardo de Rezende Francisco

Eduardo Eugênio Spers

Fabio Mariano Borges

George Bedinelli Rossi

Luciana Florencio de Almeida

Mateus Canniatti Ponchio

Thelma Valeria Rocha

Vivian Iara Strehlau – Coordenadora

Ricardo Zagallo Camargo

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

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM (CAEPM)

DIREÇÃO

Ricardo Zagallo Camargo

PESQUISA E SUPORTE

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)

ESPM MEDIA LAB

Vinicius Andrade Pereira

Luciana Correa

Claudio Luis Cruz de Oliveira

Andre Deak Alonso

OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

Gabriel Vouga Chueke

PRÓ-REITORIA E DEPARTAMENTOS

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

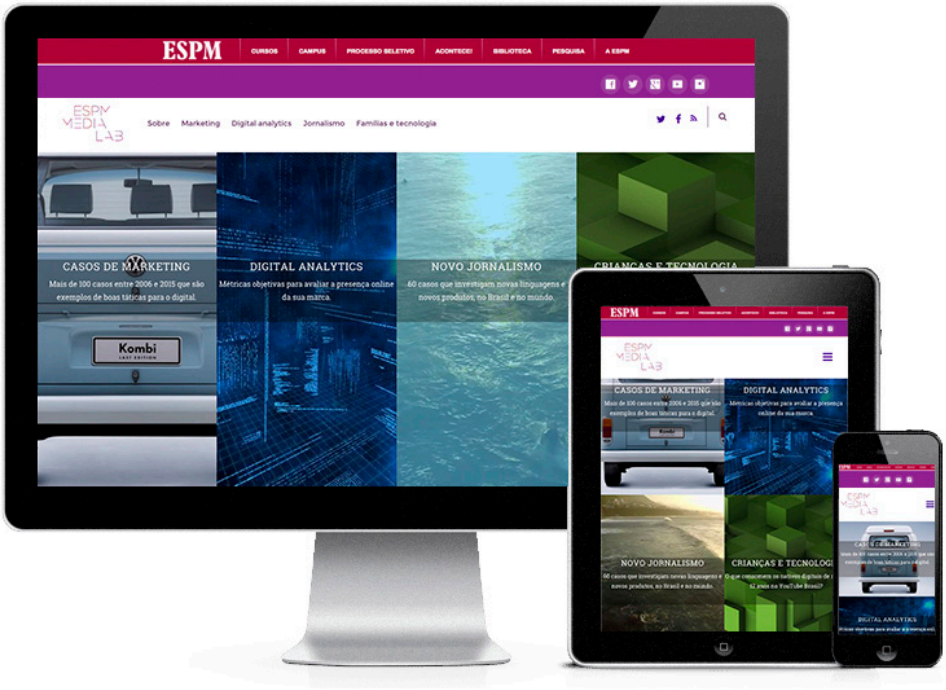
A Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu da ESPM (PRPPG) busca fomentar e sustentar a pesquisa na escola. Agrega um Escritório de Projeto aplicado à Pesquisa, que faz a ponte entre a pesquisa docente e discente e os órgãos de fomento do governo, como CAPES, CNPq, FAPESP, FAPERJ, FAPERGS e o Escritório de Desenvolvimento e Projetos (EDEP), que tem como missão o desenvolvimento institucional para construir uma rede de relacionamentos entre iniciativa privada, Alumni, governo e sociedade; e diversos núcleos de pesquisa: o ESPM Media Lab, o CAEPM, e o Observatório de Multinacionais Brasileiras. Em coordenação com as unidades locais, supervisiona 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 2015

Nas páginas a seguir, destacamos algumas pesquisas da Pró-Reitoria em 2015.

MEDIA LAB

O ESPM Media Lab oferece pesquisas próprias, que são continuas e abertas ao público e também realiza pesquisas customizadas para empresas, sempre relacionadas às quatro áreas de pesquisa do laboratório. São elas: Digital analytics, Novos meios e novas linguagens, Mídias e redes sociais e Famílias e Tecnologia. Saiba mais em: http://pesquisasmedialab.espm.br



Presença na mídia

EM 2015 HOUVE 39 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO MEDIA LAB

1/2015
Revista E-Commerce Brasil
Como as empresas estão usando o Digital Analytics (DA)
http://issuu.com/ecommercebrasil/docs/revista_fevereiro_ecbr/c/su46mro

12/04/2015
O Globo
Experiência foi testada com sucesso no carnaval

12/04/2015
O Globo
WhatsApp do GLOBO transforma leitores em coprodutores da notícia

15/04/2015
Comunique-se
Com WhastApp, O Globo quer elevar leitores a coprodutores de notícia

18/05/2015
Imasters
Criação de Valor Estratégico através de Digital Analytics
http://imasters.com.br/analytics/criacao-de-valor-estrategico-atraves-de-digital-analytics/?trace=1519021197&source=single

30/05/2015
Folha de São Paulo - Revista São Paulo
Uma marca em duas rodas
http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2015/05/1633857-bike-sampa-e-eleito-o-melhor-sistema-de-emprestimo-de-bicicletas-em-sp.shtml

31/05/2015
Folha de S. Paulo
Uma marca em duas rodas

20/06/2015
Estadão.com
Para analistas, interação reflete credibilidade

30/6/2015
Para analistas, interação reflete credibilidade
O Estado de São Paulo
Caderno de Economia
http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,para-analistas--interacao-reflete-credibilidade,1710335

13/09/2015
Estrelas mirins podem transformar a internet em primeira tela
Veja.com
http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/estrelas-mirins-podem-transformar-a-internet-em-primeira-tela

13/09/2015
Veja online
Estrelas mirins podem transformar a internet em primeira tela

17/09/2015
For Exportation
Adoniran Barbosa é tema de projeto ambicioso

22/09/2015
PropMark
Anatec organiza evento de mídia segmentada

18/10/2015
LeoVBranco
Criação de valor estratégico através de Digital Analytics

16/11/2015
Cidade do Marketing
2º Fórum Digital ESPM Media Lab

16/11/2015
Palavra Aberta
2º Fórum Digital ESPM Media Lab

17/11/2015
Publicidade mais fácil
4 regras de ouro para entender o universo das mídias sociais

17/11/2015
Jornal Dia a Dia
4 novas pesquisas serão apresentadas no 2º Fórum Digital ESPM Media Lab

19/11/2015
PropMark
ESPM realiza Fórum Digital Media Lab

24/11/2015
Ecommerce Brasil
82% dos internautas entre 9 e 12 anos usam celular

24/11/2015
Atalho Dinâmico
2º Fórum Digital ESPM Media Lab

25/11/2015
Canal Executivo
Empresas com melhor presença digital têm maior resultado financeiro

25/11/2015
Revista Publicitta
ESPM mostra que web é vital para marcas

25/11/2015
PropMark
Presença digital influencia na lucratividade das empresas

25/11/2015
Empreendedor
Empresas com melhor presença digital faturam mais

26/11/2015
IT Forum
Empresas com melhor presença digital obtém melhores resultados financeiros

26/11/2015
Portal Vila Nova Conceição
Pesquisa Comportamento Infantil no YouTube

26/11/2015
Ideias Agência Digital
Pesquisa realizada pelo ESPM Media Lab destaca quatro setores: telecomunicações, bancos, eletroeletrônicos e automobilístico.

26/11/2015
PropMark
Presença Digital Influencia na lucratividade das empresas

27/11/2015
Comunicar
Presença digital influencia na lucratividade das empresas

01/12/2015
Meio & Mensagem
ESPM Media Lab apresenta novos estudos

07/12/2015
HostNet
Aumente seu lucro com uma presença digital bem trabalhada

08/12/2015
EBC
Pesquisa mapeia comportamento infantil no Youtube

09/12/2015
Comunique-se
Pesquisa mapeia comportamento infantil no Youtube

9/12/2015
A Crítica – MS
Pesquisa mapeia comportamento infantil no YouTube

9/12/2015
Correio de Uberlândia
Pesquisa mapeia comportamento de crianças no YouTube

9/12/2015
Região Noroeste
Pesquisa mapeia comportamento infantil no YouTube

11/12/2015
TV Assembleia (SP)
Assembleia Debate - Game Manicraft er pesquisa YouTube

14/12/2015
Rádio Senado Federal
Crianças de 0 a 12 anos são responsáveis por 20 bilhões de visualizações no YouTube

CIBER

AS 10 MULTI BRASILEIRAS MAIS PROMISSORAS NO MERCADO GLOBAL

Embraer e Alpargatas estão entre as empresas que atormentam seus concorrentes estrangeiros

A quantidade de companhias nacionais com atuação em mais de 56 países chama a atenção: são cerca de 400, segundo dados do Observatório das Multinacionais Brasileiras da ESPM. Dentro deste contexto, a edição de julho da FORBES Brasil listou 10 multinacionais que prosperam no exterior, competindo de igual para igual com as gigantes mundiais. Entre elas, um dos destaques é a indústria brasileira de aeronaves Embraer. Seja por ter se reinventado totalmente após sua privatização, seja pela consolidação avassaladora com a qual avança num palco dominado por pouquíssimos personagens, a organização é um exemplo de gestão, inovação e estratégia.

As demais instituições da lista não ficam atrás em excelência. Com 12 fábricas espalhadas por Brasil e Argentina e centros de distribuição nos Estados Unidos e na Europa, a Alpargatas vende seus produtos em 116 países. Dona de grandes marcas como Havaianas, Topper e Mizuno, ela segue em crescimento, com receita líquida de R$ 948,9 milhões no primeiro trimestre de 2015. Entre as dez multinacionais estão: Embraer - fábricas nos Estados Unidos, em Portugal e na China. Alpargatas - 12 fábricas, centros de distribuição nos Estados Unidos e na Europa e 644 lojas BRF - Presença no exterior: fábricas em cinco países e 120 nações atendidas DMS Logistics - Estados Unidos, Chile, República Dominicana e Panamá Empresas Artecola - sete países (incluindo Brasil) Fibria - oito CDs em cinco países e exporta para mais de 40 nações Stefanini - unidades em cerca de 33 países JBS - 24 países Vale - cerca de 30 países WEG - 20 fábricas, espalhadas por 11 países Fonte: FORBES Brasil, 30 de julho de 2015.

Presença na mídia

EM 2015 HOUVE 19 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

30/07/2015 - SP
Jornal Empresas & Negócios
As 10 multi brasileiras mais promissoras
Link:http://www.jornalempresasenegocios.com.br/index.php/geral/1157-geral-30-07-2015

30/07/2015
Stefanini
Lista foi elaborada pela Forbes Brasil

30/07/2015
Forbes Brasil (edição impressa – matéria capa)
As 10 multi brasileiras mais promissoras no mercado global, segundo Forbes Brasil

30/07/2015
Jornal Empresas e Negócios
As 10 multi brasileiras mais promissoras no mercado global, segundo Forbes Brasil

30/07/2015
Portal Radar
As 10 multi brasileiras mais promissoras no mercado global, segundo Forbes Brasil

30/07/2015
Guia Web Notícias
As 10 multi brasileiras mais promissoras no mercado global, segundo Forbes Brasil

30/07/2015
Jornal Empresas e Negócios
Chamada evento líderes globais

31/07/2015
Jornal do Comércio
Painel Econômico - Multinacionais brasileiras

10/08/2015
Assintecal
Empresas Artecola estão entre as mais promissoras multinacionais brasileiras

11/08/2015
Arteflex Facebook
As 10 multi brasileiras mais promissoras no mercado global, segundo Forbes Brasil

13/08/2015
Arteflex Site Institucional
As 10 multi brasileiras mais promissoras no mercado global, segundo Forbes Brasil

24/08/2015
Jornal do Oeste
As 10 multi brasileiras mais promissoras no mercado global, segundo Forbes Brasil

13/09/2015 - NACIONAL
Forbes Brasil (matéria capa)
10 empresas brasileiras que fazem muito sucesso no exterior

28/09/2015 - SP
Estadão
Veja as 10 empresas brasileiras que mais fazem sucesso no exterior
Link: http://fotos.estadao.com.br/galerias/economia,veja-as-10-empresas-brasileiras-que-mais-fazem-sucesso-no-exterior,21484?startSlide=0&f=0

13/10/2015
Maxpress
ESPM realiza X Simpósio Internacional em Administração e Marketing

14/10/2015
Crazykiwi
ESPM realiza X Simpósio Internacional em Administração e Marketing

19/10/2015
Jornal Empresas e Negócios
Administração e Marketing

28/10/2015
Revista Incorporativa
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

28/10/2015
Portal Call Center
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

28/10/2015
IN - Investimentos e Notícias
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

29/10/2015
Partners - Contadores Associados
Partners - Contadores Associados

29/10/2015
JR Consulting
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

29/10/2015
Gestor Brasil
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

29/10/2015
Sancor
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

29/10/2015
Risa Contabilidade
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

29/10/2015
Escritório Regente
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

03/11/2015
ABRH Brasil (Site Institucional)
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

04/11/2015
ABRH AM (Site Institucional)
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

04/11/2015
ABRH Facebook
Brasileiros não valorizam líderes com foco em resultado e planejamento

09/11/2015
Vortice
O que os brasileiros valorizam em seus líderes?

12/11/2015
Sabe.com
Companhias Brasileiras aumentam presença no exterior - See more at: http://www.sabe.com.br/companhias-brasileiras-aumentam-presenca-no-exterior/#sthash.riSaH37D.dpuf

27/11/2015
Revista Você S.A.
Queremos meritocracia - só que não!

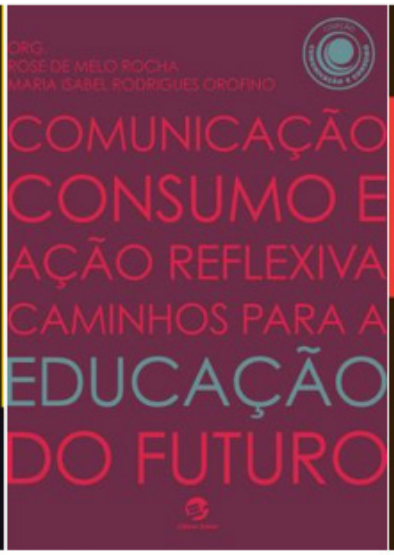
PPGCOM

ESTUDOS REALIZADOS EM PARCERIA PPGCOM

COLEÇÃO COMUNICAÇÃO E CONSUMO

O Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM), em parceria com a Editora Sulina, coordena a Coleção Comunicação e Consumo, com o objetivo de desenvolver uma linha editorial sobre as atuais problematizações do fenômeno, das culturas e da sociedade do consumo estudados a partir de enfoques comunicacionais.

O consumo, como um fato social e cultural amplo, estabelece desde a modernidade complexas relações com os meios e processos comunicacionais, informacionais e tecnológicos. Deste modo, refletir sobre a articulação entre comunicação e consumo consiste numa perspectiva fértil para o entendimento da sociedade contemporânea.



Presença na mídia

EM 2015 HOUVE 13 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO PPGCOM

19/01/2015
Refrescante
Carrascoza dará curso de Criação Publicitária para Rádio e TV na ESPM

20/01/2015
Vitrini Publicitária
Carrascoza dará curso de Criação Publicitária para Rádio e TV na ESPM

26/02/2015
Refrescante
Prof. Dr. Cesar (Zare) Ferragi conduzirá vivência em CNV com mestrandos e doutorandos do PPGCOM-ESPM

20/03/2015
Jornal Joseense News
Escritor e professor da ESPM lançará livro em Paris

08/04/2015
Contec Brasil
Não é o suporte que comanda a leitura

24/04/2015
Administradores
O espelho retrovisor: meu mestrado na ESPM

26/06/2015
Calendário Geek
Cena cosplay é tema de pesquisa e livro

10/07/2015
Valor Econômico /Coluna Blue Chip
ESPM lança livro sobre fenômeno Cosplay

21/07/2015
Dimensão Geek
Cosplay | Livro fala sobre a cena no Brasil

07/10/2015
MundoGeo
ESPM abre inscrições para mestrado e doutorado

07/10/2015
Rede Noticia
ESPM abre inscrições para mestrado e doutorado

07/10/2015
Agência Fapesp
ESPM abre inscrições para mestrado e doutorado

04/11/2015
Revista Brasileiros
"No escurinho da telinha". Entrevista da Profª Drª. Gisela Castro

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 revisas 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. Classificação no CAPES/QUALIS (2014): B3.

Periodicidade • quadrimestral
ISSN • 1980-4865
Revista eletrônica • http://internext.espm.br

MESTRADO – FORMANDOS 2015 DO PMDGI

DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS EM 2015

Antonio Carlos Lima
O papel da internacionalização na inovação das indústrias de alta tecnologia em países emergentes: o caso da Embraer
Orientador(a): Marcos Amatucci

Caio Giusti Bianchi
O papel dos mecanismos de fomento no processo de internacionalização da economia criativa no Brasil: o caso da Apex no setor de arquitetura
Orientador(a): Júlio César Figueiredo

Carlota Correia Carneiro
Os fatores influenciadores do desempenho exportador de empresas manufatureiras e sua aplicabilidade a empresas do setor de serviços
Orientador(a): Ilan Avrichir

Cintia Nunes Bragato
Mobilidade acadêmica internacional: razões da baixa mobilidade dos estudantes de colleges do Reino Unido
Orientador(a): Manolita C. Lima

Claudia Falchetti
Entendendo a vulnerabilidade do consumidor cego: traços de personalidade e adaptação ao mercado de consumo
Orientador(a): Mateus Canniatti Ponchio

Cristiane Maria de Moura Guedes
Regulação internacional de Basiléia: perspectiva co-evolutiva das regras em razão da interação entre regulador e instituição financeira
Orientador(a): Frederico Turolla

Erlana Castro Rodrigues
Global Branding Roadmap: Identificação dos fatores determinantes e proposição de um modelo conceitual para a gestão estratégica de marcas em âmbito global
Orientador(a): George Rossi

Franklin de Souza Meirelles
A influência do país de origem na escolha de marcas desconhecidas. Uma investigação sobre os atributos de marca de materiais esportivos
Orientador(a): Vivian Strehlau

Juliana Chini
Influência do atributo de sinal e a disposição a pagar pela carne bovina produzida a pasto
Orientador(a): Eduardo Eugênio Spers

Michele Correa Lima Leal
A influência do efeito país de origem na escolha do destino para realização de intercâmbio estudantil
Orientador(a): Vivian Strehlau

Monique Fernandes Aragão Goncalves
Fatores influenciadores na decisão de internacionalização de um banco estatal: o caso da aquisição de um banco argentino pelo Banco do Brasil
Orientador(a): Frederico Turolla

Osmar Rezende de Abreu Pastore
Internacionalização de empresas: um estudo sobre as influências das consultorias de gestão
Orientador(a): George Rossi

Pierre Ribeiro De Siqueira
Os motivos do desinvestimento das subsidiárias de empresas multinacionais de saneamento no Brasil
Orientador(a): Mario Henrique Ogasavara

Renata Pozelli Sabio
A intenção de adoção com base na origem e seu contexto no processo de escolha por café
Orientador(a): Eduardo Spers

Renato Márcio Bulgarão
Processo de entrada de instituições de ensico superior para o brasil: o caso da laureate international universities
Orientador(a): George Rossi

Professores e executivos convidados

Romie Littrell - Auckland University of Tecnology

Maira Habimorad - CEO da Cia de Talentos e VP do Grupo DMRH

Sérgio Fajerman - Diretor de Gestão Corporativa de Pessoas do Itaú

Marcelo Sartori - Diretor de Rh da PwC Brasil

Suzana Fontenelle - Euromonitor

Somanath Lahriri - Illinois State University

Márcio Ribeiro Fonseca - Mestre pelo PMDGI

José Afonso Mazzon - FEA-USP

Henrique da Silva Ribeiro - ESPM

Mitizy Olive Kuperman - Visibilità

Thomas Först - Diretor - Swiss Business Hub Brazil - Switzerland Global Enterprise

Eduardo Espínola Cataldi - VP of Finance Latin America, INGENICO

Reynaldo Passanezi Filho - Presidente, CTEEP Transmissão Paulista

Maira Habimorad - CEO da Cia de Talentos e VP do Grupo DMRH

Sérgio Fajerman - Diretor de Gestão Corporativa de Pessoas do Itaú

Marcelo Sartori - Diretor de Recursos Humanos da PwC

Mônica Herrero - CEO, Stefanini Brasil

Luis Afonso Fernandes Lima
Diretor Presidente, SOBEET – Sociedade Brasileira das Empresas Transnacionais e da Globalização Econômica

Ian Michael - Zayed University, Emirados Árabes Unidos

Melodena Balakrishnan - University of Wollongong, Austrália

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Aula inaugural	Aula de integração para os estudantes ingressantes em 2015 do PMDGI	Apresentação do funcionamento do programa de mestrado e doutorado aos alunos ingressantes. Incluiu palestra sobre a plataforma Lattes e o programa EndNote	10/02/2015
Palestra	Country of Origin: Branding	Palestra com os professores Ian Michael (Zayed University) e Melodena Balakrishnan (University of Wollongong)	09/03/2015
Palestra	O papel estratégico da Comunicação Interna	Promovida pelo PMDGI em parceria com a SWISSCAM	19/03/2015
Aula Magna	Tendências e perspectivas no estudo do comportamento do consumidor	Proferida pelo Prof. José Afonso Mazzon da FEA-USP. Aula magna PMDGI em conjunto com MPCC, marcando a abertura do Mestrado Profissional Comportamento do Consumidor.	09/04/2015
Palestra	Construção da Carreira Docente	Proferida pelos professores: Frederico Turolla, Mário Ogasavara e Thelma Rocha, com o objetivo de orientar sobre a carreira docente	17/07/2015
Seminário	Internacionalização de empresas e a manutenção de filiais no exterior	Seminário Internews que teve como palestrantes do PMDGI os professores: Thelma Valéria Rocha e Frederico Turolla, o pesquisador Gabriel Vouga e os alunos: Monique Aragão, mestre pelo PMDGI e o mestrando Jorge Santos Filho.	23/07/2015
Disciplina	International strategy and emerging markets	Ministrada pelo Prof. Somnath Lahiri da Illinois State University	03 a 07/08 2015
Encontro	IV Encontro de Dissertações do PMDGI	Objetivo de apresentar os trabalhos desenvolvidos pelos alunos de mestrado que defenderam suas dissertações em 2015 no PMDGI	12/08/2015
Palestra	Plano Diretor Acadêmico e as ações atuais da Vice-Presidência Acadêmica da ESPM	Palestra com o Prof. Alexandre Gracioso sobre o plano diretor da ESPM	14/09/2015
Palestra	EUROMONITOR: base de dados e pesquisas em países emergentes	Palestrante: Suzana Fontenelle (Academics Account Manager & Business Development, Euromonitor), com o objetivo de apresentar dados sobre o uso da base de dados Euromonitor para pesquisas em países emergentes	26/08/2015
Workshop	I Workshop do processo seletivo 2016	Apresentar informações e os eixos de pesquisa do PMDGI para os futuros candidatos ingressantes do PMDGI	30/09/2015
Workshop	Workshop de filosofia da ciência 2015	Refletir sobre aspectos metodológicos e de filosofia da ciência, com o Professor Marcos Amatucci	16/10/2015
Simpósio	X Simpósio Internacional de Administração e Marketing da ESPM: Competitividade e cultura nos países emergentes	Tratar sobre a temática da competividade e a cultura em países emergentes	19/10/2015
Fórum	Fórum de Líderes Globais	Tratar sobre pesquisas e experiências de empresas multinacionais	19/10/2015
Palestra	Cultural diferences in internacional business	Com o Prof. Romie Littrell da Auckland University of Tecnology	20/10/2015
Workshop	II Workshop do processo seletivo 2016	Apresentar informações e os eixos de pesquisa do PMDGI para os futuros candidatos ingressantes do PMDGI	30/10/2015
Defesa dissertação	50ª Defesa de Dissertação do PMDGI	Marca comemorativa da 50ª defesa de dissertação de mestrado do PMDGI	12/11/2015

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 bilíngue (português/inglês) de todos os artigos publicados. É indexada em bases de dados nacionais e internacionais, tais como: REVCOM - UNIVERCIENCIA - 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 2015 DO PPGCOM

DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS EM 2015

Danilo Postinguel
Homem-homem, homem com H e homem-imagem: Masculinidades midiáticas nas culturas do consumo
Orientador(a): Rose de Melo Rocha

Fernando Jose Sousa da Silva
O balançar da Rede: turismo comunitário da Rede Tucum no Facebook
Orientador(a): Gisela Castro

Heloisa Kazuko Omine
Estratégias de produção comunicacional no ambiente de lojas de atacado fast fashion – A narrativa visual para o consumo no Megapolo Moda
Orientador(a): João Anzanello Carrascoza

Livia Cretaz
Vilania e homossexualidade: o personagem Félix Khoury da telenovela Amor à vida nas leituras da comunidade LGBT na cidade de SP
Orientador(a): Isabel Orofino

Luciana Corrêa
Eu tenho "insta"; Infâncias, consumo e redes sociais: os usos e apropriações do aplicativo Instagram por crianças na cidade de São Paulo
Orientador(a): Isabel Orofino

Marcela Bezelga Francfort Ankerkrone
Consumo de moda e representações midiáticas na telenovela: a construção da identidade da mulher plus size
Orientador(a): Marcia Perencin Tondato

Maria Neusa dos Santos
Comunicação, consumo e religião: Narrativas de peregrinos sobre o consumo moral da fé no Santuário de Santa Paulina
Orientador(a): Luiz Peres Neto

Penelope Maria Melo e Lira
A festa de casamento contemporânea como ritual do consumo e da memória: uma análise das imagens da festa no Instagram
Orientador(a): Monica R. F. Nunes

Raquel Duarte Hadler
Ética, comunicação e consumo: O slow food como forma de comunicar uma vida boa nas culturas de consumo
Orientador(a): Luiz Peres Neto

Rodrigo Costa Maceira
Videorrelato: outra cena de enunciação para a guerrilha publicitária – Risco e recuperação na busca de uma poética para o consumo
Orientador(a): João Anzanello Carrascoza

Vera da Cunha Pasqualin
Comunicação, consumo e memória: uma escuta sobre as narrativas radiofônicas de José Medina na década de 1940
Orientador(a): Monica R. F. Nunes

Wagner Alexandre Silva
Comunicação, consumo e colecionismo: produção de memórias e práticas identitárias do fã-colecionador de estátuas e dioramas bishoujo
Orientador(a): Monica R. F. Nunes

Professores e executivos convidados

Dr. José Luiz Aidar Prado – PPGCOS PUC-SP

Dr. Cesar Alves Ferragi – ESPM-SP

Dr. Dominik Bartmanski – Technische Universität Berlin - Alemanha

Dr. Oscar Aguilera Ruiz – Universidade Católica del Maule – Chile

Drª Regina Rosetti – PPGCOM USCS-SP

Drª Isabel Ferin Cunha – Universidade de Coimbra - Portugal

Drª Maria Cristina Mendes da Ponte Universidade Nova de Lisboa - Portugal

Dr. José Alberto Simões - Universidade Nova de Lisboa - Portugal

Drª Fernanda Bruno - ECO-pós UFRJ

Dr. Lucio Agra - PUC-SP

Drª Jerusa Pires Ferreira - PPGCOS PUC-SP

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Abertura de Semestre	Boas vindas	Tânia Hoff, coordenadora do PPGCOM ESPM, deu boas vindas ao corpo docente e discente, mestrandos e doutorandos, nas atividades de Abertura do Semestre Letivo.	Fevereiro
Aula Magna	Comunicação e sexualidades	O prof. Dr. José Luiz Aidar Prado (PPGCOS PUC-SP) proferiu a palestra "Comunicação e relação sexual: do dispositivo convocador da alma gêmea ao dois do acontecimento amoroso", como parte integrante das atividades da Semana de Abertura do Semestre.	Fevereiro
Aula Aberta	Comunicação e violência	A Semana de Abertura do PPGCOM ESPM encerrou-se com a aula aberta "Fundamentos e vivências em comunicação não-violenta", ministrada pelo prof. Dr. Cesar Alves Ferragi (International Christian University/Tóquio- Japão, e docente da graduação ESPM-SP).	Fevereiro
Palestra	Comunicação e cultura	O prof. Dr. Dominik Bartmanski (Center for Cultural Sociology/ Universidade de Yale-EUA e Technische Universität Berlin-Alemanha) visitou o PPGCOM-ESPM e proferiu a palestra "Culture and icons: discussing materiality in urban spaces", encontro integrante da atividade compartilhada pelos PPGCOMs ESPM e UNIP.	Abril
Palestra	Comunicação, consumo e movimentos juvenis	O prof. Dr. Oscar Aguilera Ruiz (Universidade Católica del Maule – Chile) visitou o PPGCOM a convite do GP JUVENÁLIA -Culturas Juvenis: Comunicação, Imagem, Política e Consumo, proferiu palestra sobre política e ativismo juvenil no Chile contemporâneo e lançou o livro de sua autoria "Geraciones: movimentos juveniles, politicas de la identidad y disputas por la visibilidade en el Chile neoliberal".	Abril
Palestra	Comunicação e memória	A profª Drª Regina Rosetti (PPGCOM USCS) visitou o PPGCOM ESPM e proferiu a palestra "Comunicação e memória no pensamento de Henri Bergson", organizada pelo GP Memória, Comunicação e Consumo.	Agosto
2º Encontro Binacional Brasil-Portugal, COMUNICON 2015	Comunicação e consumo	O 2º Encontro Binacional Brasil-Portugal, evento integrante do Comunicon 2015, contou com a presença dos professores portugueses: Drª Isabel Ferin Cunha (Universidade de Coimbra); Drª Maria Cristina Mendes da Ponte (Universidade Nova de Lisboa); e Dr. José Alberto Simões (Universidade Nova de Lisboa).	Outubro
Abertura dos encontros de GTs - COMUNICON 2015	Comunicação e consumo	A profª Drª Josimey Costa (Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, Departamento de Comunicação Social-UFRN) proferiu a palestra intitulada "Meu nome é meme! (Re)conhecimento, trabalho e mundo da vida", na cerimônia de abertura do 5º Encontro de GTs (pós graduação) e o 1º. Encontro de GTs (graduação).	Outubro
Minicurso	Comunicação e política	A profª Drª Isabel Ferin Cunha (Universidade de Coimbra e Faculdade de Letras/Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação) realizou o minicurso "Qualidade da Democracia e Corrupção Política: desafios metodológicos de um projeto sobre cobertura jornalística" para a comunidade ESPM e demais interessados.	Outubro
Palestra	Comunicação e vigilância	A profª Drª Fernanda Bruno (ECO-pós UFRJ) proferiu a palestra "Estéticas da Vigilância: do vestígio ao big data", evento que compõe o I Ciclo de Seminários do GP Comunicação, Discursos e Biopolíticas do Consumo.	Outubro
Atividade compartilhada	Comunicação, linguagem e memória	Os professores doutores Lucio Agra e Jerusa Pires Ferreira (PUC-SP) participaram do evento "Os achados de Paul Zumthor: Ressonâncias", realizado no PPGCOM ESPM. O encontro, realizado entre os dias 23 e 25 de novembro, integra as atividades do "Simpósio Evocando Paul Zumthor, fruto da parceria entre os GPs: Memória, Comunicação e Consumo (MNEMON-ESPM); Centro de Estudos da Oralidade (CEO-PUC) e Centro de Estudos em Música e Mídia (MusiMid-UNIP).	Novembro

MESTRADO PROFISSIONAL EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

O Programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (MPCC) tem como objetivo principal formar profissionais capacitados a compreender o papel do consumo e dos consumidores na sociedade contemporânea, destacando seus fundamentos sociais e culturais com o intuito de contribuir para o aumento da competitividade das organizações e melhoria do bem estar coletivo.

SÃO DOIS OS OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Desenvolver habilidades na interpretação, análise e avaliação das decisões do consumidor.
- Promover a verticalização do saber sobre as relações marketing/consumo visando preparar profissionais para atuar nas áreas de marketing e consumo com a aplicação dos conhecimentos em situações de mercado, bem como em pesquisa.

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Comportamento do Consumidor é um recorte da área de administração que se preocupa com questões oriundas do marketing, em especial no tocante ao consumidor. Esta envolve questões aplicadas conceituais e metodológicas relacionadas ao estudo do consumidor, das características culturais, sociais, econômicas, políticas e demográficas que impactam nas práticas de consumo.

O MPCC possui duas linhas de pesquisa: Comportamento do Consumidor e Inteligência de Mercado

Professores e executivos convidados

José Afonso Mazzon – USP

Vanessa Clarizia Marchesin – ESPM

Viviane Moura Rocha – FGV-EAESP

Fabiano Rodrigues – ESPM

Eduardo Bonilha – Professor da FIA, ex-executivo de CRM da Saraiva, e ex-consultor da Peppers & Rogers Consultoria de CRM

Fulvio Siciliano – Senior Application Consultant – Dynamic Systems Inc

Darlan Moraes Jr – Country Manager SOLOMOTO

Suzana Bandeira – Múltipla Desenvolvimento de Pessoas e Organizações

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Aula magna	Tendências e perspectivas no estudo do comportamento do consumidor	Apresentou e discutiu novas perspectivas no estudo do comportamento do consumidor	09/04/2015
1º. Encontro Academia-Mercado	Netativismo: consumidores contra marcas e propaganda. Como lidar?	Palestra do prof. Fabio Mariano para profissionais do mercado com o objetivo de trazer a pesquisa para o âmbito empresarial	06/10/2015
X Simpósio Internacional de Administração e Marketing da ESPM	Painel: Cultura e marketing	O painel tem o objetivo de discutir sobre a cultura como um dos elementos influenciadores do consumo e da compra bem como aspectos característicos desses mercados, sempre na perspectiva de brasileiros com grande experiência nesses mercados.	19/10/2015
Workshop	I Workshop do processo seletivo 2016	Apresentar informações e os eixos de estudo do MPCC para os futuros candidatos ingressantes do MPCC	26/11/2015

Evolução do Processo Seletivo

Evolução Processo Seletivo PMDGI

PMDGI (20 vagas mestrado/ 10 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	M	D	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	18	26
Finalizaram o processo seletivo	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-	26	-	26	-	27	-	21	14	19	18	14	18
Matriculados	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	11	-	14	-	14	-	18	12	15	13	13	14

Evolução Processo Seletivo PPGCOM

PMDGI (20 vagas mestrado/ 8 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	M	D	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	28	21
Finalizaram o processo seletivo	24	-	20	-	15	-	15	-	19	-	23	-	13	-	19	10	19	7	25	12	14	10
Matriculados	13	-	16	-	12	-	15	-	15	-	14	-	12	-	13	5	15	6	18	8	14	8

Evolução Processo Seletivo MPCC

MPCC (20 vagas mestrado)	2015	2016
	M	M
Inscritos	41	54
Finalizaram o processo seletivo	18	26
Matriculados	13	25

Desempenho – Nota Capes dos programas nos triênios

	2004-2006	2007-2009	2010-2012	2013-2016
PPGCOM	3	4	4	Próxima avaliação
PMDGI	-	3	4	Próxima avaliação
MPCC	-	-	-	3

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

Não houve convidado para o ano de 2015.

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Marque Pays: Quel Avantage Compétitif?	Marca-País	Participação do Centro de Altos Estudos (CAEPM), Instituto Cultural ESPM e PMDGI em evento promovido pela Cátedra "Globalização e Mundo Emergente" FIESP-Sorbonne, que reuniu acadêmicos e executivos brasileiros e franceses para discutir a relação entre Marca-País e competitividade na Universidade Paris 1.	Mar/2015
Pensamento ESPM	Consumo	Evento de lançamento da plataforma Pensamento ESPM/Consumo. Gravado nos estúdios da ESPM, contou convidada Isleide Fontenelle (FGV) e representantes dos cursos da ESPM relacionados a consumo. Link: http://media.espm.br/category/Altos+Estudos+%7C+CAEPM%3E Pensamento+ESPM_Consumo/41978811	Set/2015
Conexão Lusófona	Lusofonia	Debate realizado na ESPM-SP e ESPM Rio apresentando a ONG Conexão Lusófona e as oportunidades aos jovens universitários no âmbito da Comunidade de Países de Língua Portuguesa. Links: http://www.conexaolusofona.org/ http://www.cplp.org/	Jun/2015
I Encontro de Paradesporto e Marketing	Paradesporto e marketing	O evento que reuniu líderes do paradesporto para debater, por meio de apresentações, palestras e cases, as oportunidades de sinergia entre marketing e o universo do paradesporto. Link: http://www2.espm.br/paradesporto	Out/2015

ESPM MEDIA LAB

O ESPM Media Lab é um laboratório e observatório que investiga, por meio de pesquisas básicas e aplicadas, as principais transformações na comunicação contemporânea e na cultura digital, com foco nos M.E.D.I.A. (Mídias, Entretenimento, Design, Informação e Artes). É um espaço produtor de estudos originais para diferentes segmentos da sociedade e um polo difusor de conhecimento que aproxima os universos acadêmico e mercadológico.

O laboratório é operado por pesquisadores, Mestre e Doutores, efetivos e associados, alunos do mestrado, pós graduação e da graduação, contando com estrutura administrativa da ESPM. Fica sob a gestão direta do Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação stricto sensu, Prof. Dr. Marcos Amatucci, e tem como diretor o Prof. Dr. Vinícius Andrade Pereira.

ÁREAS DE PESQUISAS:

DIGITAL ANALYTICS

De uma maneira geral, essa área acolhe pesquisas que investigam relações entre dados digitais e significados que possam servir como conhecimento para otimizar planejamentos estratégicos, gestões de operações, ações de marketing etc. De modo mais específico, é uma área dedicada a pesquisar como as empresas conseguem obter vantagem competitiva a partir da análise das relações entre suas presenças digitais e as interações com os seu público e seu consumidor.

NOVOS MEIOS E NOVAS LINGUAGENS

Esse núcleo é destinado a pesquisar e investigar linguagens e meios emergentes, a partir das inovações e usos tecnológicos feitos por diferentes públicos, no campo das práticas de comunicação contemporâneas. Busca-se, especificamente, explorar arranjos e ambientes midiáticos (Pereira, 2009) originais, as características principais das suas dinâmicas, bem como seus efeitos sobre a cultura e a o mercado.

MÍDIAS E REDES SOCIAIS

Essa área se dedica a pesquisar e investigar as chamadas redes e mídias sociais, compreendidas como os espaços digitais de sociabilidade como o Facebook, o Twitter, Instagram, YouTube e afins. O objetivo maior deste núcleo de pesquisa é compreender as lógicas, práticas e características das dinâmicas sociais e comunicacionais nos diferentes espaços digitais que reúnem diferentes públicos, marcas e instituições, oferecendo à sociedade como um todo, e ao mercado, em particular, significados e sentidos originais que emergem a partir da análise das redes sociais.

FAMÍLIAS E TECNOLOGIA

Esse núcleo se dedica às investigações das relações familiares e o consumo de tecnologia, passando por diversos suportes tecnológicos, como tablets, smartphones, laptops etc, assim como por conteúdos variados, como games e aplicativos, até sites de redes sociais como o Facebook, o Twitter, o Instagram. Os estudos exploram dinâmicas sociais e comunicacionais que o universo digital proporciona, considerando implicações no desenvolvimento cognitivo e social de crianças e adolescentes, assim como possíveis impactos nas dinâmicas familiares, dentre outros temas.

PRODUTOS ESPM MEDIA LAB:

CURSOS
Os cursos do ESPM Media Lab são frutos das pesquisas empreendidas no laboratório e se diferenciam por abordagens inovadoras que representam o estado da arte em cada um dos segmentos estudados.

EVENTOS
Como evento principal realiza anualmente o Fórum Digital ESPM Media Lab, no qual academia e mercado dialogam em torno de temas emergentes relacionados ao universo digital.

PESQUISAS
O ESPM Media Lab realiza pesquisas próprias, que são contínuas e abertas ao público, mas também realiza pesquisas customizadas para empresas, sempre relacionadas às quatro áreas de pesquisa do laboratório.

Professores e executivos convidados

Alexandre Morais – Gerente Geral
Sizmek Brasil

Caio Túlio Costa
Jornalista e Professor da ESPM

Caroline Teófilo da Silva – Segurança da Informação e Resposta a Incidentes – Patricia Peck Pinheiro Advogados

Cristiane Camargo
Diretora Executiva – IAB Brasil

Elisa Pequini
Cofundadora e Diretora de Estratégias de Mídias Sociais – Social Tailors

Fabio Senne – Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação na Nic.br

Giovanni Rivetti – CEO e Cofundador da New Content

Inês Lima – Inovação da New Content

Leandro Fujita – Leo Brunett, Diretor de Mídia Digital e Business Intelligence

Marcelo Coutinho – FGV, Pesquisador Associado ESPM Media Lab

Patrícia Blanco – Presidente Executiva
Instituto Palavra Aberta

Patricia Garrido – Insights & Analytics | Consumer Connections – AOL/Microsoft Brasil e presidente do Comitê de Métricas do IAB Brasil

Rodrigo Moretz – Head de Marketing Digital e Inovação para América Latina – Unilever

Rodrigo Nejm – Diretor de Educação
SaferNet Brasil

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
24º COMPOS	Comunicação	Encontro Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação. O pesquisador Vinícius Andrade Pereira apresentou o artigo "Como antecipar os efeitos de uma tecnologia? Um modelo exploratório inspirado na Nova Ciência de McLuhan e aplicado ao Facebook", dentro do GT Comunicação e Cibercultura.	Junho/2015
12th International conference on e-business	E-business	Congresso internacional realizado em Colmar na França que reúne pesquisadores de e-business. Neste evento, o pesquisador Claudio Oliveira apresentou o artigo sobre o Índice de Presença Digital dos bancos brasileiros e foi chair numa das sessões.	Jul/2015
Comunicon 2015	Comunicação	Congresso Comunicon 2015 realizado na ESPM-SP, com promoção do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo. Neste evento a pesquisadora Luciana Corrêa apresentou o artigo sobre o consumo de YouTube por crianças, como foco o tema do jogo Minecraft.	5, 6 e 7 de outubro de 2015
ANATEC	Comunicação	12º Seminário ANATEC de Mídia Segmentada Neste evento o pesquisador André Deak realizou a palestra: "Jornalismo e narrativas contemporâneas".	Outubro 2015

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.

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: o que esperamos de nossos líderes - orquestrando pessoas num mundo global;
- Workshop sobre pesquisa colaborativa para professores e alunos do PMDGI;
- Workshop sobre diferenças culturais em negócios internacionais para professores e alunos do PMDGI;
- Atualização da plataforma de dados do Observatório de Multinacionais Brasileiras da ESPM;
- Mapeamento de novas matrizes e subsidiárias estrangeiras;
- Elaboração de curso de EAD junto ao curso de graduação em jornalismo e gerência de EAD da ESPM;
- Lançamento do curso internacional de curta duração: Inside of Brazilian Multinationals para pesquisadores e estudantes estrangeiros;
- Elaboração de versão de relatório de pesquisa sobre inovação em inglês
- Suporte a área de educação executiva para elaboração de proposta de curso Incompany para a APEX-Brasil – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos;
- Publicações em: eventos nacionais e internacionais (7), periódicos nacionais e internacionais (2), Mídia (11).

Professores e executivos convidados

Mônica Herrero – CEO Stefanini Brasil

Marcelo Sartori – Diretor de Recursos Humanos da PwC

Maira Habimorad – CEO da Cia de Talentos e VP do Grupo DMRH

Prof. Romie Littrell – Auckland University of Technology

Jae Ho Lee – CEO Grupo Ornatus

Eduardo Felix – Diretor Expansão Internacional Chilli Beans

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
Fórum de Líderes Globais	O que esperamos de nossos líderes: orquestrando pessoas num mundo global	O evento faz parte de uma iniciativa internacional de pesquisa para obter dados sobre as opiniões, atitudes, crenças e valores individuais dos lideres e liderados em vários países. No Brasil participaram do estudo mais de 1.000 executivos.	Outubro/2015
Fórum Internews	Internacionalização de empresas brasileiras e manutenção de filiais no exterior	Evento para o público empresarial visando discutir o processo de internacionalização de empresas brasileiras	Junho/2015
Academy of Management	Monitoring Brazilian FDI in Latin America	Apresentação institucional do Observatório de Multinacionais Brasileiras para a comunidade acadêmica no maior evento do mundo na área de negócios.	Agosto/2015
European Academy of Management - EIBA	Monitoring Brazilian FDI worldwide: an overview of internationalization strategies of Emerging Market Firms (a native perspective)	Apresentação institucional do Observatório de Multinacionais Brasileiras para a comunidade acadêmica no segundo maior evento do mundo na área de negócios internacionais.	Dezembro/2015

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 mantêm 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	2015
Bolsa de Mestrado – PROSUP	CAPES	19
Bolsa de Doutorado – PROSUP	CAPES	26
Programa de Apoio a Evento no Exterior – PAEX	CAPES	1
Programa de Apoio a Eventos no País – PAEP	CAPES	1
Estágio Sênior	CAPES	1
Estágio pós-doutoral	CAPES	1
Bolsa de Graduação – PIBIC	CNPq	7
Ciências Humanas e Sociais Aplicadas	CNPq	3
Edital universal	CNPq	2
Bolsa de Mestrado	FAPESP	2
Bolsa de Pesquisa no Exterior	FAPESP	1
Bolsa de Pós-Doutorado	FAPESP	1
Programa Nacional de Pós-Doutorado	CAPES	2
Participação em Reunião no Exterior	FAPESP	4
Participação em Reunião no País	FAPESP	4
Organização de Reunião no País	FAPESP	1
Publicação de Livro	FAPESP	1
TOTAL		**77**

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 2015

Amatucci, M.
The world that chose the machine: an evolutionary view of the technological race in the history of the automobile.
International Journal of Automotive Technology and Management, v. 15, p. 43-62, 2015.

Avrichir, I.
Cadeias globais de valor: o que é e por que isso lhe diz respeito.
Revista da ESPM, v. 21, p. 36-45, 2015.

Avrichir, I.; Mac Lennan, M. L. F.
The Political Dynamic of Corporate Co-Evolution: Replicating and Extending a Case Study.
The Qualitative Report (Online), v. 20, p. 198-214, 2015.
http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol20/iss3/4

Barin Cruz, L.; Boehe, D. M.; Ogasavara, M. H.
CSR-based Differentiation Strategy of Export Firms From Developing Countries: An Exploratory Study of the Strategy Tripod.
Business & Society (Sage Publishers)
http://bas.sagepub.com/content/54/6/723

Bezerra, M. A. ; Borini, F. M.
The impact of social and relational contexts on innovation transfer in foreign subsidiaries.
International Journal of Learning and Intellectual Capital, v. 12, p. 2015, 2015.

Budag, F. E.; Marcelino, R. M. A.; Abrão, M. A. P.; Baccega, M. A.
Consumo e Cidadania: em perspectiva a recepção do rap da periferia paulistana.
Comunicação & Educação, Brasil, v. 20, n. 2, p. 47-55, out. 2015. ISSN 0104-6829.
http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/90478/103975
http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v20i2p47-55

Carrascoza, J. A.
A lógica produtiva da publicidade num conto de Primo Levi
Comunicação & Inovação (Online), v. 16, p. 27-40, 2015.

Carrascoza, J. A.; Hoff, T. M. C.
Ditos e não-ditos: o Brasil e as práticas de consumo nos auto-anúncios das agências de publicidade dos anos 1950
Revista Organicom, v. 22, p. 39-45, 2015.

Casaqui, V.
A construção do papel do empreendedor social: mundos possíveis, discurso e o espírito do capitalismo.
Galáxia (São Paulo, online)
http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/20109

Casaqui, V.
A invenção de um país de empreendedores sociais: Imagina na Copa e seu projeto de Brasil.
E-Compós (Brasília)
http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/1104/810

Casaqui, V.; Sinato, A.
Empreendedorismo social em perspectiva global: bem comum, trabalho e engajamento na retórica do capitalismo contemporâneo.
EPTIC (UFS)
http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/3383

Casseb, N. C. B.; Mello, C. H. P.
A inserção externa da economia brasileira a partir dos anos 1990 e os desafios da Crise.
Pesquisa & Debate
http://revistas.pucsp.br/index.php/rpe

Castro, G. G. S.
Precisamos discutir o idadismo na Comunicação
Comunicação & Educação v. 20, n. 2 (2015), p. 101 – 114.
http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/102306

Castro, G. G. S.
A vovó não é mais vovozinha: o preconceito e a nova cara da terceira idade
Revista da ESPM Ano 21, Edição 98, nº3 maio/junho 2015, p. 140 – 146.
http://revistadaespm.espm.br/?p=3575

Chueke, G. V.
Do Brasil para o mundo: por que investir no exterior?
Revista da ESPM, p. 135 - 143, 06 abr. 2015.

Chueke, G. V.; Amatucci, M.
Título do artigo: O que é bibliometria? Uma introdução ao Fórum
Revista: Internext, v.10, nº 2, 2015

Cogo, D.
Internet e redes migratórias transnacionais: narrativas da diáspora sobre o Brasil como país de imigração.
Novos Olhares. v. 4, p. 91-104, 2015.
http://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/102224

Cogo, D.; Brignol, L. D., Fragoso, S.
Práticas cotidianas de acesso às TICs - outro modo de compreender a inclusão digital.
Palabra Clave. v.15, p.131 - 155, 2015.
Disponível em: http://www.redalyc.org/pdf/649/64933878007.pdf

Cunha, R. D.; Rocha, T. V.
Export Marketing Strategy and Performance among Micro and Small Brazilian Enterprises
Advances in International Marketing (Emerald), Volume 25, p. 129-159
http://www.emeraldinsight.com/doi/book/10.1108/S1474-7979201525

El Faro, O.; Carrascoza, J. L. A.
O anúncio pautado pela imprensa: um estudo da relação entre a hipótese do Agenda-Setting e a criação de anúncios de oportunidade.
Revista Cadernos de Comunicação UFSM, v.19, n.2, p. 109-125, 2015. (Qualis B3)

Figueiredo, J. C. B.
Abordagem Sistêmica no Processo Decisório da Empresa
Revista da ESPM., v.1, p.82 - , 2015.

Hoff, T. M. C.; Carrascoza, J. A.
Ditos e não-ditos: o Brasil e as práticas de consumo nos auto-anúncios das agências de publicidade dos anos 1950
Organicom
http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/859/611

Ibusuki, U.; Bernardes, R. C.; Consoni, F.
New Brazilian automotive industrial policy: analysis of the consequences for local R&D based on new comer's strategies.
International Journal of Automotive Technology and Management, v. 15, p. 63, 2015.

Khauaja, D. M. R., Spers, E. E., Rocha Rodrigues, T.V.
A Internacionalização do Varejo Brasileiro
Revista: Revista ESPM, Volume 21, p. 112-118, 2015
http://revistadaespm.espm.br/?p=3448

Mac Lennan, M. L. F.; Avrichir, Ilan
Export performance in emerging markets: upgrading evidence from a cluster in Brazil
Internaional Journal of Business and Emerging Markets, v. 7, p. 186-202, 2015.
http://www.inderscience.com/dev/search/index.php?action=basic

Machado, D. Q.; Diniz, G. M.; Ogasavara, M. H.; Matos, F R.N.
Doing Business: Uma Análise Comparativa das Regulamentações no BRICS.
RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online)
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1415-65552015000300355&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt

Mello, C. H. P.;
Economia Comportamental
RAE
http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/economia_comportamental.pdf

Melo, P. L. R.; Borini, F. M.; Oliveira Jr, M.M.; Parente, R. C.
Internationalization of Brazilian Franchise Chains: A Comparative Study.
RAE (Impresso), v. 55, p. 258-272, 2015.

Melo, P. L. R. ; Borini, Felipe Mendes; Oliveira Jr, M.m. ; Parente, R. C.
International analysis of the countries where Brazilian franchise chains operate.
Revista de Administração (FEA-USP), v. 50, p. 26-39, 2015.

Mendes-Da-Silva, W.; Rossoni, L.; Conte, B. S.; Gattaz, C. C.; Francisco, E. R.
The impacts of fundraising periods and geographic distance on financing music production via crowdfunding in Brazil.
Journal of Cultural Economics, v. Mai 2015 (online first), p. 1-25, 2015
http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10824-015-9248-3

Moraes, S. G. ; Strehlau, V. I.; Turolla, F. A.
Academic production of Brazilian authors on internationalization: Balance of the publications in Brazil in the 21st century.
Internext (São Paulo), v.10, nº 2, 2015
http://internext.espm.br/index.php/internext/issue/view/52

Moraes, S. G.; Strehlau, V. I.; Turolla, F. A.
Produção acadêmica de autores brasileiros sobre internacionalização: balanço das publicações no Brasil no sex. XXI
Internext (São Paulo), v.10, nº 2, 2015
http://internext.espm.br/index.php/internext/article/view/297/238

Moreira, M. Z.; Ogasavara, M. H.; Pereira, M. P. F.; Moura, H. J.
Determinants of Japanese expatriation to Brazilian subsidiaries at the beginning of the 21st century.
REBRAE. Revista Brasileira de Estratégia (Eletrônica)
http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/rebrae?dd1=15079&dd99=view&dd98=pb

Novaes, V. M.; Pessôa, L. A. G. P.; Dubeux, V.; Lima, M. C.
O Espaço da Educação no Orçamento Familiar: o Caso das Famílias da Região Metropolitana do Rio de Janeiro
ADM.MADE, v. 18, p. 62-84
http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/admmade/article/view/1308/602

Nunes, M. R. F.
O estudo da prática cosplay e os métodos da História Oral: protocolos e rupturas em uma cena jovem
Comunicação & Inovação. Vol16. Série 30. p 91- 106. ISSN 1809-564X
http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2753/1670

Ogasavara, M. H.; Masiero, G.; Mota, M. O.; Souza, L.
Research on Brazilian Multinational Enterprises: Descriptive and Predictive Analyses.
Internext Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM
http://internext.espm.br/index.php/internext/article/view/302

Ogasavara, M. H.; Masiero, G.; Nabuco, P.c.
Demanda de mão de obra: emprego, desemprego e produtividade do trabalho na China.
Ensaios FEE (Impresso)
http://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/view/3043

Oliveira, C. L. C.; Laurindo, F. J. B.
Strategy and the internet: case studies in Brazilian companies.
Prod., São Paulo, 2015.
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132015005060212&lng=pt&nrm=iso
http://dx.doi.org/10.1590/0103-6513.060212.

Oliveira, M. C. J.; Spers, E. E.; Silva, H. M. R.; Sabio, R. P.; Chini, J.
A model for sensory analysis of foods and beverages: bounded rationality, atributes and perceptions in coffee and meat.
Desafio Online, v.3, n. 1, p.908 - 929, 2015. B4
http://www.desafioonline.com.br/wp-content/uploads/artigo2-a-model-for-sensory-analysis-of-foods-and-beverages-bounded-rationality-atributes-and-perceptions-in-coffee-and-meat.pdf

Orofino, M. I. R.
O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo
Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, v. 13, p. 369-381, 2015.

Pereira, S. L.
Consumo e escuta musical, identidades, alteridades - reflexões em torno do circuito musical "latino" em São Paulo/Brasil
Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación (CIESPAL-Equador), n.128, jul/set 2015.

Pereira, S. L.; Borelli, S. S.
Música "alternativa" na Vila Madalena: práticas musicais juvenis na cidade
Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos (Unisinos), Volume 17, N.3, Dez/2015.

Rocha, R. L. M.; Liesenberg, S.
O olho sensível: (est)éticas do visível e políticas de visibilidade
E-Compós, v. 18, nº 3, 2015

Rocha, R. M.; Pereira, S. L.; Silva, J. C.
Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periférico
Galáxia (dezembro de 2015)

Rocha, R. L. M.; Rezende, A.b.; Pereira, S. L.
Não é apenas sobre o funk ostentação: narrativas midiáticas e experiências do sensível em cotidianos de vulnerabilidade
Revista LOGOS, v. 22, nº 2, 2015

Rocha, R. M.; Silva, J. C.; Pereira, S. L.
Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periféricos.
Galaxia (São Paulo, Online), n. 30, p. 99-111, dez. 2015.
http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015220453

Rocha, T. V.; Spers, E. E.; Camargo, M. A. A. P.; Khauaja, D. M. R.; Pires, D. A. M.
Estratégias de Marketing Global na Internacionalização de Franquias Brasileiras
Revista de administração da Unimep, 2015

Rocha, V. M.; Ponchio, M. C.; Francisco, E. R.
Lealdade do Consumidor e Programas de Fidelidade: uma análise topográfica do campo de conhecimento à luz da bibliometria, estatística espacial e das redes sociais
Revista de Ciências da Administração (CAD/UFSC) ISSN: 1516-3865
https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2015v17n41p09/pdf_48

Rocha, V. M.; Ponchio, M. C.; Francisco, E. R.
Lealdade do Consumidor e Programas de Fidelidade: uma análise topográfica do campo de conhecimento à luz da bibliometria, da estatística espacial e das redes sociais.
Revista de Ciências da Administração - RCA, v. 17, edição 4, p. 9-20, ISSN 2175-8077, 2015
https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2015v17n41p09/pdf_48

Strehlau, V. I.; Claro, D. P.; Laban Neto, S. A.
A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória
Revista de Administração (São Paulo)
file:///C:/Users/vstrehlau/Downloads/v501_073%20(4).pdf

Theodoro, H.; Cogo, D.
Comunicação e transgeneridade: a imagem midiática do crossdressing na experiência de Laerte Coutinho.
Temática. v.11, p.84, 2015
http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/temática/article/view/24970

Trotta, S.; Strehlau, V. I.; Turolla, F. A.
As mudanças na imagem das cidades de Curitiba e Florianópolis: um estudo sobre os reflexos da divulgação das cidades sedes para a copa do mundo da FIFA de 2014
Turismo: Visão e Ação (Online), v. 17, p. 279, 2015.
file:///C:/Users/vstrehlau/Downloads/7953-21416-1-SM%20(1).pdf

Vieira, R. C.; Lima, M. C.
Academic Ranking-From Its Genesis to Its International Expansion.
Higher Education Studies, v. 5, p. 63-72.
http://www.ccsenet.org/journal/index.php/hes/article/view/42347

Weiss. M.; Bernardes, R. C.; Consoni, F.
Cidades inteligentes como nova prática para o gerenciamento dos serviços e infraestruturas urbanos: a experiência da cidade de Porto Alegre.
Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana, v. 1, p. 1-1, 2015.

Livros

Livros publicados em 2015

Baccega, M. A. (Org)
Estudos de Comunicação e análise do discurso: teoria e prática.
São Paulo: Intermeios, 2015

Baccega, M. A (Org.)
Estudos de Comunicação e Análise do Discurso
Intermeios / apoio parcial do Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM).
http://redeintermeios.com/livros-intermeios/126-estudos-de-comunicacao-e-analise-do-discurso-teoria-e-pratica-9788584990191.html

Borelli, S. H. S.; Vazquez, M. (Org.); Unda, R. (Org.); Cubides, H. (Org.)
Juventudes latinoamericanas Prácticas socioculturales, políticas y políticas públicas.
1. ed., 2015.

Camargo, R.Z. (Org.)
Brésil: Identités Plurielles
Reedição parcial em francês da obra
Brasil: Múltiplas Identidades
Alameda Editorial (obra original)/CAEPM

Carrascoza, J. A.
Estratégias criativas da publicidade – Consumo e narrativa publicitária
Estação das Letras e Cores

Nunes, M. R. F. (Org)
Cena cosplay: comunicação, consumo, memória nas culturas juvenis
Editora Sulina

Rocha, R. M.; Peres-Neto, L. (Org.)
Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
Editora Sulina

Rocha, R. M.; Peres-Neto, L.
Memória, comunicação e consumo: Vestígios e prospecções
Editora Sulina

Spers, E. E.
Atributos agroalimentares: percepções e abordagens
Berlim: Novas Edições Acadêmicas (OmniScriptum GmbH & Co. KG), 2015, v.1. p.227.

Capítulos de livros

Capítulos de livros publicados em 2015 pelos programas

Amatucci, M.; Flaminio, F. J.
Apresentação.
In: Souza Teixeira, E. A. ; Correa, S. B.. (Org.). Economia Criativa. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2015, v. 1, p. 5-5.

Almeida, L. F.
Crédito rural no Brasil
In: ZYLBERSZTAJN, Decio ; NEVES, Marcos Fava ; CALEMAN, S. M. Q. Gestão de Sistemas de Agronegócios.
1. ed. São Paulo: Atlas, 2015. v. 1. 304p .

Anker, T.; Turolla, F. A.
Desequilíbrio econômico-financeiro em contratos de participação privada de longo prazo.
In: Carlos Ari Sundfeld; Guilherme Jardim Jurksaitis. (Org.). Contratos Públicos e Direito Administrativo.
Editora: Malheiros Editores. Página: 237-255

Baccega, M. A.
Comunicação, educação e consumo: encontros
In: Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
Editora: Sulina, Página: 21-32.

Baccega, M. A.
O Brasil antenado: a sociedade da novela
In: Ciências da Comunicação no Brasil 50 anos: Histórias para contar
Editora: Fapesp, Intercom, Unesp.
Página: 123-130

Baccega, M. A.; Tondato, M. P.; Et Al.
Fãs de telenovelas: construindo memórias – das mídias tradicionais à digitais.
In: Maria Immacolata Vassalo de Lopes. (Org.). Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira.
Editora: Sulina. Página: 65-106

Carrascoza, J. A.
Produção e consumo do não-dito: um elemento estético da campanha publicitária da TV Folha.
In: Rose de Melo Rocha; Luiz Peres-Neto. (Org.). Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
Editora: Sulina. Página: 217-233

Carrascoza, J. A.
As flores vencem o canhão
In: Carlos Eduardo Lins da Silva; José Marques de Melo; Maria Cristina Gobbi; Osvando J. de Moraes. (Org.). Ciências da Comunicação no Brasil 50 anos - Histórias para contar. Século XXI Empirismo crítico
Editora: Fapesp/Intercom/Unesp. Página: 63-69

Carrascoza, J. L. A.; Hoff, T.
Interação discursiva: os discursos nacional e estrangeiro em auto-anúncios de agências de propaganda no Brasil dos anos 1950.
In: Comunicação com o mercado.
Engenheiro Coelho: Unaspress, 2015.

Casaqui, V.
The players of the Brazilian football team as a model of culture: life stories mediated by television news.
In: Héctor Fernández L'Hoeste; Robert McKee Irwin; Juan Poblete. (orgs.). Sports and Nationalism in Latin/o America.
Editora: New York: Palgrave Macmillan. Página: 109-124.

Casaqui, V.
Comunicação, cultura, cibercultura: o estudo das mídias no compasso das transformações sociais e tecnológicas.
In: Carlos Eduardo Lins da Silva; José Marques de Melo; Maria Cristina Gobbi; Osvando J. de Morais (orgs.). Ciências da Comunicação no Brasil 50 anos: Histórias para contar.
Volume III - Século XXI: Empirismo Crítico.
Editora: São Paulo: Fapesp / Intercom / Unesp / ECA-USP. Página: 47-54.

Casaqui, V.
Empreendedorismo social: narrativas de vida, presença midiática e projetos de transformação - notas de pesquisa.
In: Rose de Melo Rocha; Luiz Peres-Neto (orgs.). Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
Editora: Porto Alegre: Sulina. Página: 255-271.

Casaqui, V.
Verbetes: "Adorno, Theodor" e "Coca-Colonization".
In: Daniel Thomas Cook; J. Michael Ryan (eds.). The Wiley Blackwell Encyclopedia of Consumption and Consumer Studies.
Editora: West Sussex, UK: Wiley Blackwell. Página: 1-2; 89-90.

Castro, G. G. S.
Ter clientes é para os fracos, o que importa é ter fãs!
In: Fernando Gonçalves e Antônio Luiz de Medina Filho (Orgs.). Comunicação, organizações e cultura digital
Editora: EDUERJ. Página: p. 181 – 196.

Castro, G. G. S.
O consumidor-fã nas redes sociais digitais: estratégias mercadológicas na cibercultura.
In: Francisco Romão Ferreira, Ricardo Ferreira Freitas, Shirley Donizete Prado e Maria Claudia V. S. Carvalho (Orgs.). Consumo, comunicação e arte. (Série sabor metrópole, vol. 3)
Editora: Editora CRV, Curitiba, Brasil. Página: p. 221 – 230

Castro, G. G. S.; Sanches, T. A.
A Escola do Amor: autoajuda e religião na TV brasileira
In: Rose de Melo Rocha; Luiz Peres Neto. (Orgs.). Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
Editora: Sulina. Página: p. 145-164.

Cogo, D.
Comunicação e cultura: cenários e itinerários teórico-metodológicos dos estudos de recepção latino-americanos.
In: Abonízio, Juliana (Org.). Pesquisa e produção de conhecimento no contemporâneo: Rotinas e rupturas.
Cuiabá : Edufmt/Carlini & Caniato Editorial, 2015, P. 159-177.

Cogo, D.
Comunicação e diversidade: cenários e possibilidades da comunicação intercultural em contextos organizacionais.
In: MOURA, Claudia Peixoto de; FERRARI, Maria Aparecida (Org.). Comunicação, interculturalidade e organizações: faces e dimensões da contemporaneidade.
Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015, p. 97-116.
http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/Ebooks/ isbn_aguardando.pdf

Cogo, D.; Bernardes, M.
Juventude, sociabilidade e cidadania: consumo e usos da internet entre jovens mulheres em uma instituição de acolhimento.
In: BARBALHO, A.; MARÕPO, L. (Org.). Infância, juventude e mídia – Olhares Luso-Brasileiros.
Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora , 2015. p. 207- 231.

Dines, A.; Pinto, A. E. S.; Costa, C. T.; Silva, C. E. L.; Crescitelli, E.; Cavicchioli, G.; Sayad, J.; Tarquine, J.; Brito, J.; Figueiredo, J. C. B.; Carvalho Filho, L. F.; Ribeiro, R. J.; Gandour, R.; Camanho, R.; Civita, R.; Correa, T. S.
O Jornalista e os Números
In: Uma Escola de Jornalismo para o Futuro
Editora: Referência. Página: 330

Gonçalves, F.; Medina Filho, A. L; Felinto, E.; Gonçalves, F.; Maia, A.; Santos, H. M.; Tureta, C.; Medina Filho, A. L.; Rossi, G. B.; Oliveira, I. L.; Mol, V. B.; Castro, G.; Erthal, A. A.; Montardo, S. P.; Carvalho, C.; Haag, M.; Siqueira, D. C. O.; Rebello, P.
Telecomunicações e informática: fatores facilitadores à internacionalização de negócios
In: Fernando Gonçalves; Antonio Luiz de Medina Filho. (Org.). Comunicação, organizações e cultura digital
Eduerj - Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Página: p. 121-154

Hoff, T. M. C.
Consumo e biossociabilidade: regimes de visibilidade do corpo diferente.
In: SIQUEIRA, Denise (org.). A Construção Social da Emoção: corpo e produção de sentidos na Comunicação.
Editora: Sulina. Página: 139-152

Hoff, T. M. C.
Corporalidades e diferença na comunicação publicitária brasileira.
In: Garcia, E. M.; Reyes, M.; Cabrera, V. R. (coords.). Prácticas Corporales em la búsqueda da beleza.
Editora: La Cifra Editorial e Universidade Autônoma do México. Página: 203-229

Lima, M. C.; Ricobom, G.; Silva, C. C. S.
A UNILA como um projeto de universidade contra hegemônica
Editora: Centro de Estudos Sociais. ISBN: 978-989-95840-5-1. Página: 835 - 852
http://alice.ces.uc.pt/coloquio_alice/wp-content/uploads/2015/08/Livro_DD.pdf

Nunes, M. R. F.
Quem não cresceu assistindo Dragon Ball'? Consumo, memória e juventudes na cena cosplay
In: Rocha, Rose e Peres-Neto, Luiz. Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
Editora: Sulina. Página: 111-129

Nunes, M. R. F.
Cena cosplay: breves narrativas de consumo e memória pelas capitais do sudeste brasileiro
In: Nunes, Mônica R F. Cena Cosplay: Comunicação, Consumo, Memória nas Culturas Juvenis
Editora: Sulina. Página: 23 - 76

Ogasavara, M. H.; Masiero, G.
Reviewing Research of the Internationalisation of Brazilian Multinational Firms: An Analysis of the Period 2001-2012
In: Marin Marinov. (Org.). Experiences of Emerging Economy Firms
Editora: Palgrave Macmillan. Página: 125-148
http://www.palgrave.com/page/detail/Experiences-of-Emerging-Economy-Firms/?sf1=barcode&st1=9781137472298

Oliveira, C. L. C.; Dubeux, V. J. C.; Pereira, V. A.
The Impact of Digital Presence on Competitive Advantage - A Study Applied to Brazilian Bank Industry
In: Proceedings of the 12th International Conference on e-Business
Editora: ScitePress - Science and Technology Publications, Ltda - Portugal. Página: pages 80-87
http://www.scitepress.org/portal/PublicationsDetail.aspx?ID=yVGchbO9uRE=&t=1

Orofino, M. I. R.
Crianças, televisão, cotidianidade: reflexões sobre a qualidade da programação da TV aberta no Brasil.
In: Rose de Melo Rocha; Luiz Peres-Neto. (Org.). Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
1ed.Porto Alegre: Sulina, 2015, v. 1, p. 133-144.

Pereira, S. L.
Temos nosso próprio tempo: memória, temporalidade, consumo e imaginários juvenis sobre a década de 1980
In: Rocha, Rose De Melo E Peres-Neto, Luiz (orgs.) Memória, Comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
Editora: Sulina. Página: 93-109

Pereira, V. A.
Episódios Midiáticos Extremos, Dinâmicas Contemporâneas de Comunicação e Pesquisas Neuromidiáticas
In: Revista Contracampo, v. 32, n. 2, ed. abril-julho ano 2015. Niterói: Contracampo, 2015.
Págs: 18-35.

Peres-Neto, L.
A comunicação da ética e dos valores institucionais: um espaço para a redenção moral na sociedade de consumo.
In: Rocha, R. M.; Peres-Neto, L. (Org.) Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
Editora: Sulina. Página: P. 273-285

Santos, M. J. M.; Spers, E. E.; Sacomano Neto, M.; Ponchio, M. C.
A imagem em Instituições de Ensino Superior
In: Gestão das instituições de ensino superior: do global ao específico
Editora: Escolar. Página: 55-78

Santos, M.; Spers, E. E.; Sacomano Neto, M.; Ponchio, M. C.
A imagem em instituições de ensino superior
In: Gestão das Instituições de Ensino Superior: do global ao específico. Organizadores: Dalila Alves Corrêa e Augusto José Mondlane.
Editora: Escolar Editora (Lisboa, Portugal).
Página: 55-78.

Spers, E. E.
Gestão estratégica
In: Cosmetologia & empreendedorismo: perspectivas para a criação de novos negócios
Editora: Pharmabooks. Página: 397-406

Spers, E. E.
Qualidade e o consumo em sistemas agroindustriais
In: Gestão de sistemas de agronegócios
Editora: Atlas. Página: 252-263

Tondato, M. P.
Cidadania e identidades nas representações discursivas dos sujeitos consumidores.
In: Rose de Melo Rocha; Luiz Peres-Neto. (Org.). Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.
Editora: Sulina. Página: 33-50.

Tondato, M. P.
Octávio da Costa Eduardo Nota metodológica sobre A aplicação das Ciências Sociais aula inaugural do Curso Intensivo de Sociologia da Vida Rural (1951)
In: José Marques de Melo e Guilherme Moreira Fernandes. (Org.). Pensamento comunicacional brasileiro: o legado das ciências humanas III - mídia e consumo.
Editora: Paulus. Página: 363-368

Tondato, M. P.; Baccega, M. A.; Orofino, M. I.; Nunes, M. R. F.; Junqueira, A. H.; Budag, F. E.; Abrao, M. A. P.; Marcelino, R. M. A.
Fãs de telenovelas: construindo memórias - das mídias tradicionais às digitais
In: Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira
Editora: Sulina, Página: 65-106

Projetos de Pesquisa Professores e Pesquisadores

Projetos de pesquisa desenvolvidos no ano de 2015

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.; 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, caracteriz 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.

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.

Araújo, L. H. S.
A contribuição de Digital Analytics para a Inteligência Competitiva – Bolsa PIC PIBIC – ESPM/CNPQ
O objetivo é traçar um comparativo da presença Digital da ESPM e de seus concorrentes, gerando parâmetros para o projeto do índice de Maturidade Digital.

Avrichir, I.
Competitividade de Indústrias Brasileiras
Esse projeto se propõe analisar os fatores que tem contribuído ou dificultado a competitividade internacional de indústrias brasileiras na exportação

Baccega, M. A.; Magno, M. I. C.; Budag, F. E.; Marcelino, R. M. A.; Abrão, M. A. P.; Mello, F. C.; Costa Rocha, C. R. N.; Dias, B. M.
Práxis cotidiana e comunicação, educação e consumo: sua presença na construção e recepção dos diálogos na teleficção e no dia a dia escolar.
Este projeto objetiva conhecer as narrativas midiáticas, de gêneros ficcional e jornalístico, num determinado período de tempo e em 2 canais de TV, que serão selecionadas de acordo com a presença predominante do tema: a práxis cotidiana na família e na escola e sua presença no diálogo que esses gêneros e seus formatos mantêm permanentemente com a sociedade, no processo de sua construção.

Bekesas, W. R.; Mader, R. V.; Riegel, V.
Consumo cultural híbrido juvenil
Problematizar o consumo cultural híbrido juvenil, concentrado nos meios digitais, articulado a contextos de cosmopolitismo. Projeto apoiado pelo Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM). Integra o projeto internacional 'Cultures juvéniles à l'ère de la globalisation', que propõe estudo comparativo sobre o cosmopolitismo estético, entre jovens da França, Canadá, Austrália e Brasil.

Bernardes, R. C.; Barbetta, V. B.; Galina, R.
Implantação e Estruturação do Núcleo de Inovação Tecnológica da FEI (NIT-FEI)
Este projeto tem por objetivo geral contribuir de forma significativa para a implantação, estruturação e capacitação do núcleo de inovação tecnológica de apoio ao Centro Universitário da FEI (NIT-FEI). Este núcleo de inovação tecnológica será responsável pela gestão de política institucional de inovação e de projetos de PD&I, proteção à propriedade intelectual e transferência de tecnologia (Proj. No. 420637/2013-3).

Bernardes, R. C.; Campos, J. B. S.; D'antone, S.; Selviaridis, K.
Compras Públicas de Inovação
A pesquisa mencionada busca entender como, ao demandar a revitalização, adaptação, transformação, modernização e nacionalização de sistemas, produtos, tecnologias e serviços, orgãos públicos geram inovação no setor de defesa, desenvolvem a industrial nacional e obtêm ganhos de produtividade. Esperamos com essa pesquisa, identificar formas de orientar as empresas sobre como se envolver nesse tipo de processo de compra, melhorar a qualidade dos serviços e produtos ofertados e reduzir os prazos de desenvolvimento dos itens. Buscaremos também avaliar, caso possível, como o processo de compra dessas inovações pode ser melhorado.

Bernardes, R. C.; Moraes, E.; Francini, W.; Sadao, E.
Capacitação de Docentes das ETECs - Centro Paula Souza
O Prêmio FEI - INOVA Paula Souza - Professor Inovador Edição 2014 visa, a partir da concessão de prêmios, a reconhecer e estimular o corpo docente pertencente às ETECs ao desenvolvimento de inovações em ensino e aprendizagem. Busca-se apreender práticas que foram realizadas ou que estão em andamento e que trouxeram mudanças, qualitativas e quantitativas, em relação às práticas anteriores. Objetiva-se valorizar as iniciativas que fizeram sentido no contexto no qual se insere tal experiência e trouxeram melhorias no ensino e aprendizagem dos alunos. Todas as experiências que na percepção dos docentes tenham promovido inovações em ensino e aprendizagem são relevantes, por mais simples que sejam, e merecem ser reconhecidas e compartilhadas. Ao final do processo de premiação, pretende-se difundir as experiências exitosas com os docentes da Rede Paula Souza por intermédio de uma capacitação.

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.; Alvarado, S. V.; Vommaro, P.; Orofino, M. I. R.; Aboboreira, A.; Vazquez, M.; Victal, M. I. F.; Unda, R.; Cubides, H.; Llobet, V.; Ospina, C.; Amador, J. C.; Silva, F. N.; Paiva, M. C. S.
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.

Borelli, S. H. S.; Rangel, L. H. V.; Oliveira, R. C. A.; Aboboreira, A.; Rocha, R. M.; Fernandes, M. I.; Silva, F. N.; Paiva, M. C. S.
Jovens/juventudes: políticas públicas e formas de participação cultural, política e comunicacional
A investigação Jovens/Juventudes: Politicas 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 politicas publicas, produção e análise audiovisual.

Borelli, S. H. S.; Vommaro, P.; Aboboreira, A.; Palermo, A. I.; Vazquez, M.; Victal, M. I. F.; Garrido, N.; Cozachcow, A.
Políticas públicas e participação juvenil no Brasil e na Argentina: inovações e apropriações
O projeto Políticas públicas e participação juvenil no Brasil e na Argentina: inovações e apropriações almeja investigar e constituir parâmetros comparativos entre Brasil e Argentina, no que diz respeito às políticas públicas de inclusão digital? para a juventude e as formas de participação e apropriações políticas e culturais por jovens nos dois países. Apresentam-se como principais objetivos: localizar políticas públicas voltadas à juventude e implantadas no Brasil a na Argentina, desde 2003; identificar as políticas públicas emergentes e inovadoras em cada um dos países, com foco para: inclusão digital, participação política e produções culturais; analisar as formas de apropriação, recepção e usos das políticas públicas por parte de seus jovens usuários; e avaliar as articulações entre os usos das redes sociais e as formas de participação juvenil.

Borges, F. M.; Blaso, V.
Net ativismo de consumidores nas redes sociais e consumo responsável
Mapeamento das manifestações de consumidores contra as empresas ou marcas, em suas diversas formas: reclamações, desabafos, denúncias, boicotes ou buycotts. A pesquisa visa compreender a natureza e as consequências desse tipo de net ativismo no consumo e sua contribuição para a formação do consumidor responsável.

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.

Borini, F. M.; Amatucci, M.; Costa, S.
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.; Rocha, T. V.; Spers, E. E.
A Internacionalização das Franquias Brasilieiras
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.

Borini, F. M.; Amatucci, M.; Turolla, F. A.; 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.

Carrascoza, J. A.
Páginas do consumo. Publicidade e narrativa ficcional
Discutir a produção do discurso publicitário (em especial, a sua poética) e o consumo (entendido como uma prática sociocultural complexa e abrangente), a partir de narrativas literárias

Casaqui, V.

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

Analisar o conceito (difuso e impreciso) de empreendedorismo social, através do estudo de narrativas de sujeitos engajados em projetos sociais, nos contextos português e brasileiro tomados de forma comparativa. Objetivos secundários:(a) Desenvolver levantamento bibliográfico das teses sobre o espírito do capitalismo e suas transformações em perspectiva histórica, a fim de situar o empreendedorismo social como expressão do capitalismo contemporâneo e de possíveis mutações em curso; (b) Compreender o momento de mutações do mundo do trabalho e os sentidos do empreendedorismo social nesse contexto, em que os vínculos laborais se transformam e a cultura empreendedora se estabelece como perspectiva e como sintoma da crise do sistema capitalista (cf. HARVEY, 2011), e da crise das identidades laborais (DUBAR, 2009).

Castro, G. G. S.

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.

Cogo, D.

Haitianos no Brasil: usos de mídias e cidadania em redes migratórias transnacionais

Esse projeto de pesquisa orienta-se à análise dos usos de mídias por imigrantes haitianos no Brasil na perspectiva de entender as repercussões da comunicação mediada na emergência, fortalecimento e inserção de redes migratórias de haitianos no país no marco da atual reconfiguração dos fluxos migratórios transnacionais contemporâneos, e de constituição do Brasil como país de imigração. Busca-se identificar as dinâmicas de consumo e usos de mídias por imigrantes haitianos estabelecidos nas regiões sul e sudeste no Brasil a fim de compreender a incidência desses usos na constituição de suas experiências de identidade e cidadania relacionadas à emergência e fortalecimento de redes migratórias transnacionais de haitianos

Corrêa, L.

Mapeamento do comportamento infantil (0-12) no YouTube Brasil 2006-2015

Esse projeto de pesquisa tem como objetivo mapear e categorizar o cenário brasileiro do YouTube Brasil, com foco na produção de conteúdo e as relações de consumo que se estabelecem nesses espaços, com foco no público infantil de zero a 12 anos.

E. R. Francisco

Modelos Preditivos de Renda e Crédito para Consumidores a partir de Dados Não-convencionais

Desenvolver modelos preditivos a partir de técnicas de análise geográfica, Estatística Espacial, Inteligência Analítica, Big Data e grandes volumes de dados

E. R. Francisco, E. R.; Diogo, A. H.; Insardi, A.; Suzuki, D. H.; Rocha, F. S.; Silva, F. F.; Catalini, G. L.; Pereira, M. G.; Silva, N. C.; Kirschner Jr., P.; Torres, R.; Gazoni, R. M.; Jonathan, S.; Silva, U. F.

Estudo para Proposição e Análise de Cenários de Composição de Bases Operacionais através de Plataforma de GeoInteligência Sistêmica

Desenvolvimento de Metodologia baseada em Big Data, Modelos de Otimização e Estatística Espacial para Proposição de Configuração Otimizada das Bases Operacionais da AES Eletropaulo mantendo ou melhorando Desempenho Operacional de seus Serviços Técnicos e Comerciais em Campo

Felerico, S.

As novas práticas de consumo alimentares femininos no século XXI.

Conhecer e avaliar os saberes alimentares das mulheres – dos 25 aos 70, classes A e B – e compreender as transformações contemporâneas nas práticas de consumo relacionadas à alimentação funcional e à construção estética corporal feminina. Continuação de pesquisa realizada em 2013-2014. Projeto apoiado pelo Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM).

Figueiredo, J. C. B.; Gondim, I. J. C.

Metodologias Ativas no Ensino de Gerenciamento de Projetos: Uma abordagem com o uso de dinâmica de sistemas e simulação

Este projeto tem como objetivo específico o desenvolvimento de uma plataforma ativa on-line de simulação baseado na metodologia de DS para uso de estudantes, pesquisadores e gestores da área de Administração envolvidos com o tema Gerenciamento de Projetos para difusão e construção do conhecimento.

Figueiredo, J. C. B.; Gondim, I. J. C.

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 foi 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.

Garcia, A. E. G.

Práticas de inteligência competitiva na região sul do Brasil

Identificar diferentes conceitos e práticas de Inteligência Competitiva aplicados pelas empresas varejistas de médio e grande porte da região sul do Brasil. Apontar diferentes conceitos e visões, práticas mais comuns, frequência com que a atividade é desenvolvida, estrutura destinada e as principais ferramentas utilizadas. Projeto apoiado pelo Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM).

Hoff, T. M. C.

Comunicação publicitária e biossociabilidade: regimes de visibilidade da diferença na sociedade de consumo.

O objetivo é analisar os modos de produção dos discursos/sentidos da diferença e seus regimes de visibilidade na comunicação publicitária brasileira nos anos 2000-2015, à luz da noção de biossociabilidade.

Holzhacker, D. O.; Coelho, D. B.
As relações entre empresas e governos no Brasil: motivações e práticas corporativas na agenda brasileira de negócios internacionais
Analisar as relações entre empresa e governos na agenda brasileira de negócios internacionais, tendo como fio condutor de reflexão as motivações e as práticas corporativas realizadas no País para influenciar a formulação e a aplicação de políticas governamentais direcionadas à internacionalização. Projeto apoiado pelo Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM).

Lima, M. C.; Checchia, C.; Contel, F. B.; Campos, G. A. G.; Ricobom, G.; Wanderley, L. S. O.; Riegel, V.; Silva, C. C. S.; Vieira, R. C.; Caletrío, J.
Mobilidade Acadêmica internacional e integração regional: um estudo na Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Investigar a mobilidade acadêmica vivenciada por professores e estudantes internacionais que buscaram na Universidade Federal da Integração Latino-Americana (Unila) a realização de um séjour de estudo e trabalho. Resgatar da vivência dessa experiência de formação os significados impressos pelos atores sociais implicados que permitam fundamentar a construção de uma rede de significados capaz de articular uma concepção renovada de universidade e uma experiência de mobilidade acadêmica qualitativa porque transformadora.

Masiero, G.; Ogasavara, M. H.; Jussani, A. C.
Cadeia global de valor do carro elétrico: principais características e oportunidades para a indústria brasileira
Os desenvolvimentos recentes dos sistemas de propulsão elétricos estão causando uma revolução nos meios de transporte urbanos. O armazenamento de energia elétrica tem sido de interesse da ciência e da tecnologia pela multiplicidade de soluções que dependem dessa função. Identificar a cadeia global de valor dos veículos leves urbanos nas versões de propulsão elétrica é o foco principal desta proposta de investigação. Além disso, prospecta-se junto a especialistas brasileiros a potencial participação do Brasil nessa cadeia em consolidação.
Ano de início: JAN/2015

Mello, C. H. P.
Desenvolvimento e Padrões de Consumo
Relacionar o crescimento econômico a padrões de consumo.

Mello, C. H. P.; Almeida, L. F.
Competição e Consumo
Estudo das estratégias competitivas de organizações rivais e o impacto na estrutura de mercado e nos hábitos de consumo. Avaliação do efeito causal do nível de competição no bem estar do consumidor nos principais mercados de bens de consumo brasileiro, principalmente no setor do agronegócio. Estudos comparativos a respeito do comportamento do consumidor frente às estratégias competitivas dos agentes econômicos e a relação com o ambiente institucional vigente em cada mercado seja nacional ou internacional. Avaliação das características idiossincráticas de cada mercado consumidor em diferentes países, à luz de uma abordagem multidisciplinar, buscando estabelecer relações causais entre sociedade, ambiente institucional e competitivo e comportamento do consumo.

Nunes, M. R. F.
Comunicação, consumo e memória: da cena cosplay a outras teatralidades juvenis
A pesquisa atual objetiva investigar as relações estabelecidas entre a cena cosplay e as cenas furry, fairy, medievalista e steampunk, coletivos juvenis que frequentam a cena cosplay e também fazem uso da performance e conferem à cidade certa teatralidade pública graças ao consumo e à circulação de formas estéticas materializadas em seus indumentos, acessórios, perucas coloridas, etc.

Ogasavara, M. H.; Masiero, G.; Borini, F. M.; Moreira, M. Z.; Cordeiro, M. B.; Souza, F. C.
Internacionalização de empresas em tempos de crise: as experiências adotadas em subsidiárias estrangeiras
Esta pesquisa tem como objetivo geral aprimorar o conhecimento do processo de internacionalização das empresas multinacionais em períodos de crises econômicas a partir do foco em operações de subsidiárias estrangeiras. Adicionalmente visa fornecer dados e informações às empresas multinacionais brasileiras (entrantes tardios) que possibilitem um maior aprendizado no que se refere flexibilidade estratégica em situações de crise nos mercados internacionais em que atuam.

Oliveira, C. L. C.
Elaboração de um Índice de Maturidade Digital a partir de Digital Analytics - Financiada pela CAEPM - ESPM
O objetivo é gerar um método para calcular a Maturidade Digital da ESPM e replicar esse método para parceiros do ESPM Media Lab

Orofino, M. I. R.; Baccega, M. A.; Tondato, M. P.; Budag, F.; Marcelino, F.; Cretaz, L.; Nunes, M. R. F.; Bastos, B. F.; Coelho, P. G. N.; Hélio, A.; Mello, F. C. C.; Barret, R. G.
A cultura do fã no contexto multimidiático contemporâneo: discursos e relações dos espaços tradicionais aos virtuais
Este projeto faz parte do projeto Obitel Nacional: A ficção televisiva brasileira transmídia no ambiente da cultura participativa. No âmbito do grupo ESPM-Obitel, o objetivo principal é estudar a trajetória e desdobramentos do universo do fã de telenovela desde o advento da televisão até o cenário contemporâneo das redes sociais virtuais. Como se tem construído a cultura do fã na ficção seriada televisiva? Quais os elementos essenciais de participação no âmbito da mídia de divulgação tradicional (impressos) e como se dá a expansão para o cenário digital, dos blogs e das redes sociais? Quais aspectos relacionais e discursivos estão em jogo?

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 a temática das relações entre mídia, consumo e direitos das crianças. O recorte teórico-metodológico deverá focar nas relações das crianças com o consumo de tecnologias, a questão dos usos sociais, do acesso e da inclusão digital.

Pereira, V. A.
Entendendo os M.E.D.I.A. – Mídias, Entretenimento, Design, Informações e Artes: As Extensões da Comunicação
A pesquisa investiga um conjunto de práticas midiáticas contemporâneas, mais especificamente um conjunto de produtos midiáticos singulares (nomeados no estudo como PMS), com o intuito de evidenciar a crescente relevância no campo da comunicação de cinco áreas de conhecimento, a saber: mídias, entretenimento, design, informação e artes, às quais se propõe nomear com o acrônimo M.E.D.I.A. A pesquisa é desenvolvida como pós-doutorado no Brown Institute for Media Innovation, na Escola de Jornalismo, da Universidade Columbia (EUA), e foi contemplada com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo.

Pereira, S. L.; Hoff, T. M. C.
Memorial do Consumo ESPM (Curadoria)
Objetivo para 2016, o Plano de ações envolve: * Captação de depoimentos sobre consumo em vários segmentos de público, como migrantes, moradores das áreas periféricas da cidade, idosos, jovens universitários; * Criação de uma Biblioteca de referência de artigos acadêmicos sobre Comunicação e Consumo. Uma reunião de textos dos professores do PPGCOM já terá sido iniciada ainda em 2015; * Montagem de Exposições artísticas/poéticas bimestrais (com professores do PPGCOM e convidados, sempre com uma ação de curadoria de conteúdos); * Ampliação do número de ensaios e crônicas, entre professores e alunos PPGCOM-ESPM e comunidade acadêmica em geral; *Formulação e Desenvolvimento de uma área do site dedicada ao tema Comunicação/Consumo e Educação, com a elaboração de Tutoriais para professores e gestores de escolas de ensino fundamental e médio com a colaboração de especialistas no tema; *Construção de parcerias com órgãos públicos e privados para captação/compartilhamento de depoimentos e materiais de acervo, tais como Museu da Imigração, Museu da Língua Portuguesa, entre outros.

Peres-Neto, L.
Implicações éticas da privacidade digital: uma discussão a partir do campo da comunicação e do consumo
Analisar os desafios éticos das políticas de privacidade digital e propor um observatório que permita ampliar esta discussão.

Ponchio, M. C.
O Efeito Moderador da Educação Financeira sobre a Relação entre Materialismo e Inadimplência de Consumo
O objetivo deste projeto de pesquisa é investigar a relação entre educação financeira, materialismo e inadimplência entre consumidores brasileiros de classe média.

Ravazzolo, A; Vieira, K. M.
Novos negócios em jornalismo: limites e possibilidades
Mapear, descrever, interpretar e disseminar experiências que estejam construindo e executando novos modelos de negócio jornalístico. A proposta é localizar essas iniciativas no Rio Grande do Sul, para então observar e analisar em profundidade as características que marcam esses empreendimentos. Projeto apoiado pelo Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM).

Rocha, R. M.
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. Tal objeto permite, ainda, a compreensão das conformações complexas e paradoxais de uma cultura do consumo eminentemente comunicacional, estetizada e discursiva, na qual as imagens e a visibilidade corporal ganham centralidade, constituindo campo nuclear de articulação de narrativas do capital, mas também de negociação constante de imaginários sociais, de políticas de subjetividade e de processos (políticos) de subjetivação.

Rocha, R. L. M.; Pereira, S. L.
O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados.
Identificar e analisar concepções e práticas de comunicação e consumo de ativistas, alternativos e engajados selecionados em movimentos, grupos e coletivos juvenis atuantes na cidade de São Paulo. Montar mapas descritivos, analíticos e comparativos ilustrando os principais resultados da pesquisa; assim como material de divulgação científica acessível para a sociedade civil, mundo corporativo e poder público. Projeto apoiado pelo Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM).

Rocha, T. V.; Spers, E. E.; Borini, F. M.; Camargo, M. A. A.; Khauaja, D. M. R.; Melo, P. L. R.; Ogasavara, M. H.; Bretas, V.
Internacionalização das Franquias Brasileiras
Os objetvos são: 1) Retratar a realidade vivenciada pelas franquias brasileiras em seus processos de internacionalização; 2) Analisar o que poderia ser aprimorado comparando este processo com o vivenciado por franquias de sucesso no mercado global.

Rocha, T. V.; Spers, E. E.; Cunha, R. D.
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 (produto, preço, praça e promoção), a gestão do relacionamento com clientes globais, a gestão dos diversos stakeholders (como acionistas, imprensa, funcionários, fornecedores, comunidade) no ambiente internacional, a transferência de conhecimento em marketing, a gestão da estratégia de marketing global (global marketing strategy), o desenvolvimento de novos produtos, a gestão da inovação em marketing, e a autonomia dos departamentos de marketing para inovar.

Rossi, G. B.; Almeida, L. M.; Rizzo, I.; Lecher, R.
Redes Estratégicas de Negócios
Identificar fatores determinantes à formação de Redes Estratégicas à Internacionalização de Empresas.

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..

Rucker, J. M.
Metodologias ativas, semiótica e processo de ensino de aprendizagem em design.
Avaliar a eficiência de material pedagógico, embasado em princípios da Semiótica Greimasiana e da Linguística do Texto, associado a Metodologias Ativas de Aprendizagem (PBL, mapas conceituais, projeto), para a promoção da autoria e autonomia no ensino superior. Projeto aderente às propostas do Plano Diretor Acadêmico da ESPM e apoiado pelo Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM).

Santa Cruz, L.
Quando a memória define a pauta
Compreender as recentes propostas de repositórios de material jornalístico, colocados à disposição do público na internet, e que também produzem conteúdo novo, através da rearticulação de sentidos e da reconstrução do passado, tais como Memória Globo, Memória O Globo e Acervo Estadão. Iniciativas que se mostram, simultaneamente, movimentos de valorização da memória e instrumentos de produção de novas versões sobre fatos passados. Projeto apoiado pelo Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM).

Spers, E. E.
Um modelo para avaliação do comportamento, preferências, atitudes e valores dos agentes produtores e consumidores de produtos agropecuários: um estudo sobre a cadeira produtiva da carne bovina
Avaliar aspectos da cadeira produtiva da carne bovina

Spers, E. E.
Atributos Agroalimentares do Café Percebidos por Consumidores Finais e pelo Consumidor Rural
Aprofundar a temática relacionada aos atributos agrolimentares em suas diferentes abordagens teóricas e conceituais, desenvolver e explorar as metodologias de Técnica de Configuração da Imagem do Produto, Análise Conjunta e Cadeias Meio-Fim concomitantemente, e aplicar ensaios empíricos com produtores de café, avaliando a influência dos atributos na atitude, percepção e tomada de decisão do produtor rural e do consumidor final

Spers, E. E.; Florêncio, J. C. F.
Estratégias mercadológicas no varejo do setor da construção civil em função dos atributos valorizados pelos segmentos-alvo
Investigar estratégias mais adequadas à elevação da competitividade do setor da construção civil, em seu elo distributivo do varejo, via identificação de atributos valorizados pelo segmento feminino em confronto aos do segmento masculino e verificação do alinhamento de tais atributos, com as estratégias adotadas pelos gestores do setor, como forma de identificar as mais adequadas para a construção da lealdade de ambos os segmentos como consumidores do varejo da construção civil

Spers, E. E.; Rocha, T. V.;
Marketing e Estratégia em Agronegócios, Varejo e Franquias
Objetivo: 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.

Spers, E. E.; Rodrigues Neto, M. A.
Análise do discurso em estratégias de marketing e comunicação
Analisar estratégias de marketing e comunicação nos discursos empresariais

Strehlau, V. I.
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.

Tondato, M. P.
A construção midiática do consumo e da cidadania: identidades e representações nos discursos televisivos ficcionais - mediações entre cotidiano, ideologia e cultura.
Conhecer o discurso do sujeito-receptor, morador de grandes cidades sobre o consumo/ consumismo, as necessidades, para posterior análise e reflexão na intersecção da constituição das identidades de cidadania.

Turolla, F. A.
Análise econômica dos investimentos diretos internacionais em infraestrutura e setores regulados
O objetivo é 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.

Artigos em magazines

Artigos publicados em magazines pelos programas em 2015

Camargo, R.Z.
ESTUDOS ESPM: Um marketing para pessoas III
Revista Marketing, São Paulo, n.492, ano 47, p.48-50, jan/fev. 2015.

Camargo, R.Z.
ESTUDOS ESPM: Um marketing para pessoas IV
Revista Marketing, São Paulo, n.493, ano 47, p.74-76, mar/abr. 2015.

Camargo, R.Z.
ESTUDOS ESPM: Brasil – O desafio de um posicionamento múltiplo
Revista Marketing, São Paulo, n.493, ano 47, p.56-59, mai/jun. 2015.

Francisco, E. R.
Inteligência Geográfica – Por que os líderes deveriam aprender Geografia?
Veículo: log "Gestão, Política e Sociedade" do Estadão, veiculado 5 de Agosto de 2015
http://politica.estadao.com.br/blogs/gestao-politica-e-sociedade/inteligencia-geografica-por-que-os-lideres-deveriam-aprender-geografia/

Francisco, E. R.
Mobilidade Urbana e Intenções Geográficas para a Criação de uma Startup de Sucesso
1ª Jornada de Geoempreendedorismo MundoGEO e GEOeduc,
1º de Setembro de 2015
http://conteudo.geoeduc.com/jornadageo

Francisco, E. R.; Bernini, E. J.
Você está ereparado? John Snow, Caio Prado Jr, Oxera e a (R)evolução Geoespacial
Revista MundoGEO, edição 83, ano 17, Julho e Agosto 2015, p. 28-30
http://mundogeo.com/mundogeo83.php

Francisco, E. R.; Jayo, M.
Geomemória Social e Urbana – Quando a cidade era mais gentil
Veículo: Revista MundoGEO, edição 80, ano 17, Janeiro e Fevereiro 2015, p. 44-45
http://mundogeo.com/mundogeo80.php

Francisco, E. R.; Sacramento, V.
Big Data e Inteligência Geográfica
Webinar MundoGEO: Big Data e Inteligência Geográfica, 4 de Março de 2015
https://vimeo.com/120739544

Gervasoni, V.; Rossi, G. B. ; Silva, D.
Sustainable innovation business practices in the automotive sector and its effects on profitability.
Business Management Review (BMR), v. 4, p. 271-280, 2015.

Gervasoni, V. C.; Rossi, G. B.; Silva, Dirceu da
An Investigation on how brazilian lower income consumer perceives chinese cars
Journal of Business and economics. Aceito para publicar.

Mello, C. H. P.; Borges, F. M.
Ethnographic research and Marketing: challenges in implementing this tool in understanding the emerging consumer - a practical approach
Global Business Conference
http://gbcsummer.com/2015/

Mello, C. H. P.; Borges, F. M.
Netactivism against brands: consumer behavior and political consumerism on social networks
Global Business Conference
http://gbcsummer.com/2015/

Peres-Neto, L.
Looking for the legitimacy of state narratives: asymmetries, triumphs, and tragedies of liberal democracies
Center for Global Communication Studies - Media Wire
http://www.global.asc.upenn.edu/looking-for-the-legitimacy-of-state-narratives-asymmetries-triumphs-and-tragedies-of-liberal-democracies/

Pers, E. E.
Os desafios das associações de equinos
Revista Quarto de Milha, ed. 215, p. 88-94

Richarte-Martinez, V.I.P.
Chefe, sou Gay
Revista Exame, São Paulo, v. 1088-v8, p. 32 - 45, 29 abr. 2015.
http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/776/noticias/chefe-eu-sou-gay-m0051994

Rocha, T.V.
A hora e a vez dos Stakeholders
Ideia Sustentável , Volume: 23, p. 21 - 25
http://www.ideiasustentavel.com.br/

Rocha, T.V.; Camargo, M.A.
Estágios da internacionalização das franquias brasileiras
SWISSCAM MAGAZINE, Volume: 78, p. 30 e 31
http://www.swisscam.com.br/edicao-78-foco-mercado-de-luxo.html

Tafner, R. E.; Rossi, G. B. ; Silva, D.; Gervasoni, V.c.
The use of gravitational models for international marketing strategies adaptation.
Business Management Review (BMR), v. 4, p. 101-1101, 2015.

Bolsas e Financiamentos

Recebidos

Mario Henrique Ogasavara
41st EIBA Conference
Participação de reunião no país
Fapesp
R$ 1.647,50

Vivian Iara Strehlau
41St Eiba Conference
Participação de Reunião do País
Fapesp
R$ 4.069,00

Denise Maria Cogo
55 Congreso Internacional de Americanista
Participação em reunião no exterior
Fapesp
R$ 10.014,40

Eduardo E. Spers
XXXIX Encontro da ANPAD
Participação de reunião no país
Fapesp
R$ 3.125,08

Vander Casaqui
V Congresso Internacional em Comunicação e Consumo
Organização de reunião científica ou tecnológica
Fapesp
R$ 12.159,00

Mônica Rebecca Ferrari Nunes
V Congresso Internacional em Comunicação e Consumo
Paep/Capes
R$15.000,00

Marcos Amatucci
BAM 2015 Conference
Participação em reunião no exterior
Fapesp
R$11.431,35

Maria Aparecida Baccega
Estudos de comunicação e análise do discurso – teoria e prática
Publicação – livro no Brasil
Fapesp e CAEPM/ESPM
R$3.500,00 e R$4.180,00

Mônica Rebecca Ferrari Nunes
Comunicação, consumo e memória: da cena cosplay a outras teatralidades juvenis
Chamada Humanas, Sociais, Sociais Aplicadas
CNPq nº 22/2014
R$8.000,00

Luiz Peres Neto
Implicações éticas da privacidade digital: uma discussão a partir do campo da comunicação e do consumo
Chamada Humanas, Sociais, Sociais Aplicadas
CNPq nº 22/2014
R$13.384,00

Mario Henrique Ogasavara
Internacionalização de empresas em tempos de crise: as experiências adotadas em subsidiárias estrangeiras
Chamada Humanas, Sociais, Sociais Aplicadas
CNPq nº 22/2014
R$13.000,00

Manolita Correia Lima
Mobilidade acadêmica internacional e integração regional: um estudo na Universidade Federal da integração Latino-Americana
Edital universal/CNPq nº 14/2014
R$18.300,00

Eduardo Eugênio Spers
Um modelo para avaliação do comportamento, preferências, atitudes e valores dos agentes produtores e consumidores de produtos agropecuários: um estudo sobre a cadeia produtiva da carne bovina
Edital universal
CNPq nº 14/2014
R$29.100,00

Eduardo Eugênio Spers
IFAMA World Conference
Paex / Capes
US$ 3.200,00 (equivalente a R$10.976,00)

Denise Maria Cogo
Compós 2015
Participação em reunião no país
Fapesp
R$2.471,67

Thelma Valeria Rocha
24th Annual CIMaR Conference 2015
Participação em reunião no exterior
Fapesp
R$9.570,85

Vivian Iara Strehlau
O uso de celebridades no endosso de marcas globais e locais: um experimento com marcas esportivas
Mestrado/Fapesp
Mariana Hammel Brandão - 8 meses
R$ 13.615,20 (bolsa de manutenção) + R$1.361,52 (reserva técnica)

Mateus Canniatti Ponchio
O Efeito Moderador da Educação Financeira sobre a Relação entre Materialismo e Inadimplência de Consumo
Estágio Sênior/Capes Georgia State University – Estados Unidos
Valor: US$ 13,800 (bolsa de manutenção – valor aproximado: R$ 47.498,22) + US$ 2,300 (auxílio instalação – valor aproximado: R$ 7.916,37) + US$ 540 (seguro saúde – valor aproximado: R$1.858,62) + US$ 1,604 (auxílio deslocamento – valor aproximado: R$ 5.520,81)

Vinicius Andrade Pereira
Entendendo os M.E.D.I.A (Mídias, Entretenimento, Design, Informação e Artes): As Extensões da Comunicação
Bolsa de Pesquisa no Exterior /FAPESP – Universidade Columbia
US$20.368,80 (bolsa de manutenção – valor aproximado: R$ 68.339,36) + R$6.000,00 (passagem aérea) + R$ 5.704,00 (seguro saúde)

Vander Casaqui
Os discursos globalizados do empreendedorismo social: narrativas heroicas, mundos possíveis e consumo simbólico
Mestrado/Fapesp
Angelina Sinato - 13 meses
R$ 22.229,40 (bolsa de manutenção) + R$ 2.222,94 (reserva técnica)

Rose de Melo Rocha
As narrativas eróticas juvenis: "moça, você é machista"
Pós-Doutorado/Fapesp
Josefina de Fatima Tranquilin Silva - 24 meses
R$ 147.441,60 (bolsa de manutenção) + R$ 22.116,24 (reserva técnica)

Luiz Peres Neto
Demarcações éticas da privacidade digital nas políticas de comunicação do Brasil e dos Estados Unidos
Estágio pós-doutoral nas ciências humanas, ciências sociais, letras e artes nos EUA/Capes-Fulbright
US$12,400 (bolsa de manutenção) + US$1,604 (auxílio deslocamento) + R$2,100 (auxílio instalação) + US$90 (auxílio saúde) + US$2,000 (livro e computador) + US$1,500 (participação em eventos acadêmico-científicos nos EUA) – valor aproximado R$ 59.082,00

Gabriel Vouga Chueke
Realização do Forum de Multinacionais Brasileiras
Valor: R$ 54.720,00

Media Lab
Fundação Vanzolini
Valor: R$ 52.100,00

Recebido ESPM e/ou pesquisadores:
R$ 687.655,13

Eliane Cristina Franco Grando
Technology Driven FDI from Emerging Countries: Challenges and Opportunities for Europe
Participação em reunião no exterior
Fapesp
R$ 6.279,60

Marcos Amatucci
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo – PPGCOM
Mestrado/Prosup Capes – 12 meses
R$ 54.000,00 (bolsa de manutenção)
+ R$ 57.600,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci
Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional – PMDGI
Mestrado/Prosup Capes – 12 meses
R$54.000,00 (bolsa de manutenção) +
R$38.400,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo – PPGCOM
Doutorado/Prosup Capes – 12 meses
R$184.800,00 (bolsa de manutenção)+
R$38.400,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci
Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional – PMDGI
Doutorado/Prosup Capes – 12 meses
R$158.400,00 (bolsa de manutenção) +
R$38.400,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu
Mestrado/Prosup Capes – 12 meses
R$ 28.800,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu
Doutorado/Prosup Capes – 12 meses
R$ 105.600,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci
Programa Nacional de Pós-Doutorado Capes / PNPD/CAPES
Marina Caminha F. Gomes e Eliane Franco - 60 meses
R$ 98.400,00

Marcos Amatucci
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu
Pibic/CNPq – 12 meses
R$ 33.600,00

Recebido discentes: R$ 896.679,60

TOTAL RECEBIDO (Instituição e/ou pesquisador e discentes)
R$ 1.584.334,73

BOLSAS, AUXÍLIOS E FINANCIAMENTOS Concedidos pelo CAEPM

Victor de La Paz Richarte Martinez
A gestão da diversidade e a capacidade de escuta como fatores críticos em inovação organizacional
Valor Total Do Projeto 2014/2015
Valor R$: 30.160,00
Valor concedido em 2015: R$ 22.620,00

Manolita Correia Lima e Claudia Cristiane dos Santos Silva
A Mobilidade Acadêmica Internacional Sul-Sul
Valor total do projeto 2014/2015
Valor R$: 50.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 37.500,00

Fábio Pesavento
Despesas em propaganda no Brasil e sua interligação com a economia internacional
Valor total do projeto 2014/2015
Valor R$: 32.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 24.000,00

Claudio Cruz De Oliveira
Elaboração de um Índice de Maturidade Online Baseado em Digital Analytics
Valor total do projeto 2014/2015
Valor R$: 28.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 21.000,00

Fábio De Souza Vasconcellos e Leonardo Mancini de Almeida
Jornalismo Guiado por dados e Democracia: as novas ferramentas de investigação jornalística e sua contribuição para o processo de accountability político no Brasil.
Valor total do projeto 2014/2015
Valor R$: 46.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 34.500,00

Diego Costa Pinto
Marcas e sustentabilidade: Quando a sustentabilidade beneficia a marca?
Valor total do projeto 2014/2015
Valor R$: 28.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 21.000,00

João Anzanello Carrascoza
O consumo e o ensino da publicidade por meio de obras literárias
Valor total do projeto 2014/2015
Valor R$: 32.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 24.000,00

Carla Andrea Schwingel
Sistemas para o ciberjornalismo: produtos e aplicativos para o jornalismo contemporâneo
Valor total do projeto 2014/2015
Valor R$: 32.000,00
VALOR CONCEDIDO EM 2015: R$ 16.000,00

Selma Felerico
As novas Práticas de Consumo Alimentares Femininos no Século XXI
Valor total do projeto 2015/2016
Valor R$: 32.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 8.000,00

Denilde Holzhacker
As relações entre empresas e governos no brasil: motivações e práticas corporativas na agenda brasileira de negócios internacionais
Valor total do projeto 2015/2016
Valor R$: 29.200,00
Valor concedido em 2015: R$ 7.300,00

Renato Mader, Wilson R. Bekesas e Viviane Riegel
Consumo cultural híbrido juvenil: diferentes plataformas midiáticas, globais e locais, nas diversas experiências estéticas do consumo, como mecanismos de encontros cosmopolitas
Valor total do projeto 2015/2016
Valor R$: 32.200,00
Valor concedido em 2015: R$ 8.050,00

Joseane Rucker
Metodologias ativas, semiótica e processo de ensino aprendizagem em design
Valor total do projeto 2015/2016
Valor R$: 28.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 7.000,00

Julio Figueiredo e Igor Gondim
Metodologias ativas no ensino de gerenciamento de Projetos: uma abordagem com o uso de dinâmica de sistemas e simulação
Valor total do projeto 2015/2016
Valor R$: 28.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 7.000,00

Ângela Ravazzollo e Karine Vieira
Novos negócios em jornalismo limites e possibilidades
Valor total do projeto 2015/2016
Valor R$: 35.800,00
Valor concedido em 2015: R$ 8.050,00

Rose de Melo Rocha e Simone Luci Pereira
O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados
Valor total do projeto 2015/2016
Valor R$: 28.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 7.000,00

Adalberto Escalona G. Garcia
Práticas de inteligência competitiva
Valor total do projeto 2015/2016
Valor R$: 28.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 7.000,00

Lucia Maria M. Santa Cruz
Quando a memória define a pauta
Valor total do projeto 2015/2016
Valor R$: 36.000,00
Valor concedido em 2015: R$ 9.000,00

TOTAL CONCEDIDO: R$ 269.020,00

Bolsas Institucionais (isenção de mensalidade)

Foram concedidos bolsas e financiamentos no período de 2015, 99 bolsas de estudo (isenção de mensalidade) em valor equivalente a:

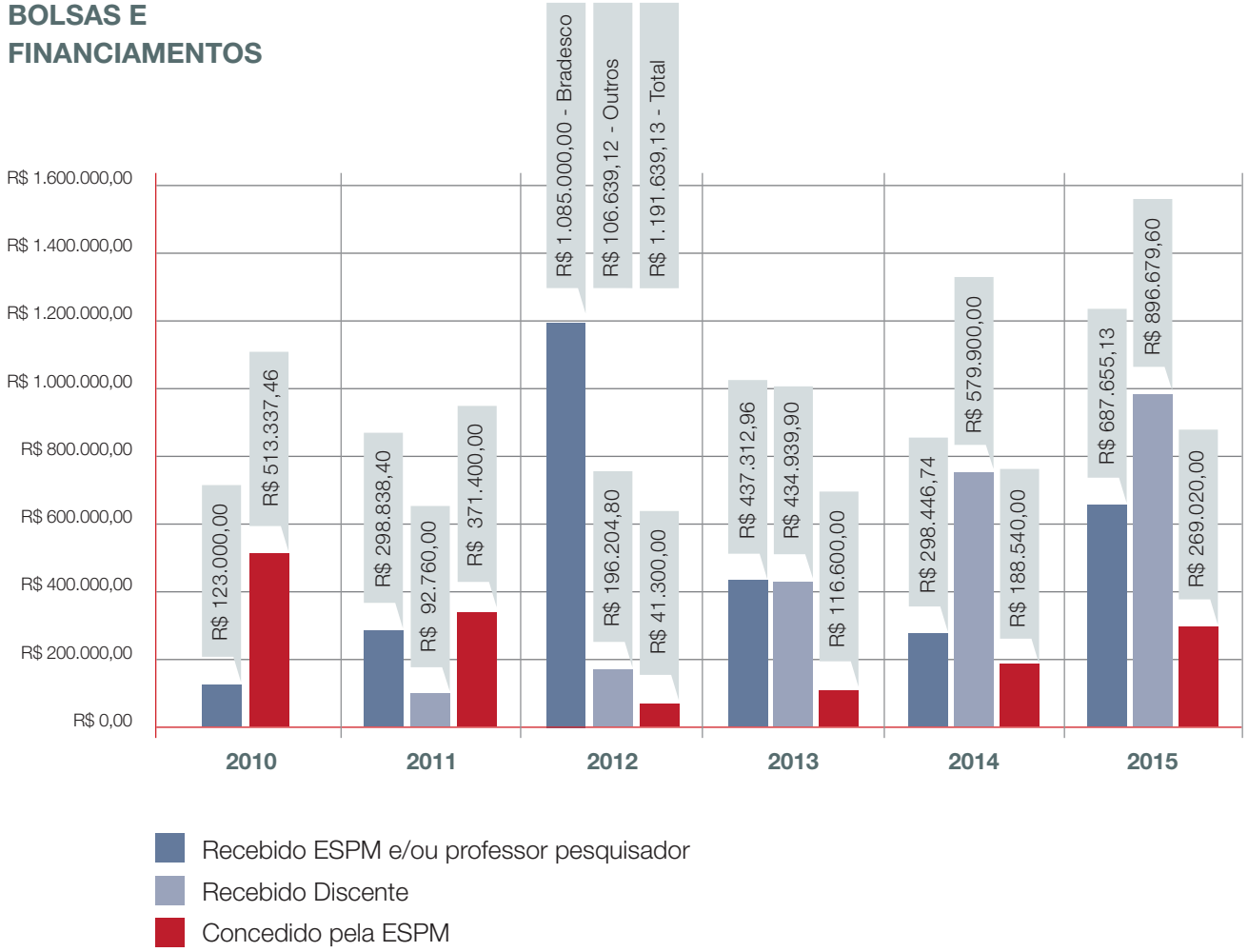
PPGCOM - Valor R$ 625.759,81
PMDGI - Valor R$ 744.687,08

TOTAL CONCEDIDO EQUIVALENTE: R$ 1.370.446,89
Obs.: Não representa desembolso efetivo, mas renúncia de receita.

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

	2015		
	Professor	Funcionário	Total
PMDGI	5	0	5
PPGCOM	4	0	4
MPCC	5	1	6
Total	**14**	**1**	**15**

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 2015

Accorsi, A.; Figueiredo, C. C.; Kuazaqui, E.
How do arbitrate in an optimal portfolio from the greater brazilian commodity assets? AAn Arbitrage Pricing Model for the Post Crisis.
Business Management Review (BMR), v. 5, p. 21-29, 2015.

Antonioli, M. E.
Novos movimentos sociais no Brasil e a cobertura midiática: um estudo comparativo entre os editoriais dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo sobre as manifestações de julho de 2013.
Revista Alterjor, v. 12, p. 135-148, 2015.

Araujo, V. S.; Bedendo, M. H.; Farias, L. A.
O valor simbólico da sustentabilidade e as formas de sua apropriação pelas empresas: o exemplo das marcas Prius, Natura e Patagonia.
Comunicação & Informação (UFG), v. 18, p. 140-156, 2015.

Audibert, A.; Teixeira, M. A. P.
Escala de adaptabilidade de carreira: evidências de validade em universitários brasileiros.
Rev. Bras. Orientac. Prof, São Paulo , v. 16, n. 1, jun. 2015.
http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902015000100009&lng=pt&nrm=iso

Aureliano-Silva, L.; Brandão, M. M.; Strehlau, S.; Pimenta, R. F.
O efeito do formato de apresentação de desconto em ambiente crowding: um estudo experimental.
RACE: Revista de Administração, Contabilidade e Economia, v. 14, p. 653, 2015.

Berardi, P. C.; Brito, R. P.
Drivers of environmental management in the Brazilian context.
BAR. Brazilian Administration Review, v. 12, p. 109-128, 2015.

Braga, A.
Interface: Sistema orientado à visualização.
Revista Geminis, v. n º1, p. 125-140, 2015.

Brunstein, J; P. J.; Curi, D.; D'angelo, M. J.; Mainardes, E.
Assessment and evaluation of higher education in business management: an analysis of the Brazilian case in the light of social learning theory for sustainability.
Assessment & Evaluation in Higher Education, p. 1-22, 2015.

Camanho, R.; Manzini, R. B.
O PAM de São Paulo: nova agenda estratégica para a macrometrópole.
Revista da ESPM, v. 1, p. 1, 2015.

Coelho, D. B.; Masiero, G.; Caseiro, L.
A ascensão da China e seus reflexos no Brasil: fundamentos e evidências para uma estratégia de desenvolvimento.
Revista Brasileira de Inovação, v. 14, p. 85-108, 2015.

Corrêa, S. B.
As ruas comerciais, o consumo e vida social urbana: o universo dos ateliês da Rua Dias Ferreira
Rua (UNICAMP), v. 21, p. 1-17, 2015

Corrêa, S. B., Dubeux, V.
Comprando roupa de brechó: uma análise sobre o consumo de vestuário de segunda mão entre jovens na cidade do Rio de Janeiro.
Comunicacao, Midia e Consumo (Online), v. 12, p. 34-56, 2015.
https://www.espm.br/ConhecaAESPM/Publicacoes/Periodicos/ComunicacaoMidiaConsumo/Pages/default.aspx

Corrêa, S. B.; Dubeux, V. J. C.
Comprando roupa de brechó: uma análise sobre o consumo de vestuário de segunda mão entre jovens na cidade do Rio de Janeiro.
Comunicação, Mídia e Consumo (Online), v. 12, p. 34-56, 2015.

Correa Junior, C. B.; Kuazaqui, E.
Estratégias inovadoras a partir de ambientes disruptivos.
Revista da ESPM, v. 21, p. 96-103, 2015.

Cunha, R. D.; Rocha, T. V.
Export marketing strategy and performance among micro and small brazilian enterprises
Advances in International Marketing
http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/S1474-797920140000025006

Dalmoro, M.; Pinto, D. C.; Borges, A.; Nique, W. M.
Global brands in emerging markets: The cultural antecedents of global brand preference
Journal of Brand Management (2015) 22, 721–736
http://www.palgrave-journals.com/bm/journal/v22/n9/abs/bm201539a.html

Figueiredo, J. L.
A gestão do território para o desenvolvimento econômico do Rio de Janeiro: a passagem da era industrial para a economia criativa, ou um pouco de cada
Desafios da metropolização do espaço. Ed. Rio de janeiro: Consequência

Figueiredo, J. L.
Economia criativa, cidade criativa e desenvolvimento.
Economia Criativa. Ed. Rio de janeiro: E-Papers

Figueiredo, C. C.; Accorsi, A.; Kuazaqui, E.
How to arbitrate in an optimal portfolio from the greater Brazilian commodity assets? An arbitrage pricing model for the post crisis.
Business Management Review (BMR), v. 5, p. 21-29, 2015.

Figueiredo, C. C.; Pelaes Filho, O.; Kuazaqui, E.
Plan, manage or evaluate? When it comes to retail, which is the vision of the financial managers?
Business Management Review (BMR), v. 4, p. 596-602, 2015.

Fukunaga, F.; Macedo, V.; Santos, N. M. B. F.; Carvalho, F. C. A.; Almeida, E. P.
Indicadores bibliométricos da produção acadêmica mundial sobre o conceito do trabalhador do conhecimento.
Perspectivas em Gestão & Conhecimento, v. 5, p. 42, 2015.

Hoff, T. M. C.; Abranches, M. A. S.
Discurso e Interação Social: aparecimento e dissolução da autoria nas culturas do consumo.
Líbero (FACASPER), v. 17, p. 45-54, 2015.

Jesus, D. S. V.
Tocada pela primeira vez? Defesa coletiva, gestão de crises e segurança cooperativa no novo Conceito Estratégico da OTAN
Conjuntura Austral, v. 6 (29), p. 48-74

Jesus, D. S. V.
A Era das Frustrações: as relações entre as grandes potências europeias e os legados para as relações internacionais (1713-1815)
Conjuntura Global (UFPR), v. 4, p. 47-65

Jesus, D. S. V.
O Mundo na Primeira Página: Mídia, Política Externa e Diplomacia.
Comunicação & Sociedade (Online), v. 37, p. 131-157

Kamlot, D.
Economia Criativa e Marketing de Guerrilha: interseções pela criatividade.
Economia Criativa.

Kamlot, D.; Gouveia, T. A.; Gouvea, A. L. O.
Propaganda Enganosa na Internet: Percepções por meio de Mapas de Calor.
Caderno Profissional de Administração da UNIMEP

Kuazaqui, E.
Considerações sobre o Plano de Marketing para as Microempresas Brasileiras.
REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec-Osasco, v. 1, p. 1-21, 2015.

Kuazaqui, E.
Public Relations as an Exposure Tool for the Management.
Journal of International Conference on Marketing and Business Development, v. 1, p. 294-302, 2015.

Kuazaqui, E.
A discussion on entrepreneurship, creativity, and innovation applied to International Marketing.
Economics World, v. 3, p. 54-70, 2015.

Kuazaqui, E.; Correa Junior, C. B.; Volpato, L. A.
As micro e pequenas empresas exportadoras brasileiras na ótica do marketing internacional.
Business Management Review (BMR), v. 4, p. 381-387, 2015.

Kuazaqui, E.; Lisboa, T. C.; Rodrigues, M. E. R.
A Discussion of Slave Labor at Meat Packing Industries.
Journal of Business and Economics, v. 6, p. 468-476, 2015.

Ladeira, W. J.; Santini, F. O.; Araujo, C. F.; Finkler, E. N.
Determinantes da percepção da atmosfera de estádio e os seus possíveis moderadores
RASM – Revista Acadêmica de São Marcos
http://www.saomarcos.br/ojs/index.php/rasm/article/view/98

Ladeira, W. J.; Santini, F. O.; Araujo, C. F.
Aplicabilidade da escala eccb ao paradigma da modelagem de segunda ordem: uma análise do consumo consciente de cosméticos
RACE – Revista de Administração, Contabilidade e Economia
http://editora.unoesc.edu.br/index.php/race/article/view/5830

Ladeira, W. J.; Santini, F. O.; Araujo, C. F.
Instituições de ensino superior como agentes de sustentabilidade: validação de um instrumento quantitativo
Caderno Profissional de Administração da UNIMEP
http://www.cadtecmpa.com.br/ojs/index.php/httpwwwcadtecmpacombrojsindexphp/issue/view/15

Leite, S. F.
De Tarzan a Capitão Philips: as imagens da África nas Telas de Hollywood.
Arte 21, v. 2, p. 38-52, 2015.

Lima, E.; Lopes, R. M. A.; Nassif, V. M. J.; Silva, D.
Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo.
RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online), v. 19, p. 419-439, 2015.

Lima, E.; Lopes, R. M.; Nassif, V.; Da Silva, D.
Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges.
Journal of Small Business Management (Print), v. 53, p. 1033-1051, 2015.

Lopes-Perna, C. B.; Corsetti, C. R.; Strey, C.
An interview with Jonathan Culpeper.
Letronica. Porto Alegre, v. 8, n. 1, p. 243-247, jan.-jun. 2015.
http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/letronica/article/view/21140/13436

Lopes-Perna, C. B.; Molsing, K.; Strey, C.
Apresentação – Linguística: Pragmática e suas interfaces.
Letronica. Porto Alegre, v. 8, n. 1, p. 1-7, jan.-jun. 2015.
http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/letronica/article/view/21358/13411

Maclennan, M. L. F. ; Avrichir, I.; Figueiredo, C. C.
Export performance in emerging markets: upgrading evidence from a cluster in Brazil.
International Journal of Business and Emerging Markets, v. 7, p. 186-202, 2015.

Marchesin, V. C.; Iorio, M. C. M.
Quality of life evaluation in children with cochlear implants.
CoDAS, v. 27, p. 29-36, 2015.

Marx, R.; Vasconcellos, L. H. R.; Lara, F. F.
Can the call centre contribute to innovation? A multiple case study in service companies.
International Journal of Business Excellence (Print), v. 8, p. 251, 2015.

Mattos, A. M.; Pesavento, F.
Searching for long-range dependence in real effective exchange rate: towards parity? A fractional approach.
Revista: Estudos Econômicos (USP), vol.45, n.4, 2015.

Moraes Júnior, E.
Novos caminhos para o profissional e para a profissão.
Observatório da Imprensa (São Paulo), v. 1, p. 1, 2015.

Moraes Júnior, E.; Maluly, L.
Mensagem aos jornalistas.
Observatório da Imprensa (São Paulo), v. 1, p. 1, 2015.

Moretti, S. L. A.; Crnkovic, L. H.
Fatores Estruturais e Aspectos Recursivos no Desenvolvimento de Pequenas Empresas de Base Tecnológica, em São Carlos, SP: um estudo sob a ótica da teoria da estruturação de Giddens.
Revista Gestão & Tecnologia. , v.15, p.5 - 31, 2015.

Moretti, S. L. A.; Hack, G. N.; Zucco, F. D.
Comportamento e Fontes de Informação dos Turistas: uma análise dos participantes do Latin American Poker Tour 2013 (Viña Del Mar, Chile).
Revista Turismo em Análise., v.26, p.244 - 261, 2015.

Moretti, S. L. A.; Pozo, H.
Racionalidade e desencantamento do mundo: uma reflexão sobre o pensamento weberiano a respeito do capitalismo. Acta Scientiarum.
Human and Social Sciences (Impresso)., v.37, p.21 - 30, 2015.

Moretti, S. L. A.; Toledo, G. L.
Marketing and Sustainability Academic Production in Brazil: An analysis in leading management journals during the period of 1994-2012.
Business Management Review (BMR). , v.4, p.616 - , 2015.

Moretti, S. L. A.; Zucco, F. D.; Ginesi, E.
A emergência do prosumer na audiência doméstica de produtos audiovisuais em São Paulo – SP.
Razón Y Palabra., V.88, P.180 - 193, 2015.

Neves, A. J. S.; Camanho, R.
The Use of AHP for IT Project Priorization – A Case Study for Oil & Gas Company - obs: Best Paper Award – AHP/ANP Aplications I
Procedia Computer Science
http://www.sciencedirect.com/science/journal/18770509/55

Nogueira, F. A.; Alves, M. A.; Mendonça, P.
US Foundations in Brazil and the Funding of the Human Rights Field - Data and Trends from 2003 to 2012.
Nonprofit Policy Forum, v. 6, p. 371-393, 2015.

Nogueira, F. A.; Costa, C. M.
Casa de Banho e o desafio da responsabilidade social em micro e pequenas empresas.
GVcasos - Revista Brasileira de Casos de Ensino em Administração, v. 5, p. 2, 2015.

Novaes, V. M.; Pessoa, L. A. G. P.; Dubeux, V. J. C.
O espaço da educação no orçamento familiar: o caso das famílias da Região Metropolitana do Rio de Janeiro
Revista ADM.MADE, v. 18, p. 62-84,

Oliveira, C. L. C.; Laurindo, F. J. B.
Estratégia e a internet: estudos de casos em empresas brasileiras.
Production, 2015.

Oliveira, M. S.; Moretti, S. L. A.; Pozo, H.
A Hospitalidade e a Gestão de Restaurantes: Evidências de um Estudo Múltiplo de Caso em São Paulo, SP, Brasil.
Rosa dos Ventos. , v.7, p.20 - 33, 2015.

Oliveira, A. V.; Veloso, E. F. R.; Trevisan, L. N.
A transformação do especialista em líder: um estudo de caso em empresa de telecomunicações.
Capital Científico, v. 13, p. 41-58, 2015.

Paiva, E. L.; Biazzin, C.; Serio, L. C.; Andrade, M. C. F.
Is There a Bitter Flavor in Sustainability for the Sugar-Alcohol Industry?
JOSCM. Journal of Operations and Supply Chain Management, v. 8, p. 46-56, 2015.

Pautasso, D.
China e Brasil na África Subsaariana e a retomada da questão nacional.
Tensões Mundiais
http://www.tensoesmundiais.net/index.php/tm/article/view/401/432

Pinto, D. C.; Reale, G.; Segabinazzi, R.; Rossi, C. A. V.
Online identity construction: How gamers redefine their identity in experiential communities
Journal of Consumer Behaviour, Volume 14, Issue 6, pages 399–409, November/December 2015
http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cb.1556/abstract

Reichelt, V.
Comércio
Brasil em Números - IBGE
http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/2/bn_2015_v23.pdf

Rocha Jr, I.; Nakagawa, M. H.
Responsabilidade socioambiental e consumo: uma equação necessária.
Revista da ESPM, v. 3, p. 148-153, 2015.

Rücker, J.
Narrativas ilustradas: uma proposta de leitura aplicada ao design
Língua e Letras
http://e-revista.unioeste.br/index.php/linguaseletras/issue/view/699

Rücker, J.
Metodologias ativas, semiótica e processos de ensino-aprendizagem em design"
Educere et Educare
http://e-revista.unioeste.br/index.php/educereeteducare/issue/view/595

Rudzit, G.; Casarões, G.
Política de Defesa é Política de Governo.
Revista Brasileira de Estudos de Defesa, v. 2, p. 33, 2015.

Ruiz, D.; Strey, C.
The semantic-pragmatic interface: propositional content and theories of processing.
Letronica. Porto Alegre, v. 8, n. 1, p. 107-116, jan.-jun. 2015.
http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/letronica/article/view/19620/13419

Santi, P. L. R.
Crédito acessível, consumo compulsivo.
GV Executivo, v. 14, p. 34-37, 2015.

Santini, F. O.; Sampaio, C. H.; Perin, M. G.; Espartel, L. B.; Ladeira, W. J.
Moderating Effects of Sales Promotion Types
BAR – Brazilian Administration Review
http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_1593.pdf

Santini, F. O.; Sampaio, C. H.; Perin, M. G.; Vieira, V. A.
Uma análise da influência da promoção de vendas de desconto na intenção de compra do consumidor e os efeitos moderadores da atratividade
RAUSP – Revista de Administração da Universidade de São Paulo
http://www.rausp.usp.br

Serva, L.
Fotos de guerra revelam o efeito do tempo.
Revista de Jornalismo da ESPM, v. 4, p. 74-78, 2015.

Serva, L.
Que tal demitir o seu patrão.
Revista de Jornalismo da ESPM, v. 4, p. 74-78, 2015.

Silva, M. A.
Globalização e Globalização Financeira: tendências e perspectivas na nova ordem econômica.
Cadernos 28 de Agosto, v. 1, p. 33-54, 2015.

Silva, R. C.; Dutra, J. S.; Veloso, E. F. R.; Fischer, A. L.; Trevisan, L. N.
Generational perceptions and their influences on organizational commitment.
Management Research (Armonk, N.Y.), v. 13, p. 5-30, 2015.

Sutter, M. B.; Dias, B. G.; Maclennan; Polo, E.; Correa, H.
Brazil's fashion and clothing industry: sustainability, competitiveness and differentiation.
Latin American Journal of Management for Sustainable Development, v. 2, p. 280-295, 2015.

Sutter, M. B.; Maclennan; Tiscoski, G. P.; Polo, E.
Brazilianness: a Look at the Multiple Faces of the Brazilian National Identity.
Future Studies Research Journal, v. 7, p. 130-155, 2015.

Sutter, M. B.; Maclennan; Fernandes, C. C.; Oliveira Junior, M. M.
Country of Origin Image and Foreign Markets Strategy: Analysis of the Brazilian Cosmetics Company Natura.
REMark. Revista Brasileira de Marketing, v. 14, p. 393-406, 2015.

Tafner, R. E.; Rossi, G. B.; Silva, D.; Gervasoni, V. C.
The use of gravitational models for international marketing strategies adaptation.
Business Management Review (BMR), v. 4, p. 101-110, 2015.

Tamashiro, H. R. S.; Moretti, S. L. A.; Patino, M. T. O.
Satisfaction and price as perceived predictors of store image: a study with consumers of cosmetic retailing using confirmatory factor analysis.
Australian Journal of Basic and Applied Sciences. , v.9, p.265 - 274, 2015.

Terres, M. S.; Santos, C. P.; Basso, K.
Antecedents of the client s trust in low- versus high-consequence decisions.
The Journal of Services Marketing, v. 29, p. 26-37, 2015.
http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JSM-11-2013-0295

Terres, M. S.; Santos, C. P.
O papel moderador das consequências na relação entre confiança e seus antecedentes e consequentes.
REGE Revista de Gestão, v. 22, p. 1-18, 2015.
http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/102657

Trindade, C. C.; Umeda, G. M.
Considerações sobre a imaginação moral em John Dewey.
Filosofia e Educação, v. 7, p. 94-122, 2015.

Vasconcellos, L. H. R.; Delboni, D. P.
Empreendedorismo e precarização do trabalho: o desenvolvimento e a aplicação de uma estrutura para análise de empresárias no estado de São Paulo.
REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 4, p. 54-78, 2015.

Vasconcellos, L. H. R.; Delboni, D. P.
Empreendedorismo e precarização do trabalho: o desenvolvimento e a aplicação de uma estrutura para análise de empresárias no estado de São Paulo.
REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 4, p. 1-17, 2015.

Veloso, E. F. R.; Dutra, J. S.; Silva, R. C.; Trevisan, L. N.
Qualidades da Transição Interprofissão: um Estudo com Professores Universitários.
Revista Organizações em Contexto (Online), v. 11, p. 431-452, 2015.

Livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2015

Antonioli, M. E.; Essenfelder, R.
4 anos de jornalismo.
1. ed. São Paulo: , 2015. v. 1. 103p .

Bedendo, M. H.
Branding para Empreendedores.
1. ed. São Paulo: MBooks, 2015. v. 1. 114p.

Bekesas, W. R.
Da representação à apresentação.
1ª. Ed. Saarbrücken: Omniscriptum Gmbh & Co. Kg / Nea - Novas Edicoes Academicas, 2015. V. 1. 152P.

Bertotti, D.
A Organização Mundial do Comércio e as Cláusulas Sociais.
1o. ed. São Paulo: LCTE, 2015. 136p.

Carmo, E. B.
A obra do escritor António de Alcântara Machado.
1a. ed. Saarbrücken, Germany: Novas Edições Acadêmicas, 2015. 316p.

Carvalho, F. C. A.
Gestão de Projetos.
1. ed. São Paulo: Pearson, 2015. 352p .

Corrêa, S. B. (Org.); Pinto, M. L. (Org.); Dubeux, V. (Org)
Consumo e Sociabilidades: espaços, significados e reflexões.
Editora: 1. ed. E-papers, 2015, v. 1. 152p

Corrêa, S. B. (Org.); Pinto, M. L. (Org.); Dubeux, V. (Org.)
Consumo e sociabilidades: espaços, significados e reflexões.
Editora: E-papers

Csillag, P.
Comunicação com cores: uma abordagem científica pela percepção visual.
1. ed. São Paulo: SENAI SP, 2015. v. 1. 172p.
Link: http://www.livrariasesisenaisp.com.br/comunicacao-com-cores-uma-abordagem-704374-p548897

Donini, M. L., Marchezan, I. (Org.)
Orçamento por Resultados no Estado de São Paulo: experiências, desafios e perspectivas
Editora: Cartola

Durand, J. C.
Incômodos Best-sellers: Publicidade, consumo e seus descontentes
Editora: EDUSP

Essenfelder, R.; Antonioli, M. E. (Org.)
4 Anos de Jornalismo.
1. ed. São Paulo: ESPM, 2015. v. 1. 104p.

Guillermo, A. (Org.); Vibiano, M. (Org.)
Profissionais Destaque 2015 Arquitetura e Design de Interiores
Editora: Demais editora

Guillermo, A. (Org.); Vibiano, M. (Org)
Club Design Litoral Paulista 2015
Editora: Demais editora

Guillermo, A. (Org.); Vibiano, M. (Org.)
Roteiros de Luxo em São Paulo
Editora: Demais editora

Jaime, P. C.
Executivos negros: racismo e diversidade no mundo empresarial (no prelo).
1. ed. São Paulo: Edusp/Fapesp, 2015. v. 1. 450p.

Kuazaqui, E.
Marketing Cinematográfico e de Games.
1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015. v. 1. 132p .

Kuazaqui, E.; Cecconello, A. R.; Manas, A. V.; Saito, C. S.; Silva, F. B.; Mirapalheta, G.; Barros Neto, J. P.; Predebon, J.; Tanaka, L. C. T.; Rodrigues, M. E. R.; Lisboa, T. C.; Saikovitch, V. L.
Administração empreendedora: gestão e marketing criativos e inovadores.
1. ed. São Paulo: SEI Universitário, 2015. v. 500. 576p.

Leite, A.
Aplicações da matemática: administração, economia e ciências contábeis.
2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015. V. 01. 464P.

Martins, J. P. C.; Slongo, L. A.
O mercado de música digital - Um estudo sobre o comportamento do consumidor brasileiro
Editora: Novas Edições Acadêmicas
https://www.morebooks.de/store/gb/book/o-mercado-de-música-digital/isbn/978-3-639-83604-2

Mastrocola, V. M.;
Game Design - modelos de negócios e processos criativos: um trajeto do protótipo ao jogo produzido.
1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015. v. 2000. 112p.

Mastrocola, V. M.
Histórias Intraordinårias.
1. ed. São Paulo: Livrus, 2015. v. 200. 112p.

Nacer, F. P.; Tarquini, J.
Vinte Mil Pedras no Caminho
Editora: Geração Editorial

Oliveira, C. L. C.
Estratégia e Internet: Estudos de Casos em Empresas Brasileiras
Novas Edições Acadêmicas / OmniScriptum GmbH & Co - Alemanha

Perrotta, I.
Promenades do Rio: a turistificação da cidade pelos guias de viagem de 1873 a 1939.
Editora: Rio de Janeiro: Rio450

Prado, M. P.
Radiojornalismo na Cibercultura - Por uma nova experiência de rádio em tempos de redes sociais e hipermobilidade.
01. ed. Saarbrücken: Novas Edições Acadêmicas - OmniScriptum GmbH & Co. KG, 2015. v. 01. 144p.

Prado, M. P.
Ciberativismo e Noticiário - da mídia torpedista às redes sociais.
01. ed. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2015. v. 01. 284p .

Queiroz, A.; Figueiredo, C.; Ramirez, F.; Rosa, G.; Cerqueira, J.; Campomar, M.; Bacha, M. L.; Silveira, N. C.; Armani, P.; Molina, V. A. F.
Com que roupa eu vou: ,marketing segmentado para mulheres.
1. ed. São Paulo: Nova Consciência, 2015. v. 1. 208p.

Rosen, J. D.; Brienen, M. W.; Arraras, A.; Bello-Pardo, E. D.; Susan A. P.; Martinez, R. Z.; Lave, T. R.; Remington, C. L.; Garcia-Zamor, J. C.; Williams, D.; Seepersad, R.; Fonseca, B.; Pamela, P.; Bonilla, A.; Chavez, N.; Dammert, L.; G., M. D.; Zorovich, M. R. S.; Derghougassian, K.; Cutrona, S. A.; Knight, W. A.
Prisons in the Americas in the Twenty-First Century:a human dumping ground.
I. ed. Maryland: Lexington Books, 2015. 243p.

Serva, L.
Um dia, uma vida.
1. ed. São Paulo: Três Estrelas, Publifolha, 2015. v. 1. 216p.

Serva, L.
A desintegração dos jornais.
1. ed. São Paulo: Editora Reflexão, 2015. v. 1. 100p.

Souza, K. M.
Jingle Publicitário - E seu declínio de importância na primeira década do século XXI.
1. ed. , 2015.

Souza, K. M.
A desmusicalização da mídia em tempos de hipermidiatização da música: o empobrecimento poético e estético do discurso musical na mídia televisiva brasileira.
1. ed. NEA - Novas Edições Acadêmicas, 2015. 519p .

Souza, K. M.
Sinfonia.
2. ed. São Paulo: Kaza Véia Editora, 2015. 190p.

Souza, K. M.
Solidão.
2. ed. São Paulo: Kaza Véia Editora, 2015. 154p.

Souza, K. M.
Amábile.
2. ed. São Paulo: Kaza Véia Editora, 2015. 194p

Souza, K. M.; Lazzari, F. P.
One Night Only: letra, música e cultura popular.
1. ed. São Paulo: Kaza Véia Editora, 2015. 366p.

Teixeira, E. A. S. (Org.); Corrêa, S. B. (Org.)
Economia criativa.
Editora: E-papers

Capítulos de livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2015

Abranches, M. A. S.
"Amanhã vai ser maior!" Uma Análise de Discurso da voz rouca das ruas que tomou conta do Brasil em junho de 2013.
In: Francisco Silva Mitraud. (Org.). Estudos de Comunicação e Análise do Discurso - Teoria e Prática. 1ed.: FAPESP, 2015, v. , p. 1-.

Antonioli, M. E.
A notícia como espetáculo ou o espetáculo da notícia.
In: Carlos Eduardo Lins da Silva; José Marques de Melo; Maria Cristina Gobi; Osvando J. de Morais. (Org.). A notícia como espetáculo ou o espetáculo da notícia. 1ª ed. São Paulo: Fapesp/ Intercom/unesp, 2015, v. 1, p. 1-470.

Antonioli, M. E. ; Abraao Filho, R. E.; Capoano, E.
Os cinco lados da moeda.
In: Antonioli, Maria Elisabete; Filho, Renato Essenfelder Abraão. (Org.). Catálogo 4 Anos de Jornalismo. 1. ed. São Paulo: ESPM, 2015. v. 1.. 1ed.São Paulo: ESPM, 2015, v. 1, p. 65-69.

Antonioli, M. E.; Laurenti, M. E. A.
Objetivos do curso de Jornalismo da ESPM: a formação plena do egresso.
In: Maria Elisabete Antonioli; Renato Essenfelder. (Org.). 4 anos de Jornalismo. 1ed.São Paulo: , 2015, v. 1, p. 1-103.

Bertotti, D. ;
A função do consenso na busca por decisões democráticas na organização mundial do comércio.
In: Hélcio Ribeiro. (org.). Dimensões democráticas do direito.
1ed.: Novas Edições Acadêmicas, 2015, v. , p. 08-17.

Casarões, G.
Between the U.S. and the Deep Blue Sea: Cold War policies and political breakdown in Brazil.
In: Frank Jacob. (Org.). Peripheries of the Cold War. 1ed.Wurzburg: Königshausen & Neumann, 2015, v. 1, p. 283-317.

Corrêa, S. B.
Etnografando uma "rua criativa": a Dias Ferreira e seus ateliês
In: Teixeira, E. A. S. (Org.); Corrêa, S. B. (Org.). Economia Criativa. 1Ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2015, V. 1,
Editora: E-Papers

Corrêa, S. B.; Pinto, M. L.
A circulação e a vida social de móveis e eletrodomésticos: mediações entre a "favela" e o "asfalto".
In: Corrêa, S. B. (Org.); Pinto, M. L. (Org.); Dubeux, V. (Org.). Consumo e Sociabilidades: Espaços, Significados e Reflexões.
Editora: E-Papers
Página: P. 33-49

Cunha, P. R. F.
Cinema Paradiso – um filme, muitos discursos, diferentes Itálias.
In: Baccega, Maria Aparecida (Org). Estudos de Comunicação e Análise do Discurso.
Editora: Intermeios

Cunha, P. R. F.
Cinema Paradiso - um filme, muitos discursos, diferentes Itálias.
In: BACCEGA, Maria Aparecida. (Org.). Estudos de comunicação e análise do discurso. 1ed.São Paulo: FAPESP / Intermeios / ESPM, 2015, v. 1, p. 77-100.

Donini, M. L.
Precisamos falar sobre dinheiro
In: Câncer: A prevenção. A luta. A vitória.
Editora: Abril

Essenfelder, R.
Um redação que pensa.
In: Essenfelder, Renato; Antonioli, Maria Elisabete. (Org.). 4 Anos de Jornalismo. 1ed.São Paulo: ESPM, 2015, v. 1, p. 26-29.

Essenfelder, R.; Antonioli, M. E.; Moraes Júnior, E.; Prado, M.; Penteado, J. R. W.; Gracioso, A.; Garcia, L. F. D.; Rocha, I.; Umeda, G. M.; Ladeira, D.; Rocha Filho, A.; Silva Junior, L. F.; Ferragi, C. A.; Capoano, E.
Ensino Conectado com o Mercado de Trabalho.
In: Maria Elisabete Antonioli; Renato Essenfelder. (Org.). 4 Anos de Jornalismo. 1ªed.São Paulo: ESPM, 2015, v. 1, p. 41-47.

Guillermo, A.
O Luxo de viver bem, Ter ou ser?
In: Roteiros de Luxo em São Paulo
Editora: Demais

Jaime, P.
Diversidade nas organizações: entre a riqueza cultural e a disputa política.
In: Maria Aparecida Ferrari. (Org.). Comunicação, interculturalidade e organizações: faces e dimensões da contemporaneidade. 1ed.Porto Alegre: EdiPUCRS, 2015, v. , p. 67-94.

Kuazaqui, E.
A dialética das contribuições econômicas e sociais das competências de empreender, criar e inovar.
In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Administração empreendedora. Gestão e marketing criativos e inovadores.
Editora Évora

Kuazaqui, E.
A responsabilidade social e ambiental no mercado internacional.
In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Administração Empreendedora. Gestão e Marketing Criativos e Inovadores.
1ed.São Paulo: SP, 2015, v. 1, p. 197-222.

Kuazaqui, E.
Empreendedorismo em Ensino e Educação.
In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Administração Empreendedora. Gestão e Marketing Criativos e Inovadores.
Editora Évora

Kuazaqui, E.
Gestão de pessoas aplicada a um plano de negócios novos.
In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Administração Empreendedora. Gestão e Marketing Criativos e Inovadores.
Editora Évora

Kuazaqui, E.
Vendas Empreendedoras e Construção de Relacionamentos Estratégicos.
In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Administração Empreendedora. Gestão e Marketing Criativos e Inovadores.
Editora Évora

Kuazaqui, E.
A feira de artesanato no Trianon: a administração de um pequeno negócio na cidade de São Paulo.
In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Administração Empreendedora. Gestão e Marketing Criativos e Inovadores.
Editora Évora

Kurtz, A. S.; Cardoso, A. Z.; Ravazzolo, Â.; 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.
In: Carlos Alberto Messeder Pereira; Francisco de Assis; Maria Elisabete Antonioli. (Org.). Desafios do Jornalismo - Novas demandas e formação profissional.
Editora Appris Ltda

Lemos, R.; De Souza, C. A.; Steibel, F.; Nolasco, J.
Fighting Spam the Multistakeholder Way
A Case Study on the Port 25/TCP Management in the Brazilian Internet.
In: Multistakeholder as Governance Groups: Observations from Case Studies.
Editora: The Berkman Center for Internet & Society Research,

Lemos, R.; De Souza, C. A.; Steibel, F.; Nolasco, J.
A Bill of Rights for the Brazilian Internet (Marco Civil) A Multistakeholder Policymaking Case. Multistakeholder as Governance Groups: Observations from Case Studies.
Editora: Berkman Center

Mastrocola, V. M.
A construção da imagem do brasileiro no jogo Street Fighter.
In: Maria Aparecida Baccega; Felipe Correa Mello; Francisco Mitraud; Silvia Dantas. (Org.). Estudos de Comunicação e Análise do Discurso - Teoria E Prática. 1ed.São Paulo: Intermeios, 2015, v. 1, p. 101-123.

Mirapalheta, G. C.
Análise da Demanda.
In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Administracao Empreendedora Gestao e Marketing Criativos e Inovadores. 456ed.São Paulo: SEI Universitário, 2015, v. 1, p. 419-419.

Moraes Júnior, E.
Jornalistas: a formação de cidadãos a serviço de cidadãos.
In: Antonioli, Maria Elisabete; Essenfelder, Renato.. (Org.). Jornalistas: a formação de cidadãos a serviço de cidadãos. 1ed.São Paulo: ESPM, 2015, v. 1, p. 20-25.

Munhoz, I. M. S.; Melo-Silva, L. L.; Audibert, A.
Título: Educação para a Carreira: pistas para intervenções na educação básica
In: LEVENFUS, R. S. (Org.). Orientação vocacional e de carreira em contextos clínicos e educativos. Porto Alegre: Artmed, 2016.
Editora: Artmed

Nogueira, C. S.; Lisboa, T. V.; Kuazaqui, E.; Manas, A. V.; Barros Neto, J. P.; Gouvea, A. B. C. T.; Fernandes, C. A.; Forte, C. M. J.; Tofic, D. S.; Matteu, D.; Soares, D.; Adami, F. A. C.; Carvalho, F. F. O.; Meaulo, M. P.; Ortiz, P. H. F.; Langrafe, T. F.; Federighi, W. J.
50 anos de história da Administração:
Da necessidade prática à figura do profissional da Administração.
In: Cleber Suckow Nogueira; Teresinha Covas Lisboa. (Org.). Administração: Avanços e Desafios.
Editora e Distribuidora Ltda

Nogueira, C. S.; Lisboa, T. V.; Kuazaqui, E.; Gouvea, A. B. C. T.; Manas, A. V.; Langrafe, T. F.; Fernandes, C. A.; Forte, C. M. J.; Tofik, D. S.; Matteu, D.; Soares, D.; Adami, F. A. C.; Carvalho, F. F. O.; Barros Neto, J. P.; Meaulo, M. P.; Ortiz, P. H. F.; Federighi, W. J. P.
Administrar os negócios internacionais: Impactos e Desafios.
In: Cleber Suckow Nogueira; Teresinha Covas Lisboa. (Org.). Administração: Avanços e Desafios.
Editora e Distribuidora

Pautasso, D.
Geografia Política e relações internacionais no ensino médio.
In: Antônio Castrogiovanni; Ivaine Tonini; Nestor Kaercher; Roselane Costella. (Org.)
Editora: Evangraf

Pimenta Junior, J. L.
Comércio, investimentos e negociações internacionais: uma breve análise das relações econômicas entre o Brasil e os países em desenvolvimento nas últimas décadas.
In: Haroldo Ramanzini Júnior; Luis Fernando Ayerbe. (Org.). Política externa brasileira, cooperação sul-sul e negociações internacionais. 1ed.São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015, v. 1, p. 1-351.

Reis Filho, P. O. R.
O pensamento estratégico do design e a geração da inovação no novo paradigma econômico
In: Teixeira, Eduardo Ariel de Souza; e Corrêa, Silvia Borges
Editora: E-Papers

Santa Cruz, L. M. M.
Repositórios do passado e reafirmadores do presente: meios de comunicação como lugares de memória.
In: Teixeira, Eduardo Ariel De Sousa; Corrêa, Sílvia Borges. (Org.)
Editora: 1Ed.rio de Janeiro: E-papers

Silva Junior, L. F.
Transformação: o jornalismo, o atualidade e o Núcleo de Imagem e Som.
In: Maria Elisabete Antonioli; Renato Essenfelder. (Org.). 4 Anos de Jornalismo. 1ed.São Paulo: ESPM, 2015, v. Único, p. 48-55.

Só, B.; Guimaraes, R.; Sutter, M. B.; Pires, V. K.; Pontes, C.
A Influência do Traje Executivo na Qualidade de Vida no Trabalho.
In: Izabela Maria Rezende Taveira; Ana Cris na Limongi-França; Mário César Ferreira. (Org.). Qualidade de Vida no Trabalho: Estudos e Metodologias Brasileiras. 1ed.Curitiba: CRV, 2015, v. 1, p. 93-106.

Steibel, F.; Estevez, E.
Designing Web 2.0 Tools for Online Public Consultation.
In: Impact of Information Society Research in the Global South.
Editora: Springer

Teixeira, E. A. S.
Economia criativa e felicidade
In: Introdução; Capítulo 3 - Economia Criativa e felicidade: uma abordagem por meio da interação e da experiência.
Editora: Rio de Janeiro, 2015

Umeda, G. M.
A iniciação científica na graduação em jornalismo da ESPM.
In: Maria Elisabete Antonioli; Renato Essenfelder. (Org.). 4 anos de jornalismo. 1ed.São Paulo: ESPM, 2015, v., p. 30-33.

Veranise Jacubowski Correia Dubeux
Inteligência Competiva e Economia Criativa
In: Eduardo Ariel de Souza Teixeira; Silvia Borges Corrêa. (Org.). Economia Criativa
Editora: 1. ed. E-papers, 2015, v. 1. 159p.

Zorovich, M. R. S.
Domestic Constraint's on Brazil's Role as Regional and Global Energy Power.
In: BRUCE M. BAGLEY; DINA MOULIOUKOVA ; HANNA SAMIR KASSAB. (Org.). The Impact of Emerging Economies on Global Energy and the Environment Challenges Ahead. 335ed.: Lexington Books, 2015, v. , p. 310-.

Zorovich, M. R. S.
Beyond Overcrowding: the Decline of the Brazilian Penitentiary System.
In: Jonathan D. Rosen ; Marten W. Brienen. (Org.). Prisons in the Americas in the Twenty-First Century: Human Dumping Ground (Security in the Americas in the Twenty-First Century). 196ed. Lanham , Maryland: Lexington Books, 2015, v. , p. 185-.

Artigos publicados em magazines em 2015

Antonioli, M. E.
Papa da convergência de mídias fala sobre inovação no modelo de negócio jornalístico (entrevista com Carlos Soria).
Revista Imprensa. 2015

Bedendo, M. H.
A Volkswagen merece o seu perdão?.
Exame, São Paulo, 01 out. 2015.

Domenico De Masi: O Brasil e o consumo na era Pós-Industrial.
Exame, São Paulo, 24 set. 2015.

Domenico de Masi: Vivemos num manicômio, onde o homem tem que ir até a informação.
Exame, 17 set. 2015.

Entrevista com Domenico de Masi: o trabalho no Século XXI.
Exame, São Paulo, 10 set. 2015.

Starbucks: a cafeteria que irá vender vinho e cerveja.
Exame, São Paulo, 19 ago. 2015.

A carcaça do leão Cecil e o poder do "consumidor esclarecido".
Exame, São Paulo, 11 ago. 2015.

Como o Uber cria a marca do século XXI?.
Exame, São Paulo, 05 ago. 2015.

A marca Amazon e o perigo dos colaboradores insatisfeitos.
Exame, São Paulo, 01 ago. 2015.

"S" de "Socorro?" Sadia tenta barrar campanha da Seara na justiça.
Exame, São Paulo, 14 jul. 2015.

O marketing na era do Hiperconsumo.
Exame, São Paulo, 03 jul. 2015.

Como o FBI pode impactar a FIFA e seus patrocinadores.
Exame, São Paulo, 17 jun. 2015.

Os riscos para O Boticário após a polêmica.
Exame, São Paulo, 10 jun. 2015.

O assédio do "cara da NET". Quais serão as providências?.
Exame, São Paulo, 28 maio 2015.

A gerente da Starbucks perde o controle: quando uma pessoa pode arruinar uma marca.
Exame, São Paulo, 21 maio 2015.

Será que os mamíferos conseguem salvar a Parmalat?.
Exame, São Paulo, 14 maio 2015.

Under Armour estréia "patrocinio oculto" no SPFC.
Exame, São Paulo, 07 maio 2015.

5 dicas para o empreendedor construir uma marca de sucesso.
Exame, São Paulo, 28 abr. 2015.

A Coca Cola traz felicidade? Como as marcas vendem emoção?.
Exame, São Paulo, 24 abr. 2015.

Como dar alma às marcas? Uma lição dos empreendedores.
Exame, São Paulo, 15 abr. 2015.

A polêmica da Arezzo: e se a palmilha não fosse da Via Uno?.
Exame, 08 abr. 2015.

A (não) polêmica na campanha da Reserva.
Exame, São Paulo, 31 mar. 2015.

A Risqué e a falta de bom senso no marketing.
Exame, São Paulo, 25 mar. 2015.

A importância das marcas em tempos de crise.
Exame, São Paulo, 19 mar. 2015.

Não é hora de Luciano fechar a Use Huck?.
Exame, São Paulo, 10 mar. 2015.

A aula que Silvio Santos deu à Netflix.
Exame, São Paulo, 03 mar. 2015.

A eterna desafiante: a estratégia que levou a Apple a se tornar a Apple.
Exame, São Paulo, 27 fev. 2015.

O péssimo exemplo da Beija-Flor.
Exame, São Paulo, 20 fev. 2015.

Os erros e acertos da Kibon ao lançar produtos.
Exame, São Paulo, 12 fev. 2015.

A Petrobrás conseguirá recuperar seu valor de marca?.
Exame, 09 fev. 2015.

Allianz Parque ou Arena Palmeiras? O nome importa tanto assim?.
Exame, 03 fev. 2015.

Angélica e a polêmica do cachorro quente.
Exame, 30 jan. 2015.

Não existe vida sem marcas.
Exame, 27 jan. 2015.

Campos, G. A. G.
Na Mira.
Peixe Elétrico, p. 1 - 5.
http://www.peixe-eletrico.com/

Cintra, R.
Brasil, mostra a tua cara!.
Revista da ESPM, São Paulo, p. 84 - 89, 20 out. 2015.

Correa Junior, C. B.
Organize-se na turbulência.
Folha de S Paulo, Brasil, 05 out. 2015.

Delboni, D. P.
Jovem deve ser participativo e exercitar curiosidade.
O Estado de São Paulo, São Paulo, 10 maio 2015.

Essenfelder, R.
Trabalhar sob pressão.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 02 nov. 2015.

Viver para ganhar.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 26 out. 2015.

De youtuber a escritor.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 19 out. 2015.

Vencer a mediocridade.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 05 out. 2015.

Rafinha e a desconvocação do Brasil.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 28 set. 2015.

Escolha a felicidade.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 21 set. 2015.

Três meses sem facebook.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 14 set. 2015.

Sexualidade, natureza e cultura.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 08 set. 2015.

Razão e sensibilidade; vantagem e ódio.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 31 ago. 2015.

O momento é de crise.
O Estado de S.Paulo, 24 ago. 2015.

A beleza triste das manifestações.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 17 ago. 2015.

A missão dos pais.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 10 ago. 2015.

Alma paulistana.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 03 ago. 2015.

Todos querem se meter entre você e a sua barba.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 20 jul. 2015.

Deixa ela chorar.
O Estado de S.Paulo, 13 jul. 2015.

A república dos comentaristas de internet.
O Estado de S.Paulo, 06 jul. 2015.

Um segundo a mais.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 29 jun. 2015.

Por que me demito.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 22 jun. 2015.

As lições da escola.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 15 jun. 2015.

Amar se aprende amando.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 08 jun. 2015.

A vida não tem GPS.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 01 jun. 2015.

A morte do pai.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 25 maio 2015.

Uma certa felicidade.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 18 maio 2015.

A vida é como a dengue.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 11 maio 2015.

No Paraná, um duelo entre silêncio e palavras.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 04 maio 2015.

Saber a felicidade, ser a felicidade.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 27 abr. 2015.

Os que pensam demais e os que pensam de menos.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 20 abr. 2015.

A morte de um filho.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 06 abr. 2015.

Sacrifício demais, sacrifício nenhum.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 03 abr. 2015.

Educar é impossível?.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 30 mar. 2015.

As pessoas são muito complexas.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 23 mar. 2015.

O que falta a Dilma, o que falta a Aécio.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 16 mar. 2015.

Viver sem criar expectativas.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 09 mar. 2015.

Breves lições de uma caminhada no Monte Roraima.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 02 mar. 2015.

Da desimportância das pequenas coisas da vida.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 23 fev. 2015.

Vinte maneiras radicais de economizar água.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 09 fev. 2015.

O Amor nos Tempos da Seca.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 02 fev. 2015.

Somos todos medíocres.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 26 jan. 2015.

Pérolas trágicas do Enem.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 19 jan. 2015.

10 tipos de pessoa para evitar em 2015.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 12 jan. 2015.

Feliz erro novo.
O Estado de S.Paulo, São Paulo, 05 jan. 2015.

Fernandes, O. A.
Novo ano, velhos desafios.
Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 10 - 10, 14 dez. 2015.

Dívida crescente, investimento cadente.
Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 16 - 16, 30 nov. 2015.

Consequências da perda do selo de bom pagador.
Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 4 - 4, 26 out. 2015.

Garcia, L. F. D.
Grande resposta! Mas qual é mesmo a pergunta?.
Propmark, São Paulo, p. 2 - 2, 05 out. 2015.

Kuazaqui, E.
Consumo econômico, consciente e ideológico.
Blog Nota Alta ESPM, São Paulo, 09 abr. 2015.

Leite, S. F.
Episódio CharlieHebdo e o Terrorismo no mundo.
Brasil Econômico, São Paulo, p. 31 - 31, 05 fev. 2015.

O terrorismo no mundo contemporâneo: ponderações metodológicas.
Nota Alta, São Paulo, p. 1 - 1, 27 jan. 2015.

Mendonça, A.
A Religiosidade e Espiritualidade muito além dos Templos.
MUNDOCOOP, São Paulo, p. 42 - 44, 01 out. 2015.

Mistérios da Fé.
Plural - Revista Laboratório do Curso de Jornalismo da ESPM-SP, São Paulo, p. 12 - 21, 01 jun. 2015.

Quando a fé vira violência.
Plural - Revista Laboratório do Curso de Jornalismo da ESPM-SP, São Paulo, p. 6 - 9, 01 jun. 2015.

Menegon, L. F.
Novos empreendimentos surgem na sala de aula.
Valor Econômico, 05 out. 2015.

Casal cria delivery de coxinha em Nova York e usa metrô para fazer entregas. delivery de coxinha em Nova York e usa metrô para fazer entregas.
UOL, 13 ago. 2015.

Aos 10, garoto cria food bike de brigadeiro para estudar fora e une família.
13 ago. 2015.

Saiba como evitar os 10 erros mais comuns na hora de abrir uma empresa. Saiba como evitar os 10 erros mais comuns na hora de abrir uma empresa.
Correio Brasiliense, 08 ago. 2015.

6 maneiras baratas de conquistar clientes.
14 maio 2015.

Estoque pequeno ajuda empresa a manter caixa no azul.
03 maio 2015.

Desk de Notícias - download de candidatos.
Jornal Folha de São Paulo, 03 maio 2015.

7 dicas para quem quer conciliar emprego e o próprio negocio.
Exame Online, 29 abr. 2015.

Inovação incentiva novas parcerias.
16 abr. 2015.

Empreendedorismo por necessidade deve aumentar ao longo deste ano.
São Paulo, p. 4 - 4, 02 mar. 2015.

Moraes Júnior, E.
Ética e técnica na formação do jornalista: entrevista com o professor Josenildo Guerra.
Revista Alterjor, São Paulo, p. 1 - 1, 05 jan. 2015.

Pimenta Junior, J. L.
A construção de uma agenda brasileira efetiva de acesso a mercados.
Revista da ESPM, p. 60 - 62, 01 set. 2015.

Pliger, M.
Maior evento de tipografia, conferência anual da ATypI chega a SP.
Folha de S.Paulo, São Paulo, 14 out. 2015.

Designer de livros, Irma Boom dará oficina na festa de Paraty.
Folha de S.Paulo, São Paulo, 20 maio 2015.

Richarte-Martinez, V.I.p.
'Chefe, sou Gay'.
Revista Exame, São Paulo, , v. 1088-v8, p. 32 - 45, 29 abr. 2015.

Rocha Junior, I.; Nakagawa, M. H.
Responsabilidade Socioambiental e Consumo: Uma Equação Necessária.
Revista da ESPM, p. 148 - 153, 31 maio 2015.

Santi, P. L. R.
Histórias sem fim.
Poder. Joyce Paskowitch, São Paulo, p. 54 - 57, 04 maio 2015.

Sato, S. K.
4 dicas para divulgar sua marca com pouco ou nenhum dinheiro.
Exame. 2015.

Serva, L.
Viver como cego.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 07 dez. 2015.

Vamos passar vergonha em Paris.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 30 nov. 2015.

Instante e vida decisivos de Claudia Andujar.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. 2 Ilustríssima, 29 nov. 2015.

A complexidade moral do brasileiro.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 23 nov. 2015.

Terrorismo: a imprensa nos enganou.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 16 nov. 2015.

Ônibus: agora é que são eles!.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 09 nov. 2015.

Em Finados, prefeitura mata árvores.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 02 nov. 2015.

Aperte o cinto, esqueceram o pedestre.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 26 out. 2015.

Atropelamento alerta que só parte das irregularidades no trânsito é multada.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 19 out. 2015.

Imobiliária Sem-Teto, pois não?.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 12 out. 2015.

Mais gente deixa o carro em casa. E você?.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 05 out. 2015.

Sem dinheiro pro busão.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 28 set. 2015.

Largou o cigarro, que tal deixar o carro?.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 21 set. 2015.

Foi só um sonho, Gigante. Volta a dormir!.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. Cotidiano 2, 14 set. 2015.

Prioridade deve ser dos pedestres, não de ciclistas, diz urbanista colombiano.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. A12, 14 set. 2015.

Quarta-feira na Câmara dos Vereadores.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 07 set. 2015.

Imagens terríveis na principal igreja de SP devoram os espetadores.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4, 05 set. 2015.

Uber ou não Uber é a questão.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. C2, 31 ago. 2015.

E se chamar calçada de 'pedestrovia'?.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 24 ago. 2015.

E nós que amávamos tanto a revolução?.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. C2, 17 ago. 2015.

'Boa notícia': Guarulhos contesta coluna.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 10 ago. 2015.

Boa notícia: a poluição do Tietê diminuiu.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. C2, 03 ago. 2015.

Como se o câncer fosse necessário.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. C2, 20 jul. 2015.

Marketing em alta velocidade.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 20 jul. 2015.

A corrupção se tornou finalidade.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 13 jul. 2015.

Avanços e retrocessos nos ônibus de SP.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. C2, 06 jul. 2015.

A cidade se encontra na ciclovia da Paulista.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. Cotidiano 3, 29 jun. 2015.

A hora e vez do Eletrolão.
Folha de S.Paulo, p. Cotidiano 2, 22 jun. 2015.

Minhocão fecha sábado, talvez para sempre.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 15 jun. 2015.

CET: É possível fechar o Minhocão.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. cotidiano 2, 08 jun. 2015.

Alô, prefeito: Haddad liga para criticar coluna.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 01 jun. 2015.

São Paulo, cidade LED.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. Cotidiano 2, 25 maio 2015.

São Paulo, cidade LED.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. Cotidiano 2, 25 maio 2015.

Minhocão e Maluf: 'Imbecil e idiota'.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 18 maio 2015.

Sua mãe usa ouro roubado de índios?.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. Cotidiano 2, 11 maio 2015.

Seu juiz, tire o narigão do meu smartphone!.
Folha de S.Paulo, Sao Paulo, SP, 04 maio 2015.

Plantar florestas para colher árvores.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. Cotidiano 2, 27 abr. 2015.

Diga 'precarização' e eu te direi quem és.
Folha de S. Paulo, São Paulo, SP, 20 abr. 2015.
Criatividade tira energia de resíduos.
Folha de S.Paulo, São Paulo, p. Cotidiano 2, 13 abr. 2015.

CQD: Marginal do Tietê prova a lei do 'Trânsito Induzido'.
Folha de S.Paulo, Sao Paulo, SP, 06 abr. 2015.

Seu juiz: Ciclovia boa é ruim para carros.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 23 mar. 2015.

SXSW: Todo mundo busca criatividade.
Folha de S.Paulo, São Paulo, p. D2, 16 mar. 2015.

Adeus, Cidade Limpa!.
Folha de S.Paulo, São Paulo, 09 mar. 2015.

Vai para o SUS, Ministro!.
Folha de S.Paulo, São Paulo, p. C2, 02 mar. 2015.

Morte sistemática de lanomâmis é tabu.
Folha de S.Paulo, São Paulo, 23 fev. 2015.

São Paulo só terá ônibus não poluentes até 2018.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B2, 16 fev. 2015.

Haddad quer inaugurar mas depois não cuida.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 09 fev. 2015.

SP terá mais ônibus de madrugada.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. C2, 02 fev. 2015.

Brasil de Saudade.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 26 jan. 2015.

Enterrar os #malditosfios.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. C2, 19 jan. 2015.

Lições de Londres para São Paulo.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 12 jan. 2015.

Ônibus: Falta a autoridade metropolitana.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. C2, 05 jan. 2015.

Serva, L.; Vasconcellos, C.
Maior criação da humanidade, cidades são as mais antigas redes sociais.
Folha de S.Paulo - Revista Serafina, São Paulo, SP, 25 jan. 2015.

Souza, L. A. M. ; Souza, K. M.
De cabeça para baixo.
Revista do Comércio do Jahu, p. 32 - 32, 13 dez. 2015.

Souza, K. M.; Souza, L. A. M.
É só uma teoria.
Revista do Comercio do Jahu, p. 57 - 57, 04 out. 2015.

O inesperado.
Revista do Comercio do Jahu, Jaú, p. 56 - 56, 09 ago. 2015.

A reação de caráter e o atraso do trem.
Revista do Comércio do Jahu, p. 54 - 54, 28 jun. 2015.

Tempos difíceis.
Revista do Comércio do Jahu, p. 46 - 46, 17 maio 2015.

Mas chegou o carnaval....
Revista do Comércio do Jahu, p. 54 - 54, 01 mar. 2015.

Trevisan, L. N.
'Internet das coisas' mudará consumo e carreiras.
O Estado de S. Paulo, São Paulo, p. 3 - 3, 10 jan. 2016.

'Aluguel de empresas' redesenha carreiras.
O Estado de S. Paulo, São Paulo, p. 2 - 2, 15 nov. 2015.

Misturar avaliação com TI melhora produtividade?.
O Estado de S. Paulo, São Paulo, p. 4 - 4, 11 out. 2015.

Função X Bigdata. Ou, quando meu emprego desaparecerá?.
O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 3 - 3, 06 set. 2015.

Sem compartilhar, nem madrastas nem Cinderelas avançam na carreira.
O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 5 - 5, 02 ago. 2015.

Jeito Uber transforma emprego em plataforma de negócio.
O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 5 - 5, 05 jul. 2015.

Bater metas? Um app para pensar a produtividade de outro jeito.
O Estado de São Paulo, p. 5 - 5, 07 jun. 2015.

Robôs? É melhor ficar amigo deles....
O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 3 - 3, 10 maio 2015.

É preciso "discutir a relação" entre carreira e produtividade.
O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 4 - 4, 19 abr. 2015.

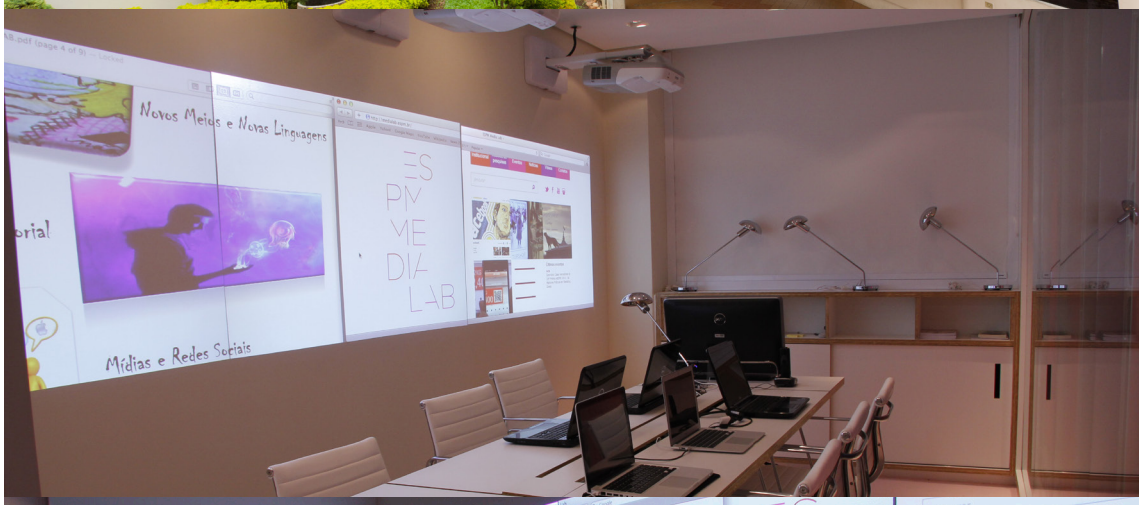
Na hora de procurar emprego, indústria ou área de serviços?.
O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 6 - 6, 29 mar. 2015.

Quando começam os "últimos dias" em qualquer cargo?.
O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 5 - 5, 22 fev. 2015.

Carrreiras "on demand" Isso é bom.
O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 7 - 7, 25 jan. 2015.

Sobre a ESPM

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



ESPM