



# COBRA Consumption & Branding Conference 2024

## PROGRAMAÇÃO

*Consumo e Marketing em Cenários Turbulentos*

**21 e 22 Nov 2024**

ESPM TECH, São Paulo

MESTRADO E  
DOUTORADO **ESPM**





## PROGRAMAÇÃO SINTÉTICA

21-NOV (Quinta-feira)				22-NOV (Sexta-feira)			
Horário	Sessão	Local	Descrição	Horário	Sessão	Local	Descrição
8:30   8:45	-	Frete Auditório	<b>Credenciamento &amp; Welcome Coffee</b>	8:30   9:00	-	Frete Auditório	<b>Credenciamento &amp; Welcome Coffee</b>
8:45   10:30	1.1	Auditório	<b>Cerimônia de Abertura</b> <i>Palestra Internacional #1</i> <b>On development of authentic leadership in turbulent times</b>	9:00   10:30	2.1	Auditório	<i>Palestra Internacional #2</i> <b>Unicorns from emerging markets: Competitive challenges in turbulent times</b>
10:30   11:00	-	12º andar	<b>Coffee Break</b>	10:30   11:00	-	12º andar	<b>Coffee Break</b>
11:00   12:30	1.2.1	Auditório	<i>Painel Temático #1</i> <b>Automação e otimização de processos organizacionais</b>	11:00   12:30	2.2.1	Auditório	<i>Painel Temático #2</i> <b>Sustentabilidade Aplicada</b>
	1.2.2	10C	<b>PDW Simpósio &amp; COBRA</b>		2.2.2	9B	<b>Marcas e relacionamento com o cliente</b>
	1.2.3	9B	<b>Cultura e consumo</b>				
12:30   14:00	-	-	<b>Almoço Livre</b>	12:30   14:00	-	-	<b>Almoço Livre</b>
14:00   15:30	1.3.1	Auditório	<i>Workshop de Metodologia</i> <b>Transforme sua pesquisa qualitativa com inteligência artificial</b>	14:00   15:30	2.3.1	Auditório	<i>Painel Temático #3</i> <b>Emerging multinationals: research network</b>
	1.3.2	9B	<b>Marketing Estratégico e Marketing Internacional</b>		2.3.2	9B	<b>Marketing, Sociedade e Sustentabilidade</b>
15:30   17:00	1.4	12º andar	<b>Coffee Break</b>	15:30   17:00	2.4.1	10-B	<b>Conceitos Portais: Como Alinhar Teoria e Prática a Partir das "Grandes Ideias" de uma Disciplina para Promover a Aprendizagem Significativa?</b>
			<b>Sessão de Pôsteres #1</b>		2.4.2	12º andar	<b>Coffee Break &amp; Sessão de Pôsteres #2</b>
17:00   18:30	1.5.1	9B	<i>Painel Temático #2</i> <b>Tempos turbulentos, um panorama político empresarial</b>	17:00   18:15	2.5	Auditório	<b>Cerimônia de Encerramento Entrega de Prêmios</b>
	1.5.2	9C	<b>Comportamento do consumidor</b>				
			<b>Coffee Break</b>				<b>Coffee Break</b>
18:30   21:00	1.6	Auditório	<b>Painel Entrever Futuros</b>	18:30   21:00	2.6	Auditório	<b>Painel Entrever Futuros</b>



## 1.1 Abertura & Palestra Internacional #1

21-Nov (Quinta-feira)

8:45~10:30

### Cerimônia de Abertura

Boas-Vindas  
Abertura Oficial

**Denilde Oliveira Holzacker, ESPM**  
Diretora Acadêmica de Pesquisa e Pós-graduação  
Stricto Sensu da ESPM

**Sílvio Luís de Vasconcellos, ESPM**  
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em  
Administração (PPGA)

**Evandro Luiz Lopes, ESPM**  
Coordenador do Mestrado Profissional em  
Comportamento do Consumidor (MPCC)

**Mario Henrique Ogasavara, ESPM**  
Coordenador Geral  
XV Simpósio Internacional ESPM

**Vivian Iara Strehlau, ESPM**  
Coordenadora Geral  
2024 COBRA Conference

**Roberta Dias Campos, ESPM**  
Coordenadora do Entrever Futuros



### Palestra Internacional #1

#### GUEST SPEAKER



**Vlado Dimovski, Ph.D.**

*University of Ljubljana (Slovenia)*

Vlado Dimovski is a full professor of management at the Faculty of Economics, University of Ljubljana, Slovenia. He holds degrees in economics (BA, MA), philosophy (BA), and a Ph.D. in Management and Finance from Cleveland State University. His dissertation was among the first globally on organizational learning and learning organizations.

Since 1984, he has been with the Faculty of Economics. He has served as State Secretary for Industry (1995-1997), Minister for Labor, Family, and Social Affairs (2000-2004), and President of the Center for International Competitiveness (1997-2000). He has authored numerous books, book chapters, and research articles in Slovenian and international journals.

As a professor, he has supervised nearly 300 undergraduate theses, over 200 master's theses, and almost 20 doctoral theses. His expertise includes organizational learning, knowledge management, and leadership. He has taught and conducted research at many renowned universities and institutions.

Dimovski is also active in sports, having served as president of the Swimming Federation of Slovenia, in charity work, and as a member of the Clinton Global Initiative and Lions International. He has received numerous honors and awards, including the Youth Leader Award, Best Master Thesis Award, Beta Gamma Sigma, Slovenian Management Award, Who's Who Statesmen, Harvard Directory of Scholars, and multiple Best Paper Awards.

#### ON DEVELOPMENT OF AUTHENTIC LEADERSHIP IN TURBULENT TIMES

Empirical evidence supporting the model of authentic leadership underscores the practical significance of expressing authenticity. This expression fosters authentic followership and yields both indirect (externally perceived authenticity) and direct (self-perceived authenticity) outcomes from employees' perspectives. Consequently, it is concluded that leaders aiming to enhance employee outcomes should cultivate their personality and behavior towards authentic functioning.

This presentation focuses on the analysis and development of authentic leadership within organizations. It is insufficient to internalize authentic leadership solely at the individual level. For managers in a learning organization, it is essential that both managers and employees embody authenticity, thereby developing authentic leadership throughout the organization. This approach fosters a positive organizational identity and secures a sustainable competitive advantage.





## 1.2 Sessões Paralelas

21-Nov (Quinta-feira)

11:00~12:30

Sessão	1.2.1	Horário	11:00 - 12:30
Formato	Painel	Sala	Auditório
Tema	Painel Temático #1		
<b>AUTOMAÇÃO E OTIMIZAÇÃO DE PROCESSOS ORGANIZACIONAIS</b>			
<i>Simone Tavares Fernandes</i> USP			
<i>Marcio Benedito de Souza</i> Practia Brasil			
<i>Eduardo Carril Coco</i> ECARRIL Consulting			
As transformações dos últimos anos impulsionaram avanços tecnológicos significativos, moldando uma nova realidade para as organizações. Hoje, diversas tecnologias, como a Automação Robótica de Processos (RPA) e a Inteligência Artificial (IA), são aplicadas para otimizar processos organizacionais. Para garantir o sucesso na aplicação das tecnologias nas empresas, é essencial combinar ferramentas, modelar processos e adotar boas práticas de gestão. RPA e IA possuem uma conexão intrínseca ao longo de sua evolução. O RPA automatiza atividades rotineiras com robôs aumentando a produtividade e reduzindo erros humanos. A IA por sua vez utiliza algoritmos para simular comportamento inteligente em máquinas aplicando-se em automação em suas estratégias melhorar resultados aumentar a produtividade e escalar seus negócios. Com processos mais rápidos e eficientes as empresas podem melhorar a experiência do cliente oferecendo serviços mais ágeis e precisos. Além disso a automação permite que as equipes se concentrem em atividades de maior valor agregado promovendo uma transformação digital mais ampla e sustentável dentro das empresas. O painel explorará a importância da tecnologia na otimização e inovação dos processos organizacionais destacando as melhores práticas desafios comuns e soluções estratégicas para maximizar os benefícios do RPA. Os participantes terão a oportunidade de adquirir um conhecimento aprofundado sobre os aspectos cruciais para a implementação bem-sucedida de RPA bem como suas combinações tecnológicas exemplificadas por um caso de “hiper automação” que integra RPA. Além disso o painel abordará como essas tecnologias estão transcendendo a eficiência operacional impactando diretamente o core dos negócios e transformando os modelos de operação e a proposta de valor das empresas.			

Sessão	1.2.2	Horário	11:00 - 12:30
Formato	Oral	Sala	10C
Tema	PDW - Simpósio & COBRA		
<b>[SI-41]</b> <b>STAKEHOLDER ENGAGEMENT THROUGH THE LENS OF JUSTIFICATION: TOOLS FOR EXPLORING ORGANIZATIONAL MISCONDUCT</b> <i>Helna Almeida de Araujo Goes, USP</i> <i>Ronaldo de Oliveira Santos Jhuniore, USP</i>			
<b>Debatedores</b> <i>Fernando Antônio Ribeiro Serra, UNINOVE</i> <i>Priscila Rezende da Costa, UNINOVE</i>			
<b>[CC-39]</b> <b>DEINFLUENCING: O EFEITO DA AVALIAÇÃO NEGATIVA DE INFLUENCIADORES DIGITAIS NA PERCEPÇÃO DE CREDIBILIDADE DO CONSUMIDOR</b> <i>Eduardo Mesquita de Sousa., ESPM</i> <i>Eliane Herrero Lopes, ESPM</i> <i>Evandro Luiz Lopes, ESPM</i> <i>Vivian Iara Strehlau, ESPM</i>			
<b>Debatedores</b> <i>Flávio Santino Bizarrias, ESPM</i> <i>Marcelo Luiz Dias da Silva Gabriel, ESPM</i>			

Sessão	1.2.3	Horário	11:00 - 12:30
Formato	Oral	Sala	9B
Tema	Cultura e consumo		
Debatedor	Roberta Dias Campos		
<b>[CO-36]</b> <b>ESTUDO EXPLORATÓRIO DAS DARK KITCHENS: UMA REVISÃO DA LITERATURA E ELABORAÇÃO DE UM FRAMEWORK DE ESCOLHA DE MODELO DE NEGÓCIO</b> <i>Valdir Ramos Lima</i> <i>Eduardo Mesquita de Sousa</i> <i>Marcelo Carvalho</i> <i>Evandro Luiz Lopes</i>			
<b>[CO-42]</b> <b>ESTRATÉGIAS DE MANIPULAÇÃO EM CÂMARAS DE ECO DE GRUPOS ANTIVACINA: UMA ANÁLISE DAS DINÂMICAS DE INFLUÊNCIA</b> <i>Bruna Scoralick Queiroz</i> <i>Suzane Strehlau</i>			
<b>[CO-53]</b> <b>WHY DO WE GIVE HUMAN NAMES TO PETS? A STUDY ON THE ANTHROPOMORPHISM PROCESS OF PETS</b> <i>Pedro Paulo Santos Cavalcante</i> <i>Evandro Luiz Lopes</i> <i>Marcio André Belchior Junior</i>			



## 1.3 Sessões Paralelas

21-Nov (Quinta-feira)

14:00~15:30

Sessão	<b>1.3.1</b>	Horário	<b>14:00 - 15:30</b>
Formato	<b>Workshop</b>	Sala	<b>Auditório</b>
Tema	<b>Workshop de Metodologia</b>		
<b>TRANSFORME SUA PESQUISA QUALITATIVA COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL</b>			
<b>Eder J. Alves</b> <i>PredictON</i>			
<p>Sob a ótica da pesquisa qualitativa analisaremos a ferramenta de Inteligência Artificial do MAXQDA denominada AI Assist. Abordaremos as questões relacionadas com a privacidade de dados. Descobriremos como você pode usar o AI Assist de forma colaborativa nas fases do projeto de pesquisa. Entre outras funcionalidades, você verá como "conversar" via chat com documentos e códigos, podendo fazer perguntas em uma caixa de diálogo interativa. Explicaremos como realizar análises de segmentos de texto resumidos por meio do AI Assist durante a fase de exploração. Abordaremos também como gerar resultados na grade resumos. O AI Assist pode sugerir códigos e subcódigos. Você verá como é possível personalizar seus resultados e exportar os relatórios. Mostraremos como realizar resumos de segmentos codificados individuais ou de códigos inteiros. Após analisar estas possibilidades do AI Assist MAXQDA, discutiremos como utilizar estas funcionalidades no seu projeto de pesquisa.</p>			
Agenda:			
<ul style="list-style-type: none"><li>○ Privacidade de dados</li><li>○ Crie resumos:</li><li>○ Documento</li><li>○ Segmento codificado</li><li>○ Passagens de texto selecionado</li><li>○ Sugerir códigos e subcódigos e explicações</li><li>○ Converse com o documento ou código</li><li>○ Codificar com IA um documento</li><li>○ Gerar resultados na grade resumos</li><li>○ Limites no tamanho de texto e solução de problemas.</li></ul>			
Sessão	<b>1.3.2</b>	Horário	<b>14:00 - 15:30</b>
Formato	<b>Oral</b>	Sala	<b>9B</b>
Tema	<b>Marketing Estratégico e Marketing Internacional</b>		
Debatedor	Thelma Valeria Rocha		
<b>[CO-08]</b> <b>AROUND THE WORLD IN 30 LOYALTY PROGRAMS: HOW TO CONSIDER CULTURE IN A RETAIL LOYALTY PROGRAM</b> <i>Debora Moutinho Franchim</i> <i>Vivian Iara Strehlau</i>			
<b>[CO-16]</b> <b>INTERNACIONALIZAÇÃO DA TESCO NA EUROPA CENTRAL</b> <i>Debora Moutinho Franchim</i>			
<b>[CO-24]</b> <b>MAPPING THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF, XENOCENTRISM, AND COUNTRY: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS AND FUTURE RESEARCH AGENDA</b> <i>Joana Rosa Cardoso de Carvalho</i> <i>Larissa Luz Raposo</i> <i>Vivian Iara Strehlau</i>			



**1.4 Sessão de Pôsteres #1**

**21-Nov (Quinta-feira)**

**15:30~17:00**

**A sessão de pôsteres será realizada no 12º Andar, juntamente com o Coffee Break**

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <p><b>[CO-10]</b><br/><b>É POSSÍVEL APRENDER ATRAVÉS DO TIKTOK? ANÁLISE SOBRE AS MOTIVAÇÕES PARA APRENDIZADO DE NOVOS IDIOMAS NA REDE SOCIAL.</b><br/><i>Rita de Cássia Brito Ruas<br/>Roberta Dias Campos</i></p>                                  | <p><b>[CO-35]</b><br/><b>A PERCEÇÃO DE LUXO DO CONSUMIDOR DE COSMÉTICOS POR MEIO DE MARCAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS</b><br/><i>Miguel Al Behy Kanaan Coelho<br/>Isabela Silva Bizarrias<br/>Renato Rodrigues Leite Nalini<br/>Bianca Dyonisio Neiman<br/>Helder Rodrigues Pedreira<br/>Catharina Martins Donatti</i></p> | <p><b>[CO-50]</b><br/><b>INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS EXPORTADORAS DO MATO GROSSO: ASPECTOS MERCADOLÓGICOS E ESTRATÉGICOS</b><br/><i>Gladistone Soares Lopes da Silva</i></p>   |
| <p><b>[CO-20]</b><br/><b>CONSUMO DE PRODUTOS CULTURAIS ORIENTAIS POR ADOLESCENTES E JOVENS ADULTOS BRASILEIROS</b><br/><i>Rhafaél Cardoso</i></p>   | <p><b>[CO-38]</b><br/><b>COMPORTAMENTO DE CONSUMO DE COSMÉTICOS POR PRÉ-ADOLESCENTES: UMA ANÁLISE DAS PRÁTICAS DE CUIDADOS COM A PELE</b><br/><i>Vitória Carvalho<br/>Karin Pompeo<br/>Natalia Paixão</i></p>  | <p><b>[CO-58]</b><br/><b>O DILEMA DA PADRONIZAÇÃO E ADAPTAÇÃO DO MIX DE MARKETING ISLÂMICO PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS HALAL PRODUZIDOS NO BRASIL</b><br/><i>Luana Lopes de Oliveira;<br/>Thelma Valeria Rocha Rodrigues</i></p>                       |
| <p><b>[CO-23]</b><br/><b>ADAPTAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DIGITAIS NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PÓS-PANDEMIA: UMA PROPOSTA DE PESQUISA</b><br/><i>Karoline Kantovick<br/>Evandro Luiz Lopes</i></p>  | <p><b>[CO-49]</b><br/><b>O CONSUMO DE MODA COMO RECURSO PARA ENFRENTAR MOMENTOS DE CRISE E DE RECONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE</b><br/><i>Mariana de Freitas Cammarano<br/>Roberta Dias Campos</i></p>   | <p><b>[CO-61]</b><br/><b>A AUTOEFICÁCIA NA ESCOLHA DE PRESENTES EM RELACIONAMENTOS</b><br/><i>Stephanie Pinheiro Costa;<br/>Jurema Aguiar de Araujo;<br/>Livia Tasinaffo de Melo;<br/>Jéssica Sara Vasconcelos Mello;<br/>Thiago Zacariotti de Freitas</i></p> |
| <p><b>[CO-28]</b><br/><b>O IMPACTO DO 'MADE IN' NA ESCOLHA DO VINHO: UM ESTUDO SOBRE O XENOCENTRISMO E A INTENÇÃO DE COMPRA NO CONTEXTO BRASILEIRO</b><br/><i>Joana Rosa Cardoso de Carvalho<br/>Larissa Luz Raposo<br/>Diogo Leite da Cruz</i></p> |  |  |



## 1.5 Sessões Paralelas

21-Nov (Quinta-feira)

17:00~18:30

Sessão	<b>1.5.1</b>	Horário	<b>17:00 - 18:30</b>
Formato	<b>Painel</b>	Sala	<b>9B</b>
Tema	<b>Painel temático #2</b>		

### TEMPOS TURBULENTOS, UM PANORAMA POLÍTICO EMPRESARIAL

Moderação  
**Silvio Vasconcellos**  
ESPM

Painelista  
**Denilde Holzacker**  
ESPM

**Luiz Tadeu Arraes Lopes**  
FGV

Neste painel, exploraremos as complexas interações entre o cenário político e o ambiente empresarial em tempos de incerteza. Os painelistas discutirão como as mudanças políticas globais impactam as estratégias empresariais, a tomada de decisões e a sustentabilidade dos negócios. Serão abordadas questões diversas como volatilidade econômica, as políticas governamentais emergentes e as tendências geopolíticas que moldam o futuro das empresas. Este é um convite para uma análise profunda e esclarecedora sobre como navegar e prosperar em um mundo em constante transformação.



Sessão	<b>1.5.2</b>	Horário	<b>17:00 - 18:30</b>
Formato	<b>Oral</b>	Sala	<b>9C</b>
Tema	<b>Comportamento do consumidor</b>		
Debatedor	Flavio Santino Bizarrias		

**[CO-11]**  
**CAT-PEOPLE ARE INDIFFERENT, DOG-PEOPLE ARE NOT: THE EFFECT OF CONSUMER PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP ON PURCHASE INTENTION**  
*Antonio Pedro Cruz Costa Alves*  
*Siliane Ferrari Voltolini*  
*Evandro Luiz Lopes*  
*Vivian Iara Strehlau*  
*Silvio Luís de Vasconcellos*

**[CO-18]**  
**QUANDO O ESTOQUE, A PSICOLOGIA APARECE: O EFEITO MODERADOR DO FOCO REGULATÓRIO EM REAÇÕES DE CONSUMIDORES AO OUT-OF-STOCK**  
*Evandro Luiz Lopes*  
*Eduardo Mesquita de Sousa*  
*Eliane Herrero Lopes*

**[CO-32]**  
**INFLUENCIANDO O COMPORTAMENTO DE COMPRA DIGITAL COM USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL “HUMANA” EM REDES E MÍDIAS SOCIAIS VIRTUAIS.**  
*Alexandre Marquesi*

**[CO-53]**  
**ENTRE CELEBRIDADES E CONSUMIDORES: RESULTADOS PRELIMINARES DE UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DA REVENDA DE PRODUTOS DE LUXO NO MERCADO DE SEGUNDA MÃO E SUA RELAÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE**  
*Adriano Kogachi Sá*  
*Suzane Strehlau*



## 1.6 ENTREVER FUTUROS

21-Nov (Quinta-feira)

18:30~21:00

Sessão	<b>1.6.1</b>	Horário	<b>18:30 - 19:30</b>
Formato	<b>Painel</b>	Sala	Auditório
Tema	<b>Painel de Métodos de Futuros #1</b>		

### MÉTODOS DE FUTUROS - Box1824

**Julia Curan**

Strategy Director na Futures Unit, Box 1824

Moderação

**Karin Brondino**

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comportamento do Consumidor (PPGCC), ESPM

Neste painel, vamos conhecer soluções criativas que empresas e pesquisadores adotam para desenhar tendências e futuros. Cada painel traz uma proposta diferente.



**ESPM**

Sessão	<b>1.6.2.</b>	Horário	<b>19:30 - 21:0</b>
Formato	<b>Painel</b>	Sala	Auditório
Tema	<b>Mesa redonda</b>		

### FUTUROS E INOVAÇÃO: DESAFIOS E AVANÇOS NA APLICAÇÃO DE FUTUROS À PESQUISA DE INOVAÇÃO

Participantes

**Gustavo Roque**

Gerente-Geral de Uso Futuro, Vale

**Mateus Silveira**

Sócio-Diretor de Produto e Estratégia, Hardy Design

**Katrin Wedre**

Regional Innovation Manager, Electrolux

**Ângela Fernandes**

Director Consumer Science, Mondelez

Moderação

**Roberta Campos**

PPGCC-ESPM / Coordenadora do Entrever Futuros do Consumo, ESPM



**ESPM**





## 2.1 Palestra Internacional #2

22-Nov (Sexta-feira)

9:00~10:30

### Palestra Internacional #2

#### GUEST SPEAKER



**Diego Finchelstein, Ph.D.**  
*Universidad de San Andrés (Argentina)*

#### Unicorns from Emerging Markets: Competitive Challenges in Turbulent Times

Over the past decade, the rise of unicorns from developing markets has surged. In this speech, Diego Finchelstein will explore how these companies have achieved rapid growth and, in some cases, attained regional or global prominence despite facing numerous challenges. Specifically, he will explore how these unicorns have navigated their relatively limited capabilities regarding innovation and financial resources and how they have faced competition from firms in advanced economies. Additionally, Finchelstein will analyze the impact of economic, political, and institutional instability in their home countries on these unicorns. Finally, he will discuss whether the current turbulent times pose obstacles to their growth or present opportunities for further development and consolidation.



Diego Finchelstein is an Associate Professor at Universidad de San Andrés in Argentina, teaching undergraduate and postgraduate courses in strategy and international business. He is also a researcher at Argentina's National Research Agency (CONICET). He earned his Ph.D. in Political Science from Northwestern University, USA.

His main areas of expertise encompass institutional environments, state actions, internationalization, and innovation from emerging markets. His research has been published in several prestigious international journals, including the Journal of World Business, Multinational Business Review, European Business Review, and Management Organization Review. He is co-editing a book on unicorns from emerging markets to be published by Cambridge University Press.


Finchelstein had been executive director of the Emerging Multinationals Research Network, and is a member of the Latin American and Caribbean Chapter of the Academy of International Business (AIB-LAC) executive board. Additionally, he has provided consultancy services for the Argentine Secretariat of Energy and the Inter-American Development Bank (IADB).



## 2.2 Sessões Paralelas

22-Nov (Sexta-feira)

11:00~12:30


Sessão	<b>2.2.1</b>	Horário	<b>11:00 - 12:30</b>
Formato	<b>Painel</b>	Sala	<b>Auditório</b>
Tema	<b>Painel Temático #3</b>		
<b>SUSTENTABILIDADE APLICADA</b>			
<u>Moderadora</u> <b>Thelma Valéria Rocha</b> ESPM			
<u>Panelistas</u> <b>Priscila A. Surita Sampaio</b> Hospital Israelita Albert Einstein			
<b>Juliana Chini</b> Rural Ventures			
<b>Cristine Naum</b> ESPM			
<p>O tema Sustentabilidade Aplicada será abordado a partir de três falas. A Superintendente de Sustentabilidade (ESG) do Hospital Israelita Albert Einstein vai contar como o tema tem sido trabalhado na Instituição. Em seguida, a Head de Open Innovation na Rural Ventures, Juliana Chini vai falar sobre Inovação e Tecnologia para a Sustentabilidade no Campo. E por fim, a professora da ESPM Cristine Naum da área de Sustentabilidade e ESG, vai mostrar de forma reflexiva que: “os investimentos em ESG tem aumentado, mas, ao mesmo tempo as emissões de carbono não param de aumentar, quais caminhos a Sociedade deve buscar?”</p>			
			
Sessão	<b>2.2.2</b>	Horário	<b>11:00 - 12:30</b>
Formato	<b>Oral</b>	Sala	<b>9B</b>
Tema	<b>Marcas e relacionamento com o cliente</b>		
Debatedores	Luciana Florencio de Almeida		
<b>[CO-40]</b> <b>A INTERSECÇÃO DAS MARCAS COM A IDENTIDADE GLOBAL, LOCAL E REGIONAL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA</b> Diogo Leite da Cruz Joana Rosa Cardoso de Carvalho Aline Delmanto Vivian Iara Strehlau			
<b>[CO-52]</b> <b>COMUNIDADES DE MARCA DE HAMBURGUER EM CENÁRIOS UTÓPICOS E DISTÓPICOS</b> Alexander Quenner Aguiar Pedroso Fabiana Gondim Mariutti			
<b>[CO-15]</b> <b>A CONSTRUÇÃO DA FIDELIDADE VIA PROGRAMAS DE RELACIONAMENTO NO ATACAREJO</b> Luis Felipe Fidalgo Esquerdo Vinicius Cañas Conversani Thelma Rocha Debora Franchim			
<b>[CO-29]</b> <b>GESTÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE: COMPETÊNCIAS APLICADAS AO CONTEXTO BRASILEIRO</b> Mayla Teixeira Takahashi Luciana Florêncio de Almeida			



## 2.3 Sessões Paralelas

22-Nov (Sexta-feira)

14:00~15:30

Sessão	<b>2.3.1</b>	Horário	<b>14:00 - 15:30</b>
Formato	<b>Painel</b>	Sala	<b>Auditório</b>
Tema	<b>Painel Temático #4</b>		
<b>EMERGING MULTINATIONALS RESEARCH NETWORK: PERSPECTIVA DO EMPREENDEDORISMO E OS CENÁRIOS TURBULENTOS NA AMÉRICA LATINA E MERCADOS EMERGENTES</b>			
<b><i>Fernanda Cahen</i></b> <i>ESPM</i>			
<b><i>Diego Finchelstein</i></b> <i>Universidad de San Andrés</i>			
<b><i>Moacir de Miranda Oliveira Júnior</i></b> <i>FEA-USP</i>			
<b><i>Ricardo Buitrago</i></b> <i>EGADE Business School, Tecnológico de Monterrey</i>			
<p>The Emerging Multinationals Research Network (EMRN), is a collaboration initiative among Johnsons School at Cornell University, FEAUSP (Universidad de Sao Paulo Business School), EGADE Business School - Tecnologico de Monterrey (Mexico), Universidad de los Andes School of Management (Colombia), University of San Andres (Argentina) and University Center of ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing (Brazil). The network aims to create and support academic research outputs about topics related to emerging markets.</p>			
			
Sessão	<b>2.3.2</b>	Horário	<b>14:00 - 15:30</b>
Formato	<b>Oral</b>	Sala	<b>9B</b>
Tema	<b>Marketing, Sociedade e Sustentabilidade</b>		
Debatedores	<b>Marcelo Gabriel</b>		
<b>[CO-19]</b> <b>CONSUMO EM TEMPOS DE COVID-19: UMA REVISÃO DA ESTRUTURA INTELECTUAL E AGENDA DE PESQUISA</b> <i>Diego Nogueira Rafael</i> <i>Eliane Herrero Lopes</i> <i>Evandro Luiz Lopes</i>			
<b>[CO-33]</b> <b>CONSUMIDOR COM DEFICIÊNCIA VISUAL E A ESCOLHA DE ATRIBUTOS: O PAPEL DO HEDONISMO, DO UTILITARISMO E DO SENSORIAL</b> <i>Flávio Santino Bizarrias</i> <i>Bruno Veneziano Cornacchioni</i>			
<b>[CO-37]</b> <b>VERACIDADE DA IMAGEM ORGANIZACIONAL: ANÁLISE CRÍTICA DOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE DE TRÊS MONTADORAS DE VEÍCULOS</b> <i>Matheus Fernandes Coelho</i> <i>Eduardo Mesquita de Sousa</i> <i>Marcelo Carvalho</i> <i>Evandro Luiz Lopes</i>			
<b>[CO-51]</b> <b>O PLANO DIRETOR DA CIDADE DE SÃO PAULO: DA MORADIA E MOBILIDADE, AO CRESCIMENTO DOS APARTAMENTOS MENORES</b> <i>Pedro Paulo Santos Cavalcante</i> <i>Cristina Helena Pinto de Mello</i> <i>Evandro Luiz Lopes</i>			



## 2.4 Sessão de Pôsteres #2

22-Nov (Sexta-feira)

15:30~17:00

Sessão	2.4.1	Horário	15:30 – 17:00
Formato	Painel	Sala	10-B
Tema	Painel Temático #5		

### A sessão de pôsteres será realizada no 12º Andar, juntamente com o Coffee Break

#### CONCEITOS PORTAIS: COMO ALINHAR TEORIA E PRÁTICA A PARTIR DAS "GRANDES IDEIAS" DE UMA DISCIPLINA PARA PROMOVER A APRENDIZAGEM SIGNIFICATIVA?

**Paulo Rogério Miranda Correia, EACH-USP**  
Coordenador do GPMC  
Grupo de Pesquisa em Mapas Conceituais da USP

**Ivan Itocazo Soida, ESPM**  
Colaborador acadêmico do GPMC-USP

**Marília Soares, Centro Paula Souza**  
Pesquisadora do GPMC-USP

Todo estudante de graduação enfrenta desafios ao tentar conectar teoria e aplicação prática, em uma disciplina. Superar essa barreira e integrar esses dois aspectos é fundamental para desenvolver as habilidades relacionadas ao conhecimento especializado. Os conceitos portais, ou as "grandes ideias" que mudam a forma de pensar em uma área, desempenham um papel crucial nesse processo. Este painel discutirá como os conceitos portais ajudam um estudante a ir além da compreensão superficial e aplicar o conhecimento teórico a situações reais, transformando a maneira como os estudantes compreendem uma área e como devem atuar nesse contexto. Para os docentes, a consideração aos conceitos portais no planejamento de uma disciplina contribui para uma aprendizagem mais significativa, ajudando a guiar os estudantes na construção de conexões mais sólidas entre teoria e prática.

**[CO-14]**  
**A INFLUÊNCIA DAS PRÁTICAS DE GREENWASHING NA ATITUDE DA MARCA: UMA ANÁLISE MULTIDIMENSIONAL DO CONSUMIDOR DE COSMÉTICOS NO BRASIL**  
Rafael Donaire Bindo de Lima  
Isabela Silva Bizarrias

**[CO-21]**  
**TEMPERO MUSICAL: COMO MODULAR A EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR NO WINEBAR**  
Jessica Marinzeck Cruz  
Luciana Florêncio de Almeida

**[CO-31]**  
**FATORES DE ADOÇÃO DE APLICATIVOS MÓVEIS BANCÁRIOS: A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE COMO MODERADOR E O IMPACTO DA LEALDADE BANCÁRIA**  
Moacir Fontolan Junior  
Luciana Florêncio de Almeida

**[CO-41]**  
**MATERIALIZAÇÃO DA HIPERTENSÃO: O PAPEL DA AUTOMEDIDA DA PRESSÃO ARTERIAL NA ADESÃO AO TRATAMENTO EM PACIENTES HIPERTENSOS**  
Lucas Marqueto Passos;  
Karin Lígia Brondino Pompeu

**[CO-43]**  
**PERCEPÇÃO DE ESTEREÓTIPOS SOBRE PÚBLICO GEEK: UM ESTUDO PRELIMINAR**  
Lucca Ferreira Cossio  
Lucas Santos Ramos Ribeiro  
Gabriel Rocco Pires de Campos  
Maria Fernanda Abdalla Segurado  
Marcelo Gabriel

**[CO-44]**  
**A COR COMO PORTADORA DE EMOÇÕES: ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DAS CORES ANTES DA IDENTIFICAÇÃO DA MARCA EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E SEU IMPACTO NA DECISÃO DE COMPRA**  
Suellen Marques  
Roberta Dias Campos

**[CO-45]**  
**EFEITOS DOS DESENHOS EDUCACIONAIS NAS VARIÁVEIS DE RESULTADO DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS**  
Flavio Foguel  
Evandro Luiz Lopes

**[CO-46]**  
**Os FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE NOTÍCIAS NA ERA DIGITAL NO BRASIL**  
Marcelo Souza Lima Benez  
Mário Henrique Ogasavara

**[CO-53]**  
**ATRIBUTOS RELEVANTES PARA O PROCESSO DE COMPRA DE CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO DE ESCOLAS PREMIUM NO BRASIL: PROPOSTA DE UM MODELO DE MENSURAÇÃO**  
Fernando Cesário

**[CO-56]**  
**A INFLUÊNCIA DOS TIPOS PSICOLÓGICOS NO COMPORTAMENTO DE COMPRA**  
Thiago Zacariotti de Freitas  
Flávio Santino Bizarrias

**[CO-57]**  
**BRAND AUTHENTICITY: UMA EVOLUÇÃO DO CONSTRUTO**  
Stephanie Pinheiro Costa  
Thelma Valeria Rocha Rodrigues

**[CO-59]**  
**PLACE BRAND EQUITY FRAMEWORK**  
Fabiana Gondim Mariutti



**[CO-60]**  
**IMAGINANDO FUTUROS: UMA FORMA DE VIABILIZAR VISÕES DE FUTURO DE UMA FORMA PRÁTICA**  
Breno Molina Rossi  
Roberta Dias Campos



## 2.5 Encerramento & Entrega de Prêmios

22-Nov (Sexta-feira)

17:00 – 18:15







Cerimônia de Encerramento	Entrega de Prêmios & Fast Track	
<ul style="list-style-type: none"><li>○ Agradecimentos Finais</li><li>○ Fast Track</li><li>○ Entrega de Prêmios</li><li>○ Encerramento</li></ul> <p><b>Mario Henrique Ogasavara</b> ESPM Coordenador Geral XV Simpósio Internacional ESPM</p> <p><b>Vivian Iara Strehlau</b> ESPM Coordenadora Geral II COBRA Conference</p> 	<p style="text-align: center;"><b>ARTIGOS FINALISTAS</b> <b>PRÊMIO DE MELHOR ARTIGO</b></p>  <p>[CO-18] <b>QUANDO O ESTOQUE, A PSICOLOGIA APARECE: O EFEITO MODERADOR DO FOCO REGULATÓRIO EM REAÇÕES DE CONSUMIDORES AO OUT-OF-STOCK</b> <i>Evandro Luiz Lopes</i> <i>Eduardo Mesquita de Sousa</i> <i>Eliane Herrero Lopes</i></p> <p>[CO-33] <b>CONSUMIDOR COM DEFICIÊNCIA VISUAL E A ESCOLHA DE ATRIBUTOS: O PAPEL DO HEDONISMO, DO UTILITARISMO E DO SENSORIAL</b> <i>Flávio Santino Bizarrias</i> <i>Bruno Veneziano Cornacchioni</i></p> <p>[CO-42] <b>ESTRATÉGIAS DE MANIPULAÇÃO EM CÂMARAS DE ECO DE GRUPOS ANTIVACINA: UMA ANÁLISE DAS DINÂMICAS DE INFLUÊNCIA</b> <i>Bruna Scoralick Queiroz</i> <i>Suzane Strehlau</i></p> <p style="text-align: center;"><b>PRÊMIO DE MELHORES AVALIADORES</b></p> <p style="text-align: center;">Apoio <b>Publish DAO</b> Benefícios aos Revisores</p>	<p style="text-align: center;"><b>FAST TRACK (Parceiros)</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div data-bbox="1435 612 1711 775"><p><b>RBGN</b> Revista Brasileira de Gestão de Negócios Qualis A2</p></div><div data-bbox="1778 612 2107 775"><p><b>InternexT</b> – International Business and Management Review Qualis A3</p></div></div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div data-bbox="1406 804 1742 957"><p><b>BASE</b> – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos Qualis A3</p></div><div data-bbox="1794 804 2085 957"><p><b>REGEPE</b> – Entrepreneurship &amp; Small Business Journal Qualis A3</p></div></div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div data-bbox="1424 995 1727 1133"><p><b>REMARK</b> Revista Brasileira de Marketing Qualis A3</p></div><div data-bbox="1809 995 2074 1145"><p><b>IJI</b> – International Journal of Innovation Qualis A4</p></div></div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div data-bbox="1424 1187 1727 1385"><p><b>CONTEXTUS</b> – Revista Contemporânea de Economia e Gestão Qualis B1</p></div><div data-bbox="1809 1187 2085 1374"><p><b>International Journal of Business &amp; Marketing</b> (IJBMT) <b>IJBMT</b> – International Journal Business &amp; Marketing Qualis B1</p></div></div>



## 2.6 ENTREVER FUTUROS

22-Nov (Sexta-feira)

18:30~21:300

Sessão	2.6.1	Horário	18:30 - 19:30
Formato	Painel	Sala	Auditório
Tema	Painel Temático Entrever #1		
<b>LITERACIA DE FUTUROS</b>			
<b>Wellington Porto</b> <i>Consultor Especialista em Transformação Cultural e Digital Teach the Future Brasil</i>			
<b>Aline Alegria</b> <i>Professora de Futures Literacy, Teach the Future Brasil</i>			
<u>Moderação</u> <b>Tamara Natale</b> ESPM			
Pesquisar e aplicar no futuro pede um conjunto de competências que a Unesco e diferentes especialistas chamam de Literacia de Futuros. Neste painel entenderemos mais sobre esse tema e como ele vem sendo aplicado em diferentes espaços da sociedade.			
			
Sessão	2.6.2	Horário	19:30 - 20:30
Formato	Painel	Sala	Auditório
Tema	Painel de Métodos de Futuros #2		
<b>PAINEL DE MÉTODOS DE FUTUROS: METRIFICANDO O FUTURO DAS MARCAS – TIMELENS:</b>			
<b>André Matias</b> <i>Sócio-Diretor da Future Brand São Paulo e CEO da Timelens</i>			
<u>Moderação</u> <b>Artur Machado da Motta</b> <i>Coordenador do MBA em Marketing na ESPM</i>			
Neste painel, vamos conhecer soluções criativas que empresas e pesquisadores adotam para desenhar tendências e futuros.			
			
Sessão	2.6.3	Horário	20:30 - 21:30
Formato	Painel	Sala	Auditório
Tema	Painel de Métodos de Futuros #3		
<b>PAINEL DE MÉTODOS DE FUTUROS: PESQUISANDO FUTUROS A PARTIR DA TEORIA DA PRÁTICA</b>			
<b>Roberta Dias Campos</b> <i>Professora PPGCC/ESPM Coordenadora do Entrever Futuros do Consumo</i>			
<b>Karin Brondino</b> <i>Professora do Programa de Pós-Graduação em Comportamento do Consumidor (PPGCC)/ESPM</i>			
<u>Moderação:</u> <b>Raquel Szejnberg</b> <i>Head de Branding e parte do Comitê Global de Sustentabilidade Design Bridge and Partners</i>			
Pesquisando futuros a partir da teoria da prática (Roberta Campos e Karin Brondino-Pompeo) : Neste painel vamos conhecer soluções criativas que as empresas e pesquisadores adotam para desenhar tendências e futuros. No caso deste painel, apresentaremos uma metodologia desenvolvida pelo grupo de Pesquisa Entrever Futuros de Consumo para o projeto realizado em parceria com a Mondelez.			
			

Encerramento - ENTREVER FUTUROS

21.30



## ÍNDICE – PARTICIPANTES

### A

Adriano Kogachi Sá (1.3.2)  
Alexander Quenner Aguiar Pedroso (2.2.2)  
Alexandre Marquesi (1.5.2)  
Aline Alegria (2.6)  
Aline Delmanto (2.2.2)  
André Matias (2.6)  
Angela Fernandes (1.6)  
Antonio Pedro Cruz Costa Alves (1.5.2)  
Artur Machado da Motta (2.6)

### B

Bianca Dyonisio Neiman (1.4)  
Breno Molina Rossi (2.3.2)  
Bruna Scoralick Queiroz (1.3.2)  
Bruno Veneziano Cornacchioni (2.3.2)

### C

Catharina Martins Donatti (1.4)  
Cristina Helena Pinto de Mello (2.3.2)  
Cristine Naum (2.2.1)

### D

Debora Moutinho Franchim (1.2.3, 2.2.2)  
Denilde Oliveira Holzacker (1.1, 1.5.1)  
Diego Finchelstein (2.1, 2.3.1)  
Diego Nogueira Rafael (2.3.2)  
Diogo Leite da Cruz (1.4, 2.2.2)

### E

Eder J. Alves (1.3.1)  
Eduardo Carril Coco (1.2.1)  
Eduardo Mesquita de Sousa (1.2.2, 1.3.2, 1.5.2, 2.3.2)  
Eliane Herrero Lopes (1.2.2, 1.5.2, 2.3.2)  
Evandro Luiz Lopes 1.1, 1.2.2, 1.3.2, 1.4, 1.5.2, 2.3.2)

### F

Fabiana Gondim Mariutti (2.2.2, 2.3.2)  
Fernanda Cahen (2.3.1)  
Fernando Antônio Ribeiro Serra (1.2.2)  
Fernando Cesário (2.3.2)  
Flavio Foguel (2.3.2)  
Flávio Santino Bizarrias (1.2.2, 2.3.2)

### G

Gabriel Rocco Pires de Campos (2.3.2)  
Gladistone Soares Lopes da Silva (1.4)  
Gustavo Roque (1.6)

### H

Helder Rodrigues Pedreira (1.4)

### I

Isabela Silva Bizarrias (1.4, 2.3.2)  
Ivan Itocazo Soida (2.3.1)

### J

Jessica Marinzeck Cruz (2.3.2)  
Jéssica Sara Vasconcelos Mello (1.4)  
Joana Rosa Cardoso de Carvalho (1.2.3, 1.4, 2.2.2)  
Julia Curan (1.6)  
Juliana Chini (2.2.1)  
Jurema Aguiar de Araujo (1.4)

### K

Karin Ligia Brondino Pompeu (1.4, 1.6, 2.3.2, 2.6)  
Katrin Wedre (1.6)  
Karoline Kantovick (1.4)

### L

Larissa Luz Raposo (1.4, 1.2.3)  
Livia Tasinaffo de Melo (1.4)  
Luana Lopes de Oliveira (1.4)  
Lucas Marqueto Passos; (2.3.2)  
Lucas Santos Ramos Ribeiro (2.3.2)  
Lucca Ferreira Cossio (2.3.2)  
Luciana Florêncio de Almeida (2.2.2, 2.3.2)  
Luis Felipe Fidalgo Esquerdo (2.2.2)  
Luiz Tadeu Arraes Lopes (1.5.1)

### M

Marcelo Carvalho (1.3.2, 2.3.2)  
Marcelo Gabriel (1.2.2, 2.3.2)  
Marcelo Souza Lima Benez (2.3.2)  
Marcio André Belchior Junior (1.5.2)  
Marcio Benedito de Souza (1.2.1)  
Maria Fernanda Abdalla Segurado (2.3.2)  
Mariana de Freitas Cammarano (1.4)  
Marília Soares (2.3.1)

Mário Henrique Ogasavara (1.1, 2.3.2)  
Mateus Silveira (1.6)  
Matheus Fernandes Coelho (2.3.2)  
Mayla Teixeira Takahashi (2.2.2)  
Miguel Al Behy Kanaan Coelho (1.4)  
Moacir Fontolan Junior (2.3.2)  
Moacir de Miranda Oliveira Júnior (2.3.1)

### N

Natalia Paixão (1.4)

### P

Paulo Rogério Miranda Correia (2.3.1)  
Pedro Paulo Santos Cavalcante (1.5.2, 2.3.2)  
Priscila A. Surita Sampaio (2.2.1)  
Priscila Rezende da Costa (1.2.2)

### R

Raquel Szejnberg (2.6)  
Renato Rodrigues Leite Nalini (1.4)  
Rhafael Cardoso (1.4)  
Ricardo Buitrago (2.3.1)  
Rita de Cássia Brito Ruas (1.4)  
Roberta Dias Campos (1.4, 1.6, 2.3.2, 2.6)

### S

Siliane Ferrari Voltolini (1.5.2)  
Sílvio Luís de Vasconcellos (1.1, 1.5.1, 1.5.2)  
Simone Tavares Fernandes (1.2.1)  
Stephanie Pinheiro Costa (1.4, 2.3.2)  
Suellen Marques (2.3.2)  
Suzane Strehlau (1.3.2)

### T

Thelma Valeria Rocha Rodrigues (1.4, 2.2.1, 2.2.2, 2.3.2)  
Thiago Zacariotti de Freitas (1.4, 2.3.2)

### V

Valdir Ramos Lima (1.3.2)  
Vinicius Cañas Conversani (2.2.2)  
Vitória Carvalho (1.4)  
Vivian Iara Strehlau (1.1, 1.2.2, 1.2.3, 1.5.2, 2.2.2)  
Vlado Dimovski (1.1)

### W

Wellington Porto (2.6)



ORGANIZADORES	LÍDERES DE TEMA	REALIZAÇÃO
<p><b>COORDENADORA GERAL</b></p> <p>Vivian Iara Strehlau (ESPM)</p> <p><b>COMITÊ EXECUTIVO</b></p> <p>Dalton Pastore (ESPM) Tatsuo Iwata Neto (ESPM) Denilde Oliveira Holzacker (ESPM) Evandro Luís Lopes (ESPM)</p> <p><b>COMITÊ CIENTÍFICO (PREMIAÇÃO)</b></p> <p>Thelma Valéria Rocha Rodrigues (ESPM) Roberta Campos (ESPM) Flávio Santino Bizarrias (ESPM) Suzane Strehlau (ESPM) Marcelo Gabriel (ESPM) Luciana Florêncio de Almeida (ESPM)</p> <p><b>APOIO ADMINISTRATIVO</b></p> <p>Bruno de Paula Bassorin Elisa Matzenbacher do Nascimento Mari Nishimura Sandra Regina Bena Suellen Marques Valério Tarsila Fraga Vitor Yudji Miyanishi Silva</p>	<p><b>Tema 01 - Marketing Estratégico e Marketing Internacional</b> Thelma Valéria Rocha Rodrigues (ESPM)</p> <p><b>Tema 02 - Cultura e Consumo</b> Roberta Campos (ESPM)</p> <p><b>Tema 03 - Comportamento do Consumidor</b> Flávio Santino Bizarrias (ESPM)</p> <p><b>Tema 04 - Marca</b> Suzane Strehlau (ESPM)</p> <p><b>Tema 05 - Marketing, Sociedade e Sustentabilidade</b> Marcelo Gabriel (ESPM)</p> <p><b>Tema 06 - Relacionamento e Experiência do Cliente</b> Luciana Florêncio de Almeida (ESPM)</p> <p><b>Tema 07 - Consórcio Doutoral</b> Karin Brondino (ESPM)</p> <p><b>Tema 08 - Paper Development Workshop (PDW)</b> Evandro Luís Lopes (ESPM)</p>	<p><b>MPCC ESPM</b> <b>DPCC ESPM</b></p> <p><b>APOIO ACADÊMICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ RGBN – Revista Brasileira de Gestão de Negócios</li><li>○ REMARK - Revista Brasileira de Marketing</li><li>○ InternexT – International Business and Management Review</li><li>○ BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos</li><li>○ REGEPE – Entrepreneurship &amp; Small Business Journal</li><li>○ IJI - International Journal of Innovation</li><li>○ CONTEXTUS – Revista Contemporânea de Economia e Gestão</li><li>○ IJBMKT - International Journal Business &amp; Marketing</li><li>○ Publish DAO</li></ul>





## DOUTORADO PROFISSIONAL EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O primeiro doutorado  
profissional focado em formar  
líderes para o futuro do consumo.

SAIBA MAIS



DOUTORADO  
PROFISSIONAL **ESPM**