

MEC-FNDE
Fundo Nacional de
Desenvolvimento da
Educação



Convênio FNDE-UNEMAT N^o. 771800/2012
Contrato UNEMAT – MULTI N^o. 154/2014

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARTICIPATIVO:
UNEMAT 2015-2025

PRODUTO 08: PLANO DE COMUNICAÇÃO

CÁCERES, DEZEMBRO/2015



REITORIA UNEMAT

Reitora

Ana Maria Di Renzo

Vice-reitor

Ariel Lopes Torres

Pró-reitoria de Administração

Valter Gustavo Danzer

Pró-reitoria de Gestão Financeira

Ezequiel Nunes Pacheco

Pró-reitoria de Planejamento e Tecnologia da Informação

Francisco Lledo dos Santos

Pró-reitoria de Assuntos Estudantis

Anderson Marques do Amaral

Pró-reitoria de Ensino de Graduação

Vera Lúcia da Rocha Maquêa

Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

Rodrigo Bruno Zanin

Pró-reitoria de Extensão e Cultura

Alexandre Gonçalves Porto

COMITÊ DE COORDENAÇÃO

(instalado pela Portaria Nº 359/2015, de 26/01/2015)

Coordenador do Comitê

Francisco Lledo dos Santos

Membro Titulares

Elizeth Gonzaga dos Santos Lima

Rinalda Bezerra Carlos Julio Cezar de Lara Gisele Castanha Fontes

Membros Suplentes Valci Aparecida Barbosa Rafael de Freitas Souza

MULTI ASSESSORIA

Equipe de Consultoria

Otávio Freire

Keila Cristina Costa

Sumário

Apresentação.....	8
1. Introdução.....	10
1.1 Os servidores capacitados e a equipe multidisciplinar	10
1.2 Área de Conhecimento, métodos e técnicas utilizadas	11
1.3 Ementa	11
1.4 Período e Carga Horária	11
1.5 Local de Realização.....	12
1.6 Seleção e Inscrições dos capacitados.....	13
1.7 Justificativa para a realização da capacitação.....	13
1.8 Objetivo Geral e Específicos.....	13
1.9 Quadro docente atuante.....	13
1.10 Certificados, frequência mínima obrigatória e guarda de informações	14
2. ATIVIDADES DA COMUNICAÇÃO DE APOIO AO PEP-UNEMAT.....	15
2.1. Do Produto – Comunicação.....	15
2.2. Das atividades realizadas	15
2.3. A Comunicação no apoio aos trabalhos.....	16
2.4. Resumo das ações de comunicação de apoio ao Plano de Mobilização	18
2.5. Próximas Etapas.....	19
2.6. Encaminhamentos / Proposições.....	20
3. GESTÃO ESTRATÉGICA DA UNEMAT: DIRETRIZES E ORIENTAÇÕES À COMUNICAÇÃO ADMINISTRATIVA.....	21
3.1 Introdução.....	21
3.2 A Comunicação Administrativa	21
3.3. Divulgação do documento Planejamento Estratégico Participativo – UNEMAT	23
3.4. Gestão Estratégica	24

3.4.1 Planejamento	24
3.4.2 Organização.....	25
3.4.3 Coordenação.....	26
3.4.4 Controle	27
Considerações Finais.....	28
Referências.....	29

Lista de Anexos
ANEXO I – MATERIAL BIBIOGRÁFICO UTILIZADO
ANEXO II – LATTES CONSULTORES

Lista de Apêndice
APÊNDICE I – Identidade visual
APÊNDICE II – Materiais de apoio à capacitação
APÊNDICE III – Informativo
APÊNDICE IV – Video – Depoimento da Reitora
APÊNDICE V – Noticia do Portal/Jornal Unemat Comunica
APÊNDICE VI – Lista de presença dos participantes
APÊNDICE VII – Certificados da capacitação
APÊNDICE VIII – Memórias de Reunião

Apresentação

O presente documento trata das atividades realizadas em referência ao Produto 08 – Plano Comunicação que deve apresentar as ações de divulgação do processo de Planejamento Estratégico Participativo nos ambientes interno e externo¹, com o objetivo de promover “a participação e a corresponsabilidade, reforçando os processos de integração institucional”².

Pela importância que a gestão da comunicação assume na gestão estratégica das organizações, este documento também propõe o Plano de Comunicação Interna, com o propósito de articular as estratégias e táticas de comunicação para informar e implantar o novo modelo de Gestão Estratégica adotado pela UNEMAT, a partir da consolidação e validação do Planejamento Estratégico Participativo em construção.

Sabe-se que as deficiências informacionais impactam, profundamente, a gestão estratégica. Fluxos de informação inadequados; desconhecimento da informação como apoio ao desenvolvimento de ações cotidianas; subutilização dos canais de informação; tomada de decisão permeada pela insegurança causada pela imprecisão ou ansiedade diante de um vasto conteúdo informacional são os problemas mais comuns³.

Os processos organizacionais assumem maior qualidade e eficiência quando têm, como suporte, às táticas da comunicação organizacional, capazes de integrar as equipes em uma atuação sinérgica entre as áreas, pró-reitorias, cursos, pesquisas e/ou atividades de extensão.

A interação, informação, transparência e participação são elementos-chave para a efetivação de uma gestão estratégica.

Esta etapa, assim, configura-se como de extrema importância para a consecução do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso – 2015-2025 e início das reflexões sobre a gestão estratégica da instituição.

Conforme o contrato 154/2014, cláusula 2 – das especificações e quantidades dos materiais, subitem 2.3, lote único, trataremos neste relatório do produto 08, descrito a seguir:

¹ Referenciado no Plano de Mobilização, pág. 21-22, mai 2015.

² Em: Plano de Mobilização, página 10, mai 2015.

³ REZENDE, D. A.; ABREU A. F. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas. São Paulo: Atlas, 2001.

Quadro 1. Descrição do Produto conforme o contrato nº 154/2014

PRODUTO 08		
Atividades previstas		Quantidade Horas Técnicas
1	Elaboração do Plano de Comunicação.	
1.1	Elaborar o Plano de Comunicação, compreendendo o conjunto de atividades de comunicação interna, que informará e o novo Modelo de Gestão Estratégica adotada pela UNEMAT, deverão constar as estratégias para envolvimento de todos os colaboradores.	90
1.2	Validar as ações de comunicação implementadas	80

Fonte: Contrato nº 154/2014 – UNEMAT.

1. Introdução

1.1 Os servidores capacitados e a equipe multidisciplinar

O Produto 08 desenhou-se com a capacitação denominada como “Elaboração do Plano de Comunicação”. Este curso teve como público alvo os profissionais técnicos do ensino superior que compõem a Assessoria de Comunicação da Universidade do Estado de Mato Grosso, conforme Tabela 01.

Tabela 1. Servidores capacitados na Elaboração do Plano de Comunicação

Nome	Carreira	E-mail
Hemilia Maia Ribeiro	Profissional Técnico do Ensino Superior (PTES)	coordecom@unemat.br
Lygia Cristina Menezes de Lima	Profissional Técnico do Ensino Superior (PTES)	coordecom@unemat.br
Nataniel Patrick Pinho Zanferrari	Profissional Técnico do Ensino Superior (PTES)	coordecom@unemat.br
Moises Bandeira	Profissional Técnico do Ensino Superior (PTES)	coordecom@unemat.br
David Fontes	Profissional Técnico do Ensino Superior (PTES)	coordecom@unemat.br

Fonte: Multi Assessoria, 2015.

A capacitação para a “Elaboração do Plano de Comunicação” se dividiu em duas partes, que chamaremos de subprodutos:

- a) Como elaborar um Plano de Comunicação
- b) Como validar as ações de comunicação implementadas

Os consultores que atuaram diretamente na capacitação deste produto estão descritos na Tabela 2.

Tabela 2. Consultores que atuaram no produto Elaboração do Plano de Comunicação

Nome	Consultor	Titulação	Telefone	E-mail	Subproduto
Otávio Freire	Sênior	Doutor	(11)2893-5873	otavio@ilumeobrasil.com.br	A e B
Marcia Garçon	Sênior	Doutora	(11)2893-5873	marcia.garcon@ilumeobrasil.com.br	A e B
Filipe Quevedo-Silva	Sênior	Doutor	(11) 2893-5873	filipe@ilumeobrasil.com.br	A e B
Walney Reis	Junior	Graduado	(11) 2893-5873	walney@ilumeobrasil.com.br	A e B

Fonte: Multi Assessoria, 2015.

1.2 Área de Conhecimento, métodos e técnicas utilizadas

Esta capacitação de elaboração do Plano de Comunicação caminhou entre duas grandes áreas de conhecimento estabelecidas pelo CNPq, a saber, Ciências Sociais Aplicadas e Ciências Humanas. Com essa ligação pode-se afirmar que houve uma capacitação interdisciplinaridade que envolveu o estudo da gestão e o da educação do ensino superior.

A metodologia utilizada para realização das capacitações foi inovadora, pois envolveu os membros capacitados na elaboração do produto e corrigiu desvios e falhas que se apresentavam durante o processo.

Para cada subproduto várias técnicas foram utilizadas, conforme será exposto resumidamente a seguir e detalhado nas próximas partes desse texto.

a) Como elaborar um Plano de Comunicação

Para realizar a primeira parte desta capacitação houve a instrução para levantar todos os meios de divulgação/comunicação utilizados e passíveis de uso para o projeto, logo em seguida deve acontecer a criação da Identidade Visual do projeto, bem como os materiais de apoio do mesmo (informativos, apostilas, guias, slides, vídeos, fotos, etc.) e então se constrói o Plano de Comunicação a partir da relação destes materiais com o canal/veículo e público-alvo.

b) Como validar as ações de comunicação implementadas

Nesta etapa os consultores demonstraram técnicas que auxiliaram na validação do Plano de Comunicação mediante análise, correções e aprovação pela equipe de Assessoria de Comunicação.

1.3 Ementa

Comunicação Administrativa. Diretrizes e orientações à comunicação administrativa. Formas de divulgação de documentos. Gestão Estratégica na comunicação: Planejamento, Organização, Coordenação e Controle de rotinas de comunicação.

1.4 Período e Carga Horária

Os períodos utilizados para a capacitação nos diversos subprodutos estarão descritos a seguir.

- a) Para capacitar sobre como elaborar um Plano de Comunicação foi de 23 a 25 de setembro de 2015. Os consultores utilizaram a seguinte carga horária:

Tabela 3. Nome, Cargo, Período e Carga horaria utilizada pelos consultores no subproduto A

Consultores	Cargo	Período	Carga Horária Diária	Carga Horária Total
Otávio Freire	Consultor Sênior	23 à 25/09/15	8	24
Marcia Garçon	Consultora Sênior	23 à 25/09/15	8	24
Filipe Quevedo-Silva	Consultor Sênior	23 à 25/09/15	8	24
Walney Reis	Consultor Junior	23 à 25/09/15	8	24
TOTAL				96

Fonte: Multi Assessoria, 2015.

- b) Para a instrução de como validar as ações de comunicação implementadas o período de capacitação foi de 28 a 30 de setembro de 2015. Os consultores utilizaram a seguinte carga horária:

Tabela 4. Nome, Cargo, Período e Carga horaria utilizada pelos consultores no subproduto B

Consultores	Cargo	Período	Carga Horária Diária	Carga Horária Total
Otávio Freire	Consultor Sênior	28 à 30/09/15	8	24
Marcia Garçon	Consultora Sênior	28 à 30/09/15	8	24
Filipe Quevedo-Silva	Consultor Sênior	28 à 29/09/15	8	16
Walney Reis	Consultor Junior	28 à 29/09/15	8	16
TOTAL				80

Fonte: Multi Assessoria, 2015.

Pode-se perceber que as capacitações foram oferecidas em diferentes datas.

Tabela 5- Datas das capacitações do produto 08 – Elaboração do Plano de Comunicação.

Nome do subproduto	Período	Carga horária total
Elaborar um Plano de Comunicação	23/09/15 à 25/09/15	96
Validar as ações de comunicação implementadas	28/09/15 à 30/09/15	80
TOTAL		176

Fonte: Multi Assessoria, 2015.

1.5 Local de Realização

As capacitações ocorreram em dias úteis (segunda a sexta-feira) em período diurno nas instalações da Reitoria da UNEMAT na cidade de Cáceres – MT.

Não houveram avaliações exigidas aos participantes, exceto a coordenação na elaboração do Plano de Comunicação do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso 2015-2025.

1.6 Seleção e Inscrições dos capacitados

Todas as inscrições foram realizadas através das fichas de inscrição, disponibilizadas pela Multi Assessoria aos servidores da Unemat. O modelo da ficha de inscrição já está disponível no produto 01 - Capacitação da Equipe Técnica da UNEMAT. Essas capacitações foram direcionadas a Assessoria de Comunicação, que foi o público-alvo desta etapa.

1.7 Justificativa para a realização da capacitação

O plano de comunicação compreende um conjunto de atividades de comunicações internas que informam o que se pretende com o Planejamento Estratégico Participativo e como chegar até os objetivos.

Assim este Plano de Comunicação se justifica por ser um conjunto de atividades que possibilitará a construção de uma imagem positiva da comunidade acadêmica junto aos organizadores e participantes do Planejamento.

Sem a elaboração de um plano de comunicação detalhado os próprios participantes não teriam como demonstrar o que eles pretendem fazer no Planejamento.

1.8 Objetivo Geral e Específicos

Como objetivo geral esta capacitação procurou-se capacitar servidores técnicos na elaboração de um Plano de Comunicação e efetuar sua validação.

Como objetivo específico procurou-se desenvolver a habilidade em pormenorizar a construção de um Plano de Comunicação; explicar como validar as atividades de comunicação implementadas.

1.9 Quadro docente atuante

O corpo docente, como já descrito anteriormente, foi composto por:

Tabela 6- Quadro Docente

Nome	Cargo	Título	Vínculo empregatício	Carga horária total
Otávio Freire	Coordenador Projetos	Doutor	Multi Assessoria	48
Marcia Garçon	Consultora Sênior	Doutor	Multi Assessoria	48
Filipe Quevedo-Silva	Consultor Sênior	Doutor	Multi Assessoria	40
Walney Reis	Consultor Junior	Graduado	Multi Assessoria	40
Total				176

Fonte: Multi Assessoria, 2015.

1.10 Certificados, frequência mínima obrigatória e guarda de informações

A frequência mínima que garantiu o recebimento dos certificados de participação aos servidores foi de 75% da frequência na média total de participação em toda a programação do evento.

a. Os certificados foram emitidos individualmente para cada servidor capacitado.

b. Os certificados serão emitidos pela Multi Assessoria e Consultoria que providenciará a guarda dos dados e informações dos participantes em seu banco de dados.

A Multi Assessoria também realizou um controle da evasão dos servidores que compareceram aos eventos, pois a cada período o servidor participante da capacitação se apresentou aos recepcionistas registrando sua presença. Houve tolerância de 1 hora tanto na entrada como na saída por período. A chegada após o prazo de tolerância não deu, ao participante, o direito à frequência naquele período.

Não houve evasão dos servidores nesta capacitação.

2. ATIVIDADES DA COMUNICAÇÃO DE APOIO AO PEP-UNEMAT

2.1. Do Produto – Comunicação

Como parte fundamental da metodologia de planejamento estratégico participativo, a comunicação tem o papel de contribuir para a motivação e valorização do projeto, propiciando a participação ordenada e democrática e sua consequente integração entre as equipes de trabalho.

Com vistas a atender a esses interesses, as táticas de Comunicação contribuíram com os objetivos do Plano de Mobilização, realizando ações para a divulgação do projeto e suas etapas, ao compartilhamento dos objetivos, à participação nos eventos de capacitação, bem como, para a informação a todos os públicos da UNEMAT sobre sua importância.

As ações de comunicação com vistas à mobilização e participação de professores, técnicos administrativos e demais personalidades da comunidade atenderam aos polos indicados no quadro 02 como forma de divulgar a realização dos eventos de capacitação.

Quadro 02: Polos que receberam a capacitação PEP UNEMAT.

Polos	Unidades Organizacionais	Cidade sede	Datas
I	Alto Araguaia, Nova Xavantina e Luciara	Nova Xavantina	29; 30 jun/15
II	Alta Floresta e Colíder	Alta Floresta	06; 07 jul/15
III	Sinop, Nova Mutum e Juara	Sinop	13; 14 jul/15
IV	Sede administrativa, Cáceres e Pontes e Lacerda	Cáceres	04; 05 ago/15
V	Tangará da Serra, Barra do Bugres e Diamantino	Tangará da Serra	10;11 ago/15

Fonte: Multi Assessoria, 2015.

A responsabilidade da Assessoria de Comunicação UNEMAT está descrita no Plano de Mobilização e implicaria na divulgação do Planejamento Estratégico Participativo (PEP) e suas ações junto à comunidade acadêmica e externa, para sensibilizar os diversos atores que fazem parte do processo.

A Assessoria de Comunicação da UNEMAT atuou sob demanda do Comitê de Planejamento Estratégico e da Consultoria Externa, produzindo materiais de papelaria e de divulgação às comunidades interna e externa.

2.2. Das atividades realizadas

Na fase 02 da metodologia PEP UNEMAT (Formação de Multiplicadores – Capacitação), as ações de comunicação realizadas tiveram objetivos bem definidos:

informar, convidar e motivar a comunidade interna à participação dos eventos de capacitação.

A primeira atividade – criar uma Identidade Visual para o PEP UNEMAT – foi decisiva para a construção da percepção de profissionalismo e seriedade do projeto. Os símbolos e cores utilizados representam o seu propósito: ser participativo e representativo das características única da UNEMAT.

A partir da criação da Identidade Visual (Apêndice I), Materiais de Apoio à capacitação foram produzidos, também, com o objetivo de dar credibilidade aos eventos: papelaria (blocos de anotações), canetas, pastas e crachás foram distribuídos aos participantes (Apêndice II).

Um Informativo foi confeccionado (4 páginas) como um importante veículo de comunicação sobre o PEP-UNEMAT. Nele, estão publicados o comprometimento da reitoria para com o projeto, bem como, todas as informações sobre as decisões tomadas até o momento como o número de representantes por campus, divisões dos polos para as atividades de capacitação, além de explicitar os objetivos e sua metodologia. (Apêndice III).

Como um reforço ao discurso dos integrantes do Comitê do Planejamento sobre o comprometimento da reitora para com o projeto, foi proposto pela consultoria a apresentação de um vídeo-depoimento (Apêndice IV) da Magnífica Reitora Ana Maria Di Renzo, com o seu compromisso, parabenização e votos de exitoso trabalho pelas equipes. Esse filme foi projetado na abertura dos eventos e assistido por todos os presentes.

O portal Unemat e o Jornal UNEMAT Comunica são veículos utilizados para a divulgação da agenda do PEP e cobertura dos eventos de capacitação para a comunidade acadêmica e, também, com acesso ao público externo. (Apêndice V).

A comunicação para a comunidade externa foi realizada por meio do portal da UNEMAT. Em Sinop, foi realizada ação de assessoria de imprensa com os veículos da cidade.

2.3. A Comunicação no apoio aos trabalhos

Além das ações realizadas para a divulgação e motivação à participação dos eventos de capacitação, a Assessoria de Comunicação UNEMAT e a Consultoria

produziram materiais de apoio para os trabalhos nos polos e nos campi, em todas as fases do processo de capacitação.

Foram criados e disponibilizados materiais de apoio visando à facilitação, o esclarecimento de potenciais dúvidas e o compartilhamento dos conhecimentos adquiridos nos eventos de capacitação, entre os pares e colegas, em cada campus. Esse material foi distribuído digitalmente por meio da tecnologia de informação da plataforma Sharepoint – Office 365, da Microsoft.

Os documentos criados para atender a esse objetivo são os que estão abaixo relacionados e já foram inseridos em outros produtos:

- ✓ Guia de Orientação PEP UNEMAT, que apresenta os conceitos básicos de todas as etapas para a realização do planejamento estratégico, com exemplos práticos – Produto 03 – Plano de Mobilização;
- ✓ Vídeos com as palestras de abertura dos eventos de capacitação – Produto 01 – Capacitação da Equipe Técnica; Produto 04 – Entendimento da Estratégia; Produto 05 – Construção do Mapa Estratégico; Produto 06 – Detalhamento dos Indicadores; Produto 11 – Definição de Fatores Críticos de Sucesso.;
- ✓ Vídeos sobre as oficinas do Planejamento Estratégico Participativo – Produto 01 – Capacitação da Equipe Técnica; Produto 04 – Entendimento da Estratégia; Produto 05 – Construção do Mapa Estratégico; Produto 06 – Detalhamento dos Indicadores; Produto 11 – Definição de Fatores Críticos de Sucesso;
- ✓ Slides de capacitação e materiais das aulas práticas e debates utilizados nos eventos oficinas do Planejamento Estratégico Participativo - – Produto 01 – Capacitação da Equipe Técnica; Produto 04 – Entendimento da Estratégia; Produto 05 – Construção do Mapa Estratégico; Produto 06 – Detalhamento dos Indicadores; Produto 11 – Definição de Fatores Críticos de Sucesso;
- ✓ Fotos dos eventos – Produto 01 – Capacitação da Equipe Técnica; Produto 04 – Entendimento da Estratégia; Produto 05 – Construção do Mapa Estratégico; Produto 06 – Detalhamento dos Indicadores; Produto 11 – Definição de Fatores Críticos de Sucesso.

2.4. Resumo das ações de comunicação de apoio ao Plano de Mobilização

O quadro 03 mostra as ações de comunicação realizadas para a comunidade interna, na ocasião dos eventos de capacitação de multiplicadores:

Quadro 3: Ações de comunicação interna desenvolvidas para o Plano de Mobilização PEP UNEMAT

Ações	Demandado por/Realizado por:	Público	Canal/Veículo	Polos
Folder de apresentação projeto e metodologia PEP-UNEMAT	Comitê PEP / AsCom	Interno	Impresso	Todos
Banners sobre PEP para uso nos eventos de capacitação	Comitê PEP / AsCom	Interno	Salão de eventos	Todos
Bloco de anotações, canetas e crachás para uso na capacitação	Consultoria / AsCom-Consultoria	Interno		Todos
Ofícios de convocação aos professores e técnicos	Comitê PEP / Comitê PEP – Reitoria	Interno	Email	Cáceres
Textos de divulgação do projeto PEP UNEMAT	Comitê PEP / AsCom	Interno/Externo	Portal UNEMAT: www.unemat.br	Todos
Vídeo com depoimento da reitora para transmissão nos polos nos eventos de capacitação.	Consultoria / Ascom	Interno	Digital/eletrônica (DVD)	Todos (exceto Cáceres)
Notícias no Jornal UNEMAT Comunica	AsCom/AsCom	Interno/Externo	Impresso	Todos
Ofícios de Agradecimento	Comitê PEP / AsCom	Interno	Email	Todos

Fonte: Multi Assessoria, 2015

O quadro 04 mostra as ações de comunicação externa, de divulgação do Planejamento Estratégico Participativo da UNEMAT.

Quadro 04: Ações de comunicação externa desenvolvidas para o Plano de Mobilização PEP UNEMAT.

Ações	Demandado por/Realizado por:	Público	Canal/Veículo	Polos
Textos de divulgação do projeto PEP UNEMAT	Comitê PEP / AsCom	Interno/Externo	Portal UNEMAT: www.unemat.br	Todos
Assessoria de Imprensa, divulgação evento PEP	Consultoria / AsCom	Externo	Vários	SINOP

Fonte: Multi Assessoria, 2015.

O quadro 05 apresenta as ações de comunicação de apoio aos trabalhos.

Quadro 05: Ações de comunicação desenvolvidas para os trabalhos PEP UNEMAT.

Ações	Demandado por/Realizado por:	Público	Canal/Veículo	Polos
Guia de Orientação PEP UNEMAT	Consultoria / Consultoria	Interno	Plataforma Sharepoint	Todos
Vídeos com as palestras de abertura	Consultoria / Consultoria	Interno	Plataforma Sharepoint	Todos
Vídeos sobre as oficinas do PEP	Consultoria / Consultoria	Interno	Plataforma Sharepoint	Todos
Slides de capacitação e materiais das aulas práticas	Consultoria / Consultoria	Interno	Plataforma Sharepoint	Todos
Fotos dos Eventos	Consultoria / Consultoria	Interno	Plataforma Sharepoint	Todos

Fonte: Multi Assessoria, 2015.

2.5. Próximas Etapas

De acordo com a metodologia do PEP UNEMAT, serão ainda realizados dois eventos com a comunidade acadêmica:

1. **Encontro com Multiplicadores:** a pauta deste evento, que acontecerá entre os dias 26 e 28 de outubro, é:

- ✓ I Seminário PEP UNEMAT: a) consolidar as sugestões dos campi sobre o propósito da UNEMAT e validar a Missão, Visão, Valores e Princípios da UNEMAT;
- ✓ b) II Capacitação Multiplicadores: apresentação do Diagnóstico dos Cenários (interno e externo) da UNEMAT.

2. **II Seminário PEP UNEMAT:** esse evento acontecerá nos dias 09 e 10 de dezembro e tem como pauta a validação dos Fatores Críticos de Sucesso, das Diretrizes e Estratégias do PEP UNEMAT.

Para esses acontecimentos, as ações de comunicação planejadas têm os objetivos de organização (comunicado e informes sobre as datas, organização de agendas) e participação (distribuição de convites, preparação e envio de ofícios).

As atividades de apoio e registro dos eventos serão mantidas como: gravação e fotos; listas de presença; blocos de anotações, pastas, canetas.

O convite à comunidade acadêmica será realizado por meio de cartazes, banners e faixas nos campi, bem como, a divulgação nos veículos oficiais de comunicação da UNEMAT: Portal e Jornal UNEMAT.

A concretização do Planejamento Estratégico, com seus objetivos para 2020, será objeto da Assessoria de Comunicação, que deverá realizar trabalhos de divulgação via assessoria de imprensa para os principais veículos de comunicação do estado do Mato Grosso, com o objetivo de fortalecer a imagem da UNEMAT e compartilhar, com a sociedade mato-grossense, os princípios e planos futuros da instituição.

2.6. Encaminhamentos / Proposições

As atividades de Comunicação desenvolvidas para esta primeira fase da Capacitação dos Multiplicadores atenderam aos objetivos urgentes de divulgação do projeto à comunidade acadêmica para sua valorização, mobilização e participação. O plano de comunicação ainda se preocupou em disponibilizar, às equipes, documentos de orientações para o desenvolvimento dos trabalhos nos campi, a fim de evitar erros, retrabalhos e atrasos no cumprimento do cronograma.

As ações de comunicação também podem contribuir com uma etapa posterior do projeto: a divulgação do relatório final do planejamento estratégico e o compartilhamento do seu valor, a fim de garantir a efetiva participação do corpo docente, técnico e gestores para a gestão estratégica da UNEMAT.

Desta forma, sugerimos o direcionamento estratégico às atividades de Comunicação para a valorização e execução da Gestão Estratégica da instituição, apresentado a seguir:

3. GESTÃO ESTRATÉGICA DA UNEMAT: DIRETRIZES E ORIENTAÇÕES À COMUNICAÇÃO ADMINISTRATIVA

3.1 Introdução

É imperativo que, após a conclusão do documento do Planejamento Estratégico Participação, toda a comunidade acadêmica esteja motivada para executar as ações e táticas indicadas e atingir os objetivos e metas propostos. Ou seja, efetivar a Gestão Estratégica da UNEMAT.

A gestão estratégica da informação é fundamental para as organizações se tornarem competitivas. A falta do conhecimento sobre o papel que a comunicação pode atuar em uma gestão estratégica incorre na dificuldade em se operar com sinergia entre os diferentes setores. As dificuldades aparecem tanto em virtude do excesso como da falta de informação ou, ainda, pelo acesso de forma inadequada aos conteúdos informacionais que podem levar os membros da organização a trabalharem com elevados níveis de imprecisão.

Se a universidade se dispõe (ou é obrigada) a estabelecer novos vínculos com a sociedade, então ela precisa redimensionar o seu perfil comunicacional. Isso implica atribuir nova escala de valores ao trabalho de interação com os seus distintos públicos de interesse e priorizar os relacionamentos. Sem perder os seus objetivos básicos – pesquisa, ensino e extensão – precisa capacitar-se para exercê-los plenamente a partir de uma nova proposta de comunicação, que privilegie a transparência, o diálogo, o compartilhar saber e a responsabilidade social⁴.

Pelas exigências que as definições do PEP UNEMAT vão impor à instituição, far-se-á preciso aprimorar as competências para a gestão da informação. A formação dessa conduta e a criação dessa cultura dependem, fundamentalmente, de uma eficiente e constante comunicação.

As diretrizes para um bom direcionamento das ações de comunicação, que são apresentadas a seguir, levam em consideração a gestão da informação e comunicação administrativa em um nível profissionalizado e estratégico.

3.2 A Comunicação Administrativa

⁴ BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial no Brasil: Uma Leitura Crítica. São Paulo: All Print Editora, 2005, p. 51.

O perfil da UNEMAT de decisões colegiadas, com uma cultura operacional multi-campi demanda uma gestão de comunicação e informação descentralizada, que promova a democratização da informação em todos os níveis, com a livre expressão de ideias, ampla difusão de informações confiáveis, transparentes e permanentes a todos da comunidade acadêmica envolvidos com a gestão estratégica da instituição.

Os desafios que se apresentarão a partir das decisões tomadas no Planejamento Estratégico da UNEMAT exigirão o comprometimento de todos os envolvidos com a execução das estratégias e com o desenvolvimento e fortalecimento da instituição.

Qualidade, produtividade, compromisso social, transparência, ética e permanente processo de comunicação entre a gestão e os seus públicos são fundamentais para a conquista da Visão determinada para a UNEMAT em 2025.

Neste sentido, conceber a comunicação como uma ferramenta à gestão estratégica passa a ser fundamental porque seus objetivos serão orientados à busca da otimização dos recursos e dos resultados desejados, priorizando a sinergia entre as diversas áreas, setores e pesquisas.

A Comunicação Administrativa é a vertente de atuação da Comunicação Organizacional responsável pelas estratégias e meios de comunicação a serviço das atividades de gestão, a saber: planejamento, organização, coordenação e controle⁵.

É aquela que se processa dentro da organização, no âmbito das funções administrativas; é a que permite viabilizar todo sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos e redes⁶.

Ela trata de mapear os fluxos internos de informação (vertical, horizontal, transversal) e de compartilhar o conhecimento necessário específico para a realização do trabalho como, por exemplo, os processos e procedimentos, as rotinas, normas e regulamentos. Seu dever é documentar tais orientações e dar amplo conhecimento a todo o público interno da instituição e a seus fornecedores/parceiros.

Estrategicamente, a comunicação administrativa pode contribuir com a gestão em:

- ✓ Capacitar: prover as equipes com condições para a realização das tarefas;
- ✓ Motivar: prover de razões e de sentimentos para a realização das tarefas;
- ✓ Envolver: obter disposição de participar e de se relacionar com outros para atingir objetivos e metas;

⁵ YANAZE, Mitsuru. Gestão estratégica de Marketing e Comunicação. São Paulo: Saraiva, 2ª. ed. 2012. KUNSCH, Margarida. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003.

⁶ KUNSCH, Margarida. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003, p. 132.

- ✓ **Comprometer:** suscitar senso de responsabilidade e disposição para participar dos resultados gerais obtidos.

A comunicação administrativa pode atuar com canais formais e informais de informação. Os formais são: capacitações; reuniões, relatórios, atas, portarias, ofícios, comunicados, *extranet*. Os informais são: comunicação interpessoal; *e-mails*; telefonemas; *whats app*; mural.

Saber escolher canais adequados para os objetivos da comunicação e às mensagens é uma das tarefas dos gestores. A seguir, apresentamos as principais preocupações que a UNEMAT deve ter em relação à comunicação administrativa e as indicações estratégicas para cada área de importância da gestão.

Cabe salientar que as estratégias de comunicação administrativa são de responsabilidade dos gestores das áreas. E que elas podem ser suportadas pela AsCom-UNEMAT, área que reúne os recursos para o desenvolvimento das táticas da comunicação (criação e execução).

3.3. Divulgação do documento Planejamento Estratégico Participativo – UNEMAT

O propósito da UNEMAT e as definições, objetivos e metas definidos e validados no processo participativo de construção do planejamento estratégico da instituição deverá ser amplamente divulgado para toda comunidade acadêmica. A propaganda desse documento atende aos objetivos de envolvimento e motivação para as fases posteriores, efetivamente, à gestão estratégica.

As mensagens a serem compartilhadas na divulgação do PEP poderão seguir os direcionamentos abaixo:

- ✓ **Celebrar a conquista:** PEP é o resultado do esforço conjunto e participativo de todos os campi e da sede central. Realização, engrandecimento, sucesso e valoração da UNEMAT.
- ✓ **Chamamento à responsabilidade de concretização:** compromisso de todos em transformar o planejamento estratégico em realidade.

As táticas de comunicação que poderão ser utilizadas para o atingimento desses objetivos são:

- ✓ Editoração de um livro: PLANO ESTRATÉGICO UNEMAT – 2020, versão digital.
- ✓ Evento de lançamento desse livro: presença de representantes dos *campi*, da sede administrativa; do corpo docente; do corpo discente; dos técnicos administrativos; de entidades privadas e do terceiro setor parceiras; dos órgãos estaduais e municipais de Educação e dos poderes Executivo e Legislativo do Estado do MT e do município de Cáceres.
- ✓ Distribuição de cópias digitais para os *campi* e sede. As cópias digitais servirão para consulta/direcionamento às equipes de trabalho.
- ✓ Assessoria de Imprensa;
- ✓ Comunicação Interna: publicações internas, portal, e-mails, memorandos etc.

3.4. Gestão Estratégica

A gestão estratégica tem o dever de assegurar que os objetivos de curto, médio e longo prazos definidos no Planejamento Estratégico sejam alcançados. Assim, ela é o compromisso gerencial de direcionar a UNEMAT para o futuro – 2020.

Desta forma, algumas prioridades de atuação poderão ser revistas; outras poderão ser criadas e, até mesmo, extintas. A adoção de novas práticas de trabalho nos setores administrativos, laboratoriais, de atendimento ao aluno, de docência, pesquisa e extensão, por exemplo, poderá ser necessária.

Desdobrar as diretrizes gerais definidas no PEP UNEMAT em tarefas administrativas específicas, que contemplem o atingimento dos objetivos estratégicos, é uma tarefa bastante complexa que necessita de programas de comunicação administrativa para promover um conjunto de valores essenciais ao trabalho da instituição, definidos de maneira clara e compartilhados por todos os seus integrantes.

Informação; capacitação e motivação para o trabalho. Esses devem ser os objetivos da comunicação administrativa.

A seguir, indicamos os pontos de atenção que os gestores devem ter quanto à comunicação administrativa, em cada etapa da gestão estratégica.

3.4.1 Planejamento

Nesta fase, a gestão estratégica planeja a ação sistemática e continuada de mudanças nas rotinas administrativas, as formas de implementação, acompanhamento e avaliação. Faz a seleção das prioridades em função dos objetivos, das metas e dos fatores críticos de sucesso.

- ✓ Definição de objetivos e metas alcançáveis e aceitáveis por todos os envolvidos direta ou indiretamente;
- ✓ Definição de estratégias e ações exequíveis e aprovadas por todos.

É necessário que todos os responsáveis pelas tarefas administrativas e todos aqueles diretamente envolvidos pelos fatores críticos de sucesso participem das discussões e definições desse planejamento.

Para esses objetivos, a comunicação utiliza-se dos instrumentos formais de veiculação da informação como:

- ✓ Reuniões, *Intranet*, Memorando; Relatórios; Ofícios; Portarias.

Existem duas etapas para a comunicação: para o desenvolvimento das decisões, as mensagens devem promover a motivação para a participação. Após as definições, deve-se divulgá-las, amplamente, entre os públicos envolvidos.

Os direcionadores das mensagens para ambas as etapas podem seguir:

- ✓ Valorização das pessoas: participação das reuniões e decisões;
- ✓ PEP em ação: divulgação das decisões e resultados esperados;
- ✓ Comprometimento e responsabilidade de todos.

3.4.2 Organização

Para coordenar todos os recursos da UNEMAT e organizá-los da melhor forma segundo o planejamento estabelecido, as táticas da comunicação administrativa devem compartilhar mensagens que:

- ✓ Orientem as novas configurações de organização da UNEMAT;
- ✓ Justifiquem as necessidades dos recursos e das mudanças/manutenção da organização;
- ✓ Convidem para a combinação de esforços.

Da mesma forma que o planejamento, nesta fase ainda serão necessárias comunicações que estimulem a participação nas reuniões de decisão e validação das atividades de organização. Bem como, a divulgação das decisões e as orientações para os novos formatos.

Nesta etapa, é importante informar sobre:

- ✓ Os orçamentos dos recursos financeiros;
- ✓ Descrição de funções e responsabilidades aprovadas;
- ✓ Cronograma, fluxogramas e processos.

Os instrumentos formais de comunicação são os mais adequados para estas tarefas:

- ✓ Reuniões; *Extranet*; Memorando; Relatórios; Ofícios; Portarias.

Os veículos informais como e-mails e what app podem ser utilizados para enviar mensagens de reforço: lembretes de prazos e mensagens de incentivo, por exemplo.

3.4.3 Coordenação

A comunicação administrativa é uma tática de gestão constante na coordenação dos trabalhos. Por isto, seus processos e procedimentos devem ser considerados e previstos. É preciso mapear, continuamente, os possíveis riscos e/ou ocorrências de falhas na comunicação, que possam prejudicar os andamentos das tarefas planejadas.

Definir os processos de comunicação e as fontes oficiais de divulgação, os temas/assuntos a serem compartilhados e as melhores técnicas e o desenvolvimento de ações corretivas constantes são tarefas importantes.

Um fluxo de comunicação aberto e dinâmico mostra-se um suporte fundamental. Por ele, informações importantes para o dia a dia da gestão da UNEMAT podem ser inseridas, divulgadas, acessadas e compartilhadas entre as equipes de trabalho. A preocupação dos gestores quanto à comunicação deve estar em reunir, unificar e harmonizar as informações sobre as atividades e os esforços para a obtenção dos resultados.

Nesta fase, é possível que haja a necessidade da capacitação das equipes para as mudanças ocorridas nos processos e procedimentos de trabalho.

Os principais direcionadores das mensagens são:

- ✓ Estímulo, motivação, envolvimento e comprometimento para o atingimento dos objetivos;

Ferramentas formais e informais são constantemente utilizadas nessa etapa:

- ✓ Reuniões; Comunicação pessoal/direta com o gestor (coordenador) da área; *Intranet*; *Email*; *Whats app*; Memorando; Jornal Mural; Quadro de Avisos; Folhetos/cartazes/faixas; Relatórios; Ofícios; Portarias.

3.4.4 Controle

Observar, acompanhar, questionar e identificar possíveis riscos e oportunidades aos objetivos estratégicos são as atividades principais de controle executadas pelo gestor. Ações antecipadas, respostas imediatas e contramedidas podem ser necessárias e vão requerer ações de comunicação imediata com as equipes.

A preocupação do gestor será adotar as técnicas de comunicação administrativa que contribuam para o monitoramento e avaliação do retorno das ações estratégicas adotadas, checando o alcance das metas, o andamento dos projetos e o aprimoramento dos processos de trabalho.

O estabelecimento de indicadores de desempenho e de conformidade poderá ser realizado com a participação dos envolvidos.

Conseguir a participação e compromisso com a realização das metas também devem ser preocupações do gestor. Assim, os direcionamentos das mensagens serão adequados aos cumprimentos dos prazos. Por exemplo, se o cronograma estiver atrasado, as mensagens deverão se preocupar com o desentrelaçamento das dificuldades e/ou cobranças por resultados. Caso as equipes estejam dentro dos prazos, as mensagens serão de felicitações.

Considerações Finais

Na gestão moderna, o desenvolvimento da cultura da comunicação como ferramenta de gestão pressupõe concebê-la como estratégica porque dá apoio ao livre fluxo das informações em consonância com a cultura e a missão da instituição.

A comunicação administrativa tem a finalidade contribuir com a gestão estratégica das organizações e instituições. Ela está a serviço das orientações para o bom e correto desenvolvimento dos trabalhos, preocupando-se com um fluxo de informações ágil, eficiente e confiável e com o mapeamento das necessidades quanto às atualizações do conhecimento dos públicos internos envolvidos com as normas, processos, procedimentos, objetivos e metas da instituição.

Devido às especificidades da UNEMAT, uma instituição multicampi com campi distantes da sede administrativa, indicamos a necessidade da criação de uma Política de Comunicação Administrativa UNEMAT, que reúna os principais direcionamentos e orientem a conduta dos gestores quanto à comunicação administrativa.

Esta é uma decisão estratégica que evita a personalização da gestão porque unifica os procedimentos da UNEMAT com vistas ao fortalecimento da instituição.

Por fim, a disseminação adequada das mensagens administrativas contribui para a consolidação da imagem positiva da UNEMAT para a sociedade mato-grossense e para um dos seus principais públicos estratégicos: docentes e técnicos administrativos.

Referências

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial no Brasil: Uma Leitura Crítica. São Paulo: All Print Editora, 2005.

KUNSCH, Margarida. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003.

MULTI, Assessoria. Plano de Mobilização. Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso 2015-2025. Maio, 2015.

REZENDE, D. A.; ABREU A. F. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas. São Paulo: Atlas, 2001.

YANAZE, Mitsuru. Gestão estratégica de Marketing e Comunicação. São Paulo: Saraiva, 2ª ed. 2012.

MEC-FNDE
Fundo Nacional de
Desenvolvimento da Educação



Convênio FNDE-UNEMAT N.º 771800/2012
Contrato UNEMAT – MULTI N.º 154/2014

ANEXO I

MATERIAL BIBLIOGRÁFICO UTILIZADO

wilson da costa bueno



Comunicação
Empresarial
no Brasil:
uma leitura crítica

Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada

Margarida Maria Krohling Kunsch

nova edição
revista, atualizada e ampliada



Denis Alcides Rezende
Aline França de Abreu

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

**Aplicada a Sistemas
de Informação
Empresariais**

8ª Edição
Revisada e Ampliada

publicações
atlas

MITSURU HIGUCHI YANAZE



GESTÃO DE MARKETING *e* COMUNICAÇÃO

avanços e aplicações

MEC-FNDE

Fundo Nacional de

Desenvolvimento da Educação



Convênio FNDE-UNEMAT N^o. 771800/2012

Contrato UNEMAT – MULTI N^o. 154/2014

ANEXO II

LATTES DOS CONSULTORES

OTÁVIO BANDEIRA DE LAMÔNICA FREIRE

MARCIA MARIA GARÇON

FILIFE QUEVEDO – SILVA

WALNEY BARBOSA DOS REIS

Dados gerais Formação Atuação Projetos Produções Eventos Orientações Bancas +



Otávio Bandeira De Lamônica Freire

Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/1745770940204631>

Última atualização do currículo em 21/01/2016

É doutor em Gestão da Comunicação pela USP (2009), possui graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso (1996), especialização em Marketing pela ESPM (1998), mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista (2007) e mestrado em Educação pela Universidade de Cuiabá (2002). Atualmente é Professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Nove de Julho - PPGA/UNINOVE e Professor do Programa de Mestrado Profissional em Administração - Gestão do Esporte - MPAGE/UNINOVE. É também Professor Doutor referência MS-3 do Curso de Marketing da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo - EACH/USP. Tem experiência nas áreas de Marketing e Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: comportamento do consumidor, marcas e efeitos da comunicação. **(Texto informado pelo autor)**

Identificação

Nome

Otávio Bandeira De Lamônica Freire

Nome em citações bibliográficas

FREIRE, Otavio

Endereço

Endereço Profissional

Universidade Nove de Julho, Programa de Pós-Graduação em Administração - PPGA/UNINOVE.
Avenida Francisco Matarazzo - 612
Água Branca
05001000 - São Paulo, SP - Brasil
Telefone: (11) 36659000
URL da Homepage: www.uninove.br

Formação acadêmica/titulação

2004 - 2009

Doutorado em Ciências da Comunicação (Conceito CAPES 5).
Universidade de São Paulo, USP, Brasil.
Título: Comunicação, Cultura e Organização: um olhar antropológico sobre os modos de comunicação administrativa na perspectiva da comunicação integrada, Ano de obtenção: 2009.

Orientador:  Mitsuru Higuchi Yanaze.

Palavras-chave: comunicação; cultura; organização; comunicação administrativa; antropologia; cultura organizacional.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas

Grande Área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Relações Públicas e Propaganda.

Grande Área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Relações Públicas e Propaganda / Especialidade: Políticas e Estratégias de Comunicação.

2005 - 2007

Mestrado em Comunicação (Conceito CAPES 4).

Universidade Paulista, UNIP, Brasil.

Título: Revista A Violeta: um estudo de mídia impressa e gênero., Ano de Obtenção: 2007.

Orientador:  Carla Reis Longhi.

Palavras-chave: mídia impressa; gênero; revista feminina; comunicação.

1999 - 2002

Mestrado em Mestrado em Educação.

Universidade de Cuiabá, UNIC, Brasil.

Título: A festa de São Benedito: educação, cultura e organização., Ano de Obtenção: 2002.

Orientador:  Maria Ignez Joffre Tanus.

Palavras-chave: educação; cultura; organização.

Grande área: Ciências Humanas

1997 - 1998

Especialização em Marketing. (Carga Horária: 420h).
Escola Superiores de Propaganda e Marketing, ESPM, Brasil.
Título: Marketing: conhecimento científico e conhecimento de senso comum.
Orientador: Maria Ignez Joffre Tanus.

1993 - 1996

Graduação em Comunicação Social.
Universidade Federal de Mato Grosso, UFMT, Brasil.
Título: FLOCKY'S Buffet de Sorvetes - Planejamento de Campanha.
Orientador: Luciana de Area Leão Borges.

Formação Complementar

2008 - 2008

Extensão universitária em Management in Business Communications. (Carga horária: 80h).
University of Florida, UF, Estados Unidos.

2006 - 2006

Extensão universitária em Análise do Retorno de Invest. em MKT e Comunicação. (Carga horária: 40h).
Universidade de São Paulo, USP, Brasil.

1991 - 1991

First Certificate in English.
University of Cambridge, CAM, Inglaterra.

Atuação Profissional

Universidade Nove de Julho, UNINOVE, Brasil.

Vínculo institucional**2013 - Atual**

Vínculo: Celetista, Enquadramento Funcional: Professor

Outras informações

Professor do Programa de Mestrado Profissional em Administração: Gestão do Esporte - MPAGE Linha de Pesquisa: Marketing

Vínculo institucional**2011 - Atual**

Vínculo: Celetista formal, Enquadramento Funcional: Professor, Carga horária: 40

Outras informações

Professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração - PMDA/UNINOVE Linha de Pesquisa - Comunicação, Marcas e Comportamento do Consumidor Disciplinas: Administração Estratégica de Marketing & Comunicação, Consumo e Comportamento.

Vínculo institucional**2007 - 2008**

Vínculo: Professor, Enquadramento Funcional: Professor de Especialização, Carga horária: 4

Atividades**03/2012 - Atual**

Ensino, Curso em Nível de Mestrado e Doutorado, Nível: Pós-Graduação

Disciplinas ministradas
Administração Estratégica de Marketing
Comunicação, Consumo e Comportamento

Comunicação, Consumo e Comportamento

02/2012 - Atual

Ensino, DINTER Doutorado Interinstitucional c/ UFMS, Nível: Pós-Graduação

Disciplinas ministradas
Administração Estratégica de Marketing**01/2007 - 12/2008**

Ensino, MBA em Marketing, Nível: Especialização

Disciplinas ministradas
Estratégias Competitivas, Jogos de Empresa, Pesquisa de Mercado, Gestão de Produtos e Gestão de Negócios na Era Internet.**Universidade de São Paulo, USP, Brasil.****Vínculo institucional****2011 - Atual**

Vínculo: , Enquadramento Funcional: Professor Doutor - Referência MS-3, Carga horária: 20

Outras informações

Professor Doutor do Curso de Marketing da Escola de Artes, Ciências e Humanidades - EACH/USP Disciplinas Ministradas: Gestão de Marcas Gestão de Produtos e Novos Produtos Tópicos Especiais de Marketing I e II Evolução do Pensamento em Marketing Ética em Marketing Estudos Diversificados

Vínculo institucional**2005 - Atual**

Vínculo: Colaborador, Enquadramento Funcional: Professor de Especialização, Carga horária: 4

Outras informações

Professor do Curso de Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing da ECA/USP Professor do Curso de Especialização em Gestão de Comunicação Organizacional e Relações Públicas da ECA/USP Professor do Curso de Especialização em Estética e Gestão da Moda da ECA/USP

Vínculo institucional**2005 - 2010**

Vínculo: Colaborador, Enquadramento Funcional: Professor Conferencista Convidado, Carga horária: 8

Outras informações

Professor Conferencista Convidado dos Cursos de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas e Publicidade & Propaganda da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) Disciplinas: Mercadologia & Publicidade; Análise e Planejamento Mercadológico; Teoria das Organizações Aplicada à Comunicação.

Atividades**01/2013 - Atual**

Ensino, Gestão Estratégica da Comunic. Organizacional e RP, Nível: Especialização

Disciplinas ministradas
Gestão de Marcas
Pesquisa de Mercado**06/2012 - Atual**

Ensino, Estética e Gestão da Moda, Nível: Especialização

Disciplinas ministradas
Gestão de Marcas

06/2012 - Atual

06/2012 - Atual

Ensino, Estética e Gestão da Moda, Nível: Especialização

Disciplinas ministradas
Gestão de Marcas

03/2011 - Atual

Ensino, Marketing, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Estudos Diversificados II
Ética em Marketing
Evolução do Pensamento de Marketing
Gestão de Produtos e Novos Produtos
Gestão de Marcas

01/2006 - 03/2013

Ensino, Gestão de Comunicação e Marketing, Nível: Especialização

Disciplinas ministradas
Simulação e Jogos de Empresa, Pesquisa de Mercado, Projeto e Gerência de Serviços, Processos Decisórios em Produtos e Serviços.

06/2005 - 12/2010

Ensino, Publicidade e Propaganda, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Mercadologia e Publicidade, Análise e Planejamento Mercadológico.

03/2009 - 06/2010

Ensino, Relações Públicas, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Teoria das Organizações Aplicada à Comunicação

Instituto Nacional de Pós Graduação, INPG, Brasil.

Vínculo institucional

2009 - 2011

Vínculo: Professor visitante, Enquadramento Funcional: Professor de Especialização

Outras informações

Disciplinas: Gestão de Marketing, Pesquisa de Mercado, Gestão de Serviços e Gerência de Produtos

Universidade Presbiteriana Mackenzie, MACKENZIE, Brasil.

Vínculo institucional

2009 - 2009

Vínculo: Professor de Especialização, Enquadramento Funcional: Professor Convocado, Carga horária: 8

Outras informações

Disciplinas: Análise de Clientes e Mercados; Estratégias e Táticas de Preços.

Atividades

02/2009 - 12/2010

Ensino, Gestão Estratégica de Vendas, Nível: Especialização

Disciplinas ministradas
Análise de Clientes e Mercados
Estratégias e Táticas de Preços

Universidade de Cuiabá, UNIC, Brasil.

Vínculo institucional**2000 - 2009**

Vínculo: Professor Visitante, Enquadramento Funcional: Professor de Especialização

Outras informações

Professor dos Cursos de Pós-Graduação "MBA" da Universidade de Cuiabá/UNIC Disciplinas: Fundamentos de Marketing, Marketing Empresarial, Marketing Internacional, Gerência e Desenvolvimento de Produtos, Planejamento Estratégico de Marketing & Comunicação, Modelos de Análise de Mercado, Comunicação com o Mercado.

Vínculo institucional**1998 - 2003**

Vínculo: Professor, Enquadramento Funcional: Professor de graduação, Carga horária: 20

Outras informações

Professor dos cursos de Propaganda e Marketing e Administração.

Vínculo institucional**2001 - 2002**

Vínculo: Celetista formal, Enquadramento Funcional: Professor-Gerente, Carga horária: 12

Outras informações

Professor-Gerente, Coordenador do Núcleo de Consultoria Júnior em Marketing da UNIEMPRESA (órgão de extensão da Faculdade de Administração, Economia, Ciências Contábeis e Comunicação Social/FAEC da Universidade de Cuiabá/UNIC ? 2001-2002)

Vínculo institucional**2000 - 2000**

Vínculo: Celetista formal, Enquadramento Funcional: Coordenador, Carga horária: 20

Outras informações

Coordenador da UNIAGÊNCIA (órgão de extensão do Curso de Comunicação Social, da Universidade de Cuiabá/UNIC)

Faculdades Integradas Cândido Rondon, UNIRONDON, Brasil.

Vínculo institucional**1998 - 1999**

Vínculo: Celetista formal, Enquadramento Funcional: Professor, Carga horária: 4

Atividades**01/1998 - 12/1999**

Ensino, Comunicação Social, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Mercadologia, Administração em Publicidade e Propaganda, Projetos Experimentais em Publicidade e Propaganda.

Instituto Euro-Latino-Americano de Cultura e Tecnologia, EUROPAN, Brasil.

Vínculo institucional

2003 - 2004

Vínculo: Professor, Enquadramento Funcional: Professor, Carga horária: 12

Outras informações

Professor do Curso de Graduação em Administração de Empresas (Comércio Exterior, Sistemas de Informação, Marketing, Hotelaria & Turismo) da Faculdade Europan/SP Disciplinas: planejamento estratégico, gerência de produtos, fundamentos de marketing e pesquisa de marketing

Vínculo institucional

2003 - 2004

Vínculo: Professor, Enquadramento Funcional: Professor, Carga horária: 4

Outras informações

Professor do Curso de Graduação em Comunicação Social, habilitação em Publicidade & Propaganda da Faculdade Europan/SP

Atividades

06/2003 - 12/2004

Ensino, Administração Geral, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Planejamento Estratégico, Pesquisa de Mercado.

06/2003 - 12/2004

Ensino, Administração e Comércio Exterior, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Fundamentos de Marketing

06/2003 - 12/2004

Ensino, Administração e Sistemas de Informação, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Fundamentos de Marketing

06/2003 - 12/2004

Ensino, Administração e Marketing, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Fundamentos de Marketing, Gestão de Produtos, Marketing de Varejo, Marketing de Serviços, Propaganda e Publicidade.

06/2003 - 12/2003

Ensino, Publicidade e Propaganda, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Publicidade Aplicada ao Turismo

Universidade Candido Mendes, UCAM, Brasil.

Vínculo institucional**2001 - 2006**

Vínculo: Professor, Enquadramento Funcional: Professor de Especialização

Outras informações

Professor dos Cursos de Pós-Graduação (MBA com Tutoria Virtual) da Universidade Cândido Mendes/RJ Disciplina: Planejamento e Auditoria de Marketing

Atividades**01/2001 - 12/2006**

Ensino, MBA em Marketing Estratégico, Nível: Especialização

Disciplinas ministradas
Planejamento e Auditoria de Marketing

Universidade Bandeirante de São Paulo, UNIBAN, Brasil.

Vínculo institucional**2004 - 2004**

Vínculo: Professor, Enquadramento Funcional: Professor, Carga horária: 4

Outras informações

Professor do Curso de Graduação em Comunicação Empresarial da Universidade Bandeirante de São Paulo/UNIBAN Disciplina: fundamentos de marketing e gestão de marca

Atividades**01/2004 - 12/2004**

Ensino, Comunicação Empresarial, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Fundamentos de Marketing e Gestão de Marcas

Projetos de pesquisa**2013 - Atual**

Varejo no Brasil: perspectivas teóricas e empíricas

Descrição: Análise bibliométrica das publicações concernentes ao varejo na seara de administração no Brasil, em periódicos de impacto de acordo com o sistema Qualis (A1, A2 e B1)..

Situação: Em andamento; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: Graduação: (2) / Mestrado acadêmico: (1) / Doutorado: (1) .

Integrantes: Otávio Bandeira De Lamônica Freire - Coordenador / Eduardo Biagi Almeida Santos - Integrante / Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva - Integrante.

2013 - Atual

Emoção, Risco ou Segurança? O Efeito de Diferentes Estratégias de Comunicação na Intenção de Ir à Estádios e demais Eventos Esportivos

Descrição: Análise da relação entre sensation seeking, percepção de risco e intenção de ir a eventos esportivos por parte do consumidor brasileiro. Verificação do efeito de diferentes estímulos de propaganda a partir do uso do efeito framing como estratégia persuasiva e verificação do nível de interação entre os conceitos apresentados..

Situação: Em andamento; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: Mestrado acadêmico: (1) / Mestrado profissional: (1) / Doutorado: (1) .

Integrantes: Otávio Bandeira De Lamônica Freire - Coordenador / Leandro Leonardo Batista - Integrante / Diego dos Santos Vega Senise - Integrante / Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva - Integrante.

2012 - 2013

Endosso de Celebridades e Comportamento do Consumidor

Descrição: Estudo quantitativo por meio de modelagem de equações estruturais para o entendimento dos antecedentes do endosso de celebridades por parte do consumidor brasileiro. Levantamento tipo survey em todo o território nacional acerca da percepção dos antecedentes (profissionalismo, identificação, conexão com a sociedade brasileira, personalidade e atributos de beleza) e seu poder de explicação da variável dependente endosso para marcas, produtos e projetos sociais..

Situação: Concluído; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: Graduação: (2) / Mestrado acadêmico: (1) .

Integrantes: Otávio Bandeira De Lamônica Freire - Coordenador.

2006 - 2009

Retorno de Investimentos em Comunicação

Descrição: Levantamento dos processos de planejamento e gestão da comunicação das 70 maiores organizações - por setor, ranking Revista Exame - nas vertentes institucional, mercadológica e administrativa..

Situação: Em andamento; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: Graduação: (2) / Mestrado acadêmico: (2) / Doutorado: (2) .

Integrantes: Otávio Bandeira De Lamônica Freire - Integrante / Mitsuru Higuchi Yanaze - Coordenador / Kleber Markus - Integrante / Eduardo Augusto da Silva - Integrante / Arlindo Ornelas Figueira Neto - Integrante / Naia Caroline Hamasaki - Integrante / Márcia Maria Garçon - Integrante.

Financiador(es): BASF - Matriz São Paulo - Auxílio financeiro / Fundação Odebrecht - Auxílio financeiro / Natura Cosméticos S/A - Auxílio financeiro / Tetrapak Ltda. - Auxílio financeiro / Petróleo Brasileiro - Rio de Janeiro - Matriz - Auxílio financeiro.

Membro de corpo editorial

2012 - Atual

Periódico: REMark. Revista Brasileira de Marketing

Revisor de periódico

2011 - Atual

Periódico: REMark - Revista Brasileira de Marketing

2011 - Atual

Periódico: RIAE - Revista Ibero Americana de Estratégia

2011 - Atual

Periódico: RAI : Revista de Administração e Inovação

2013 - Atual

Periódico: Podium: sport, leisure and tourism review

Áreas de atuação

1.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Relações Públicas e Propaganda/Especialidade: Marketing.

2.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração.

3.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Relações Públicas e Propaganda/Especialidade: PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

4.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação.

5.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Políticas e Estratégias de Comunicação.

6.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Relações Públicas e Propaganda.

Idiomas

Inglês

Compreende Bem, Fala Bem, Lê Bem, Escreve Bem.

Espanhol

Compreende Bem, Fala Bem, Lê Bem, Escreve Bem.

Produções

Produção bibliográfica

Artigos completos publicados em periódicos

Ordenar por

Ordem Cronológica

1.

SILVA, L. A. ; LOPES, E. L. ; **FREIRE, Otávio** ; SILVA, D. . The Brand's Effect on the Evaluation of Advertising Endorsed by Celebrities: an Experimental Study. BBR. Brazilian Business Review (English Edition. Online), v. 12, p. 57-78, 2015.

2.

QUEVEDO-SILVA, F. ; LIMA-FILHO, D. O. ; **FREIRE, Otávio** . A Influência da Consciência Ambiental e das Atitudes em Relação ao Consumo Sustentável na Intenção de Compra de Carne Bovina. Revista de Administração da UFSM, v. 8, p. 463-481, 2015.

3.

OLIVEIRA, A. S. ; **FREIRE, Otávio** ; Quevedo-Silva, F ; SILVA, D. . Influência da Resposta a Falha na Atitude e Intenção de se Alimentar Bem. Revista Gestão e Tecnologia, v. 15, p. 189-210, 2015.

4.

BERGEL, E. ; BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otávio** ; BIZZARRIAS, F. S. . Relação Entre Marketing e RSAE nos Congressos da ANPAD: Estudo Bibliométrico de 1998-2012. Revista de administração da Unimep, v. 13, p. 189-219, 2015.

5.

SACRAMENTO, S. R. V. ; GALVÃO, R. A. ; **FREIRE, Otávio** ; BRANDAO, M. M. ; QUEVEDO-SILVA, F. . O Efeito da Consciência Ecológica e do Framing de Perda e Ganho no Comportamento do Consumidor. Revista de administração da Unimep, v. 12, p. 184-206, 2014.

6.

SILVA, E. A. ; **FREIRE, Otávio** ; QUEVEDO-SILVA, F. . Indicadores de Sustentabilidade como Instrumentos de Gestão: uma Análise do GRI, ETHOS e ISE. Revista de Gestao Ambiental e Sustentabilidade, v. 3, p. 130-148, 2014.

7.

Quevedo-Silva, F ; Lima-Filho, D. O. ; **FREIRE, Otávio** . Drivers for environmental sustainability in the Brazilian beef chain. Australian Journal of Basic and Applied Sciences, v. 8, p. 473-484, 2014.

8.

STREHLAU, Suzane ; **FREIRE, Otávio** . Propriedades da Escala Brand Luxury Index no Brasil. Revista de administração da Unimep, v. 11, p. 82, 2013.

9.

FREIRE, Otávio ; ALMEIDA SANTOS, Eduardo Biagi ; THE INFLUENCE OF MUSIC ON CONSUMER BEHAVIOR. Independent Journal of Management & Production, v. 4, p. 537-548, 2013.

10.

FREIRE, Otávio ; QUEVEDO-SILVA, F. ; FREDERICO, E. . Mensurando a consciência ambiental do consumidor: um estudo comparativo entre as escalas NEP e ECCB. Organicom (USP), v. 10, p. 244, 2013.

11.

FREIRE, Otávio ; NASCIMENTO, T. M. ; MAZZEI, L. C. ; SENISE, D. S. V. . O Conceito de Congruência e o Endosso de Celebidades Esportivas. Podium: sport, leisure and tourism review, v. 02, p. 173-195, 2013.

12.

FREIRE, Otávio; FREDERICO, E. ; QUEVEDO-SILVA, F. . ACQUIRING CONSUMER TRUST: MINIMIZING THE GAP BETWEEN ENVIRONMENTAL CONCERN AND ENVIRONMENTAL CONSUMPTION. Revista de Gestao Ambiental e Sustentabilidade, v. 2, p. 50-70, 2013.

13.

RAMOS, A. L. ; BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otávio** . Valor da Empresa e Métricas de Marketing. Revista Iberoamericana de Estratégia, v. 12, p. 235-260, 2013.

14.

BOMTEMPO, M. S. ; SILVA, D. ; **FREIRE, Otávio** . Motivos da Escolha do Curso de Administração de Empresas por meio da Modelagem de Equações Estruturais. Pretexto (Belo Horizonte. Online), v. 13, p. 108-129, 2012.

15.

SLECHTICIUS, A. G. ; BIANCOLINO, C. A. ; GUIMARAES, E. H. R. ; **FREIRE, Otávio** . Gerenciamento de Projetos Complexos de TI: Estudo de Caso sob o Enfoque da Estratégia Empresarial na Indústria de Serviços Financeiros. Revista Iberoamericana de Estratégia **JCR**, v. 11, p. 289-318, 2012.

16.

FREIRE, Otávio; SENISE, Diego . Percepção de Celebridades do Esporte: um modelo de escolha, gestão e controle do seu uso em relação às marcas. Organicom (USP), v. 8, p. 218-232, 2011.

17.

FREIRE, Otávio. Modelo Economico, Cultura e Educação: rumo ao consumo. Revista Novos Rumos, v. 1, p. 10-11, 2005.

18.

FREIRE, Otávio. Casos bem sucedidos de marketing de senso comum em Cuiabá. Cadernos de Educação (UNIC), v. 4, p. 157-165, 2000.

Livros publicados/organizados ou edições

1.

★ YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** ; SENISE, D. S. V. . Retorno de Investimentos em Comunicação: avaliação e mensuração. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2013. 512p .

2.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** ; SENISE, Diego . Retorno de Investimentos em Comunicação: Avaliação e Mensuração. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. v. 01. 424p .

3.

BANDEIRA, Maria de Lourdes ; **FREIRE, Otávio** . Antropologia I. 2. ed. Cuiabá: EdUFMT, 2008. 97p .

4.

★ **FREIRE, Otávio**; BANDEIRA, Maria de Lourdes . Antropologia III. 1. ed. Cuiabá: EdUFMT, 2008. 90p .

5.

BANDEIRA, Maria de Lourdes ; **FREIRE, Otávio** . Antropologia II - Diversidades. 2. ed. Cuiabá: EdUFMT, 2008. 94p .

6.

BANDEIRA, Maria de Lourdes ; **FREIRE, Otávio** . Antropologia - Uma Introdução. 1. ed. Cuiabá: EdUFMT, 2006. v. 1. 108p .

7.

BANDEIRA, Maria de Lourdes ; **FREIRE, Otávio** . Antropologia - Três Categorias do Pensamento Antropológico. 1. ed. Cuiabá: EdUFMT, 2006. v. 1. 100p .

8.

BANDEIRA, Maria de Lourdes ; **FREIRE, Otávio** . Antropologia - Infância, Cultura e Socialização. 1. ed. Cuiabá: EdUFMT, 2006. v. 1. 80p .

9.

BANDEIRA, Maria de Lourdes ; **FREIRE, Otávio** . Antropologia - Infância, Educação e Cultura. 1. ed. Cuiabá: EdUFMT, 2006. v. 1. 83p .

Capítulos de livros publicados

1.

BARBOSA, N. ; Matsumura, F. ; **FREIRE, Otávio** ; SENISE, D. S. V. . Associação de Marca no Mercado Fast Fashion: uma revisão da literatura. In: Eneus Trindade; Clotilde Perez. (Org.). III Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda: deve haver mais pesquisa em publicidade porque é assim que se conquista a real beleza. 1ed.São Paulo: Schoba, 2013, v. , p. 1299-1313.

2.

ROSENBLAT, R. ; **FREIRE, Otavio** ; YANAZE, Mitsuru Higuchi . Eventos Esportivos no Desenvolvimento das Marcas: um modelo de avaliação de resultados. In: Eneus Trindade; Clotilde Perez. (Org.). III Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda: deve haver mais pesquisa em publicidade pois é assim que se conquista a real beleza. 1ed.São Paulo: Schoba, 2013, v. , p. 1374-1384.

3.

★ **FREIRE, Otavio**; SILVA, E. A. . Gestão da Informação para Tomada de Decisões de Marketing. In: Mitsuru H. Yanaze. (Org.). Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações. 2ed.São Paulo: Saraiva, 2011, v. , p. 286-298.

4.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otavio** . Informação para o Planejamento: Definição de Objetivos/Metas e Estratégias. In: Mitsuru H. Yanaze. (Org.). Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações. 2ed.São Paulo: Saraiva, 2011, v. , p. 299-334.

5.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otavio** . Estratégia de Produto. In: Mitsuru H. Yanaze. (Org.). Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações. 2ed.São Paulo: Saraiva, 2011, v. , p. 337-368.

6.

POLIANO, Manoella ; **FREIRE, Otavio** . Como a utilização de celebridades é relevante na retenção da mensagem, impactando o comportamento do consumidor. In: Eneus Trindade; Clotilde Perez. (Org.). II Pró-Pesq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - Como anda a publicidade? Porque pesquisar faz bem. 1ed.Salto: Schoba, 2011, v. 1, p. 841-853.

7.

SALINA, Durval ; **FREIRE, Otavio** . Comunicação com uso de celebridades: uma discussão do retorno de investimento. In: Eneus Trindade; Clotilde Perez. (Org.). II Pró-Pesq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - Como anda a publicidade? Porque pesquisar faz bem. 1ed.Salto: Schoba, 2011, v. 1, p. 854-866.

8.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otavio** . Como as Maiores Empresas do Brasil Avaliam os Resultados de suas Ações de Comunicação: Instrumentos, Ferramentas, Objetividades e Subjetividades. In: Eneus Trindade; Clotilde Perez. (Org.). I PRÓ-PESQ PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - Há momentos em que precisamos parar para pensar os rumos da publicidade contemporânea. Salto: Schoba, 2010, v. 1, p. 936-949.

9.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otavio** . Estratégia de Produto. Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações. 1ed.São Paulo: Editora Saraiva, 2007, v. 1, p. 263-289.

10.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otavio** . Informação para o Planejamento: definições de objetivos e metas. Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações. 1ed.São Paulo: Editora Saraiva, 2007, v. 1, p. 231-262.

Textos em jornais de notícias/ revistas

1.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otavio** . O Navegador e o Executivo. Zero Hora, Porto Alegre - RS, 02 ago. 2007.

2.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otavio** . A Excelência no Marketing Pessoal: como planejar as nossas ações e os nossos recursos em busca do crescimento pessoal. Revista Vencer!, São Paulo, p. 18 - 19, 01 abr. 2007.

3.

FREIRE, Otavio. Posicionamento de Mercado: Necessidade ou Opção?. Revista Grandes Empreendedores, Cuiabá, , v. 2.

4.

FREIRE, Otavio. Aprendendo Marketing com o Fluxo das Águas do Pantanal. Revista Grandes Empreendedores, Cuiabá, , v. 3.

5.

FREIRE, Otavio. O Senso Comum, o Marketing e as Empresas do Mato Grosso. Revista Grandes Empreendedores, Cuiabá, , v. 4.

6.

FREIRE, Otavio. É Hora de Arrumar a Casa: Ameaças, Oportunidade e Qualidade do Ponto de Vista de Marketing. Revista Grandes Empreendedores, Cuiabá, , v. 5.

7.

FREIRE, Otavio. Conheça seus Clientes, Venda com Prazer e Faça-os Felizes!. Revista Grandes Empreendedores, Cuiabá, , v. 6.

8.

FREIRE, Otavio. Amor, Respeito e Planejamento. Revista Grandes Empreendedores, Cuiabá, , v. 7.

9.

FREIRE, Otavio. Turismo com Responsabilidade. Revista Grandes Empreendedores, Cuiabá, , v. 8.

10.

FREIRE, Otavio. Administrador: o Leme só não Basta. Revista Grandes Empreendedores, Cuiabá, , v. 1.

Trabalhos completos publicados em anais de congressos

1.

ALMEIDA SANTOS, Eduardo Biagi ; **FREIRE, Otavio** . Efeito da Congruência da Música Ambiente no Comportamento do Consumidor no Varejo: um Estudo Experimental. In: XXXIX EnANPAD, 2015, Belo Horizonte. XXXIX EnANPAD, 2015.

2.

QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otavio** . O Efeito do Distanciamento Psicológico e Framing da Mensagem sobre a Capacidade de Diferenciação em Empresas de Serviço. In: XXXIX EnANPAD, 2015, Belo Horizonte. XXXIX EnANPAD, 2015.

3.

ALMEIDA SANTOS, Eduardo Biagi ; **FREIRE, Otavio** ; LOPES, E. L. . Estudo Bibliométrico sobre o modelo estímulo-organismo-resposta no período de 2003 a 2014. In: 8o Congresso Latino-Americano de Varejo - CLAV 2015, 2015, São Paulo. 8o Congresso Latino-Americano de Varejo - CLAV 2015, 2015.

4.

FREIRE, Otavio; BRAGA JUNIOR, S. S. . O Efeito da Preocupação Ambiental e do Ceticismo de Produtos Verdes no Varejo. In: XXXVIII EnANPAD, 2014, Rio de Janeiro. XXXVIII EnANPAD, 2014.

5.

RODRIGUES, G. V. ; QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otavio** . O Papel do Contexto de Avaliação na geração de Recomendações de Produtos no Ambiente Online. In: XXXVIII EnANPAD, 2014, Rio de Janeiro. XXXVIII EnANPAD, 2014.

6.

FREIRE, Otavio; QUEVEDO-SILVA, F. ; SENISE, D. S. V. ; SCRIVANO, P. . Futuras Celebidades Endossadas por Celebidades: o Efeito da Marca, da Congruência e da Superexposição. In: EMA 2014, 2014, Rio de Janeiro. EMA 2014, 2014.

7.

LOPES, E. L. ; **FREIRE, Otavio** . Escalas concorrentes para mensuração da qualidade percebida no varejo eletrônico: uma comparação entre E-S-Qual e E-Tailq. In: VII Congresso Latino-Americano de Varejo - CLAV, 2014, São Paulo. VII Congresso Latino-Americano de Varejo - CLAV. São Paulo: FGV - Fundação Getúlio Vargas, 2014.

8.

GARCIA, J. M. ; **FREIRE, Otavio** . Compras Coletivas: uma Análise da Ferramenta no Varejo Eletrônico no Contexto Brasileiro. In: III Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, 2014, São Paulo. III Simpósio Internacional de Gestão de Projetos. São Paulo: UIINOVE - Universidade Nove de Julho, 2014.

9.

JUVELLA, S. B. ; **FREIRE, Otavio** . Materiais Promocionais no Ponto-de-Venda: Considerações e Proposituras. In: III Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, 2014, São Paulo. III Simpósio Internacional de Gestão de Projetos. São Paulo: UIINOVE - Universidade Nove de Julho, 2014.

10.

QUEVEDO-SILVA, F. ; LIMA-FILHO, D. O. ; **FREIRE, Otavio** . Drivers para a sustentabilidade na cadeia da bovinocultura de corte. In: 51o Congresso da SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2013, Belém/PA. 51o Congresso da SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2013.

11.

GARCIA, E. ; LOPES, E. L. ; **FREIRE, Otavio** . Relailers´ Relevant Attributes for Purchase of the Elderly: an analysys by means of structural equations. In: GBATA 2013 - Global Business and Technology Associatio´ s Fifteenth Annual International Conference, 2013, Helsinki/Fl. GBATA 2013 - Global Business and Technology Association´ s Fifteenth Annual Conference, 2013.

12.

QUEVEDO-SILVA, F. ; LIMA-FILHO, D. O. ; **FREIRE, Otavio** . A Relação entre Consciência Ambiental e Consumo de Carne Ambientalmente Sustentável. In: XXXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2013, 2013, Rio de Janeiro. XXXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2013, 2013.

13.

BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otavio** ; STREHLAU, S. . Explorando a Relação entre Crowding e Satisfação: um estudo em parques urbanos. In: XVI SEMEAD - Seminários de Administração FEA/USP, 2013, São Paulo. XVI SEMEAD - Seminários de Administração FEA/USP, 2013.

14.

QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otavio** ; LOPES, E. L. . Antecedentes da Lealdade no E-commerce: o papel chave da satisfação dos consumidores. In: XVI SEMEAD - Seminários de Administração FEA/USP, 2013, São Paulo. XVI SEMEAD - Seminários de Administração FEA/USP, 2013.

15.

BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otavio** ; SENISE, D. S. V. ; BRANCARDI, J. E. . Como diferenças entre consumidores influenciam a satisfação e o comportamento em ambientes de loja

BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otávio** ; SENISE, D. S. V. ; BIANCARDI, J. F. . Como diferenças entre consumidores influenciam a satisfação e a compra por impulso em ambientes de loja com alto arousal. In: CLAV 2013 - 6o Congresso Latinoamericano de Varejo: Varejo e Desenvolvimento em Mercados Emergentes, 2013, São Paulo. CLAV 2013 - 6o Congresso Latinoamericano de Varejo: Varejo e Desenvolvimento em Mercados Emergentes, 2013.

16.

FREIRE, Otávio; FREDERICO, E. ; QUEVEDO-SILVA, F. . Fatores Determinantes da Intenção de Consumo de Produtos Sustentáveis. In: CLAV 2013 - 6o Congresso Latinoamericano de Varejo: Varejo e Desenvolvimento em Mercados Emergentes, 2013, São Paulo. CLAV 2013 - 6o Congresso Latinoamericano de Varejo: Varejo e Desenvolvimento em Mercados Emergentes, 2013.

17.

FREIRE, Otávio; QUEVEDO-SILVA, F. ; FREDERICO, E. . Escalas Concorrentes para a Mensuração da Consciência Ambiental: comparação entre ECCB e NEP. In: I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (I S2IS), 2013, São Paulo. I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (I S2IS), 2013.

18.

BERGEL, Erica Aita ; BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otávio** . Novo Framework para Marketing Sustentável. In: I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (I S2IS), 2013, São Paulo. I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (I S2IS), 2013.

19.

GALVÃO, R. A. ; SACRAMENTO, S. R. V. ; **FREIRE, Otávio** ; BRANDAO, M. M. . O Efeito da Consciência Ecológica e do Framing de Perda e Ganho no Comportamento do Consumidor. In: I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (I S2IS), 2013, São Paulo. I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (I S2IS), 2013.

20.

ALMEIDA SANTOS, Eduardo Biagi ; **FREIRE, Otávio** . The Influence of Music on Consumer Behavior. In: 24th POMS Annual Conference (Production, Operations and Management Society), 2013, Denver/USA. 24th POMS Annual Conference (Production, Operations and Management Society), 2013.

21.

BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otávio** ; STREHLAU, S. . Urbans Parks: Crowding and Satisfaction. In: ANZMAC Conference 2013 - Australian and New Zealand Marketing Academy, 2013, Auckland/NZ. ANZMAC Conference 2013 - Australian and New Zealand Marketing Academy, 2013.

22.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. ; BIANCARDI, J. F. . O Sentido do Prestígio no Consumo Contemporâneo: um estudo exploratório. In: III Seminário Internacional de Estudos e Pesquisas em Consumo, 2013, São Paulo. Anais do III Seminário Internacional de Estudos e Pesquisas em Consumo, 2013.

23.

FREIRE, Otávio; FREIRE, Maria Lourdes Balbinot De Lamônica . Fatores que motivam a escolha como antecedentes das dimensões da qualidade percebida em cursos de ensino superior: proposição de um modelo teórico. In: IV PRÓ-PERSQ PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2013, São Paulo. IV PRÓ-PERSQ PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2013.

24.

SILVA, L. A. ; LOPES, E. L. ; SILVA, D. ; **FREIRE, Otávio** . O Efeito da Marca no Endosso de Celebidades. In: XXXVI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2012, 2012, Rio de Janeiro. XXXVI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2012, 2012.

25.

GARÇON, Márcia ; **FREIRE, Otávio** ; YANAZE, Mitsuru Higuchi . Organisations´ demand on Public Relations and Corporate Communication and the role of PR/Corporate Manager: a comparative study on job announcements between Latin America and Europe. In: 4th European Communication Conference - ECREA 2012, 2012, Istanbul. ECREA 2012 - 4th European Communication Conference, 2012.

26.

ZUCCO, F. D. ; MORETTI, S. L. A. ; SILVA, D. ; **FREIRE, Otávio** . Relações entre Motivação para Viajar, Fontes de Informação e Qualidade Percebida do Serviço pelos Turistas da Oktoberfest em Munique (Alemanha) e Blumenau (Brasil). In: XXXVI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2012, 2012, Rio de Janeiro. XXXVI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2012, 2012.

27.

STREHLAU, Suzane ; LOPES, E. L. ; **FREIRE, Otávio** . Brand Luxury Index: Avaliação de um Instrumento para Gestão do Luxo da Marca. In: EMA 2012 - 5o Encontro da Divisão de Marketing da ANPAD, 2012, Curitiba/PR. EMA 2012 - 5o Encontro da Divisão de Marketing da ANPAD, 2012.

28.

BARBOSA, N. ; Matsumura, F. ; **FREIRE, Otávio** ; SENISE, D. S. V. . Associação de Marca no Mercado Fast Fashion: uma revisão da literatura. In: III Propeq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - Deve haver mais pesquisa em publicidade, 2012, São Paulo/SP. III Propeq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - Deve haver mais pesquisa em publicidade, 2012.

29.

ROSENBLAT, R. ; **FREIRE, Otávio** ; YANAZE, Mitsuru Higuchi . Eventos Esportivos no Desenvolvimento das Marcas: um modelo de avaliação de resultados. In: III Propeq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - Deve haver mais pesquisa em publicidade, 2012, São Paulo/SP. III Propeq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - Deve haver mais pesquisa em publicidade, 2012.

30.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . The Role of Integrated Communications in the Process of Building/Maintaining the Organizations? Image and Reputation. In: . ? Navigating the Reputation Economy??Reputation Institute?s 15th International Conference on Corporate Reputation, Brand, Identity and Competitiveness, 2011, New Orleans/LA. . ? Navigating the Reputation Economy??Reputation Institute?s 15th International Conference on Corporate Reputation, Brand, Identity and Competitiveness, 2011.

31.

POLIANO, Manoella ; **FREIRE, Otávio** . Como a utilização de celebridades é relevante na retenção da mensagem, impactando o comportamento do consumidor. In: II Pró-pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2011, São Paulo. II Pró-pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2011.

32.

SALINA, Durval ; **FREIRE, Otávio** . Comunicação com uso de celebridades: uma discussão do retorno de investimento. In: II Pró-pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2011, São Paulo. II Pró-pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2011.

33.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . Como as maiores empresas do Brasil avaliam os resultados de suas ações de comunicação: instrumentos, ferramentas, objetividades e subjetividades. In: I Pró-pesq PP ? Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2010, São Paulo. I Pró-pesq PP ? Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. São Paulo: CRP-ECA/USP, 2010.

34.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . Integração da Comunicação: um estudo exploratório em 50 grandes organizações brasileiras. In: Congeso ALAIC 2010 - "Comunicación en Tiempos de Crisis", 2010, Bogotá/Colômbia. Congeso ALAIC 2010 - "Comunicación en Tiempos de Crisis: diálogos entre lo global y lo local". Bogotá/Colômbia: Pontificia Universidad Javeriana, 2010.

Resumos expandidos publicados em anais de congressos

1.

QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otávio** ; BRANDAO, M. M. . Assessment of service environment: The effect of psychological distance. In: AMA SERVSIG 2014 International Service Research Conference, 2014, Thessaloniki, Grécia. AMA SERVSIG 2014 International Service Research Conference. USA: American Marketing Association, 2014.

Resumos publicados em anais de congressos

1.

SILVEIRA, M. P. ; SANTOS, L. S. ; CARDOSO, M. V. ; **FREIRE, Otávio** . Campeonato Brasileiro 2014 Série A: as Relações entre o Desempenho das Equipes Participantes e as Variáveis Econômicas de Bilheteria. In: Congreso de La Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva - ALGEDE, 2015, São Paulo. IV Congreso ALGEDE, 2015.

2.

SANTOS, L. S. ; **FREIRE, Otávio** . Implantação de um projeto piloto de atividade física, esportiva e integrativa para população da terceira idade em um clube escola da Prefeitura Municipal de São Paulo. In: Congreso de la Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva - ALGEDE, 2015, São Paulo. IV Congreso ALGEDE, 2015.

3.

FREIRE, Otávio . Conjunções e dijunções entre o nacional e o regional: um olhar sobre os primeiros anos d'A Violeta. In: X Congresso Internacional da Associação Brasileira de Literatura Comparada, 2006, Rio de Janeiro. Anais do X Congresso da Abralic, 2006.

Artigos aceitos para publicação

1.

QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otávio** ; LIMA-FILHO, D. O. ; BRANDAO, M. M. ; ISABELA, G. ; MOREIRA, L. B. . Intentions to purchase food through the internet: developing an testing a model. British Food Journal (1966) **JCR**, 2016.

Apresentações de Trabalho

1.

ALMEIDA SANTOS, Eduardo Biagi ; **FREIRE, Otávio** ; LOPES, E. L. . Estudo Bibliométrico sobre o modelo estímulo-organismo-resposta no período de 2003 a 2014. 2015. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

2.

FREIRE, Otávio ; QUEVEDO-SILVA, F. ; SENISE, D. S. V. ; SCRIVANO, P. . Futuras Celebridades Endossadas por Celebridades: o Efeito da Marca, da Congruência e da Superexposição. 2014. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

3.

RODRIGUES, G. V. ; QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otávio** . O Papel do Contexto de Avaliação na geração de Recomendações de Produtos no Ambiente Online. 2014. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

4.

FREIRE, Otávio ; BRAGA JUNIOR, S. S. . O Efeito da Preocupação Ambiental e do Ceticismo de Produtos Verdes no Varejo. 2014. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

5.

VALLADA, I. B. P. ; **FREIRE, Otávio** ; SENISE, D. S. V. . Brasilidade e Efeito País de Origem em Marcas de Moda no Brasil. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

6.

FREIRE, Otávio ; FREIRE, Maria Lourdes Balbinot De Lamônica . Fatores que Motivam a Escolha como Antecedentes das Dimensões da Qualidade Percebida em Cursos do Ensino

Superior: proposição de um modelo teórico. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

7.

ALMEIDA SANTOS, Eduardo Biagi ; **FREIRE, Otavio** . The Influence of Music on Consumer Behavior. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

8.

GARCIA, E. ; LOPES, E. L. ; **FREIRE, Otavio** . Retailers´ Relevant Attributes for Purchase Decision of the Elderly: an analisys by means of structural equations. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

9.

QUEVEDO-SILVA, F. ; LIMA-FILHO, D. O. ; **FREIRE, Otavio** . A Relação entre Consciência Ambiental e Consumo de Carne Ambientalmente Sustentável. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

10.

BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otavio** ; STREHLAU, S. . Explorando a Relação entre Crowding e Satisfação: um estudo em parques urbanos. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

11.

QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otavio** ; LOPES, E. L. . Antecedentes da Lealdade no E-commerce: o papel chave da satisfação dos consumidores. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

12.

BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otavio** ; SENISE, D. S. V. ; BIANCARDI, J. F. . Como diferenças entre consumidores influenciam a satisfação e a compra por impulso em ambientes de loja com alto arousal. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

13.

FREIRE, Otavio ; FREDERICO, E. ; QUEVEDO-SILVA, F. . Fatores Determinantes da Intenção de Consumo de Produtos Sustentáveis. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

14.

FREIRE, Otavio ; QUEVEDO-SILVA, F. ; FREDERICO, E. . Escalas Concorrentes para a Mensuração da Consciência Ambiental: comparação entre ECCB e NEP. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

15.

BERGEL, Erica Aita ; BRANDAO, M. M. ; **FREIRE, Otavio** . Novo Framework para Marketing Sustentável. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

16.

GALVÃO, R. A. ; SACRAMENTO, S. R. V. ; **FREIRE, Otavio** ; BRANDAO, M. M. . O Efeito da Consciência Ecológica e do Framing de Perda e Ganho no Comportamento do Consumidor. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

17.

FREIRE, Otavio ; SENISE, D. S. V. ; BIANCARDI, J. F. . O Sentido do Prestígio no Consumo Contemporâneo: um estudo exploratório. 2013. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

18.

Matsumura, F. ; BARBOSA, N. ; **FREIRE, Otavio** ; SENISE, D. S. V. . Associação de Marca no Mercado Fast Fashion: uma revisão da literatura.. 2012. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

19.

SILVA, L. A. ; LOPES, E. L. ; SILVA, D. ; **FREIRE, Otavio** . O Efeito da Marca no Endosso de Celebridades. 2012. (Apresentação de Trabalho/Seminário).

20.

ZUCCO, F. D. ; MORETTI, S. L. A. ; SILVA, D. ; **FREIRE, Otavio** . Relações entre Motivações para Viajar, Fontes de Informação e Qualidade Percebida do Serviço pelos Turistas da Oktoberfest em Munique (Alemanha) e Blumenau (Brasil). 2012. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

21.

STREHLAU, Suzane ; LOPES, E. L. ; **FREIRE, Otavio** . Brand Luxury Index: Avaliação de um Instrumento para Gestão do Luxo da Marca. 2012. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

22.

ROSENBLAT, R. ; **FREIRE, Otavio** ; YANAZE, Mitsuru Higuchi . Eventos Esportivos no Desenvolvimento das Marcas: um modelo de avaliação de resultados. 2012. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

23.

GARÇON, Márcia ; **FREIRE, Otavio** ; YANAZE, Mitsuru Higuchi . Organisations´ demand on Public Relations and Corporate Communication and the role of PR/Corporate Manager: a comparative study on job announcements between Latin America and Europe. 2012. (Apresentação de Trabalho/Conferência ou palestra).

24.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . The Role of Integrated Communications in the Process of Building/Maintaining the Organizations? Image and Reputation. 2011. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

25.

POLIANO, Manoella ; **FREIRE, Otávio** . Como a utilização de celebridades é relevante na retenção da mensagem, impactando o comportamento do consumidor. 2011. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

26.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . Comunicação com uso de celebridades: uma discussão do retorno de investimento. 2011. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

27.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . Integração da Comunicação: um estudo exploratório em 50 grandes organizações brasileiras. 2010. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

28.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . Como as maiores empresas do Brasil avaliam os resultados de suas ações de comunicação: instrumentos, ferramentas, objetividades e subjetividades. 2010. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

29.

FREIRE, Otávio . A Violeta: comunicação, fôlego e circulação nos recônditos do Brasil. 2006. (Apresentação de Trabalho/Conferência ou palestra).

30.

FREIRE, Otávio . Conjunções e disjunções entre o nacional e o regional: um olhar sobre os primeiros anos d'A Violeta. 2006. (Apresentação de Trabalho/Simpósio).

31.

FREIRE, Otávio; FREIRE, Maria Lourdes Balbinot De Lamônica . Educação como Prática Simbólica e o Uso Didático do Cinema e da Televisão. 2005. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

32.

FREIRE, Otávio . Recepção como campo das práticas culturais: uma campanha de comunicação sensível empresa-cliente. 2000. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

33.

FREIRE, Otávio . Casos bem sucedidos de propaganda e marketing de senso comum. 1999. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).

Produção técnica

Assessoria e consultoria

1.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. ; LOPES, E. L. ; BIANCARDI, J. F. . Estratégia e Gestão de Branding da Marca RDC. 2014.

2.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. ; YANAZE, Mitsuru Higuchi . Desenvolvimento de Sistema de Mensuração da Eficácia e Eficiência das Marcas da Editora ABRIL. 2013.

3.

SENISE, D. S. V. ; QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otávio** . Desenvolvimento de Modelo de Segmentação de Mercado e de Fatores Determinantes para a Compra da Marca (TRAMONTINA). 2013.

4.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. . Avaliação da Marca Café no Bule (MITSUI ALIMENTOS). 2012.

5.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. . O Conceito de Prestígio e o caso NEXTEL. 2012.

6.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** . Subsídios para o Planejamento de Comunicação da Pinacoteca do Estado de SP. 2012.

Trabalhos técnicos

1.

QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otávio** ; SENISE, D. S. V. . Tracking de Imagem de Marca Etios (TOYOTA) Onda 4 de 7. 2014.

2.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. ; BIANCARDI, J. F. . Cliente Oculto: um estudo qualitativo no setor educacional de atividades extra-curriculares (KUMON). 2014.

3.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** ; QUEVEDO-SILVA, F. ; BIANCARDI, J. F. . Recall de Propaganda para Cursos de Idiomas (CNA). 2014.

4.

FREIRE, Otávio; STREHLAU, S. . Editorial para o 1o volume de 2014 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2014.

5.

FREIRE, Otávio; STREHLAU, S. . Editorial para o 2o volume - Edição Especial I - de 2014 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2014.

6.

FREIRE, Otávio; STREHLAU, S. . Editorial para o 3o volume de 2014 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2014.

7.

FREIRE, Otávio; STREHLAU, S. . Editorial para o 4o volume - Edição Especial II - de 2014 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2014.

8.

FREIRE, Otávio; STREHLAU, S. . Editorial para o 5o volume de 2014 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2014.

9.

QUEVEDO-SILVA, F. ; **FREIRE, Otávio** . Fatores determinantes para o aluguel de carros. 2014.

10.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. . Análise dos Atributos da Celebridade Esportiva para o Endosso de Marca (David Beckham & AMBEV). 2013.

11.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. ; GIGLIO, Sérgio Settani . Análise dos Atributos da Celebridade Esportiva para o Endosso de Marca (Lionel Messi & P&G). 2013.

12.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** ; GIGLIO, Sérgio Settani . Análise dos Atributos da Celebridade Esportiva para o Endosso de Marca (Tiago Silva & GM). 2013.

13.

FREIRE, Otávio. Parecer em Artigo Científico para a Podium: Sporte, Leisure and Tourism Review. 2013.

14.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. . Tracking de Imagem de Marca Etios (TOYOTA) Onda 1 de 7. 2013.

15.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. . Tracking de Imagem de Marca Etios (TOYOTA) Onda 2 de 7. 2013.

16.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** . Tracking de Imagem de Marca Etios (TOYOTA) Onda 3 de 7. 2013.

17.

FREIRE, Otávio. Editorial para o 1o volume de 2013 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2013.

18.

FREIRE, Otávio. Editorial para o 2o volume de 2013 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2013.

19.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. . Análise dos Fatores Determinantes da Qualidade e da Satisfação Geral em Serviços (MISTER CAR). 2013.

20.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** . Modelo Preditivo de 'Likes' para Páginas de Facebook (BRAHMA). 2013.

21.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** . Estudo Experimental para Mensuração do Impacto de Redes Sociais no Engajamento do Consumidor (51 ICE). 2013.

22.

QUEVEDO-SILVA, F. ; SENISE, Diego ; **FREIRE, Otavio** . Avaliação do Processo de Compra no Setor de Alimentos (SAZON). 2013.

23.

FREIRE, Otavio; SENISE, D. S. V. ; QUEVEDO-SILVA, F. . Subsídios ao Planejamento de Comunicação para Empresa PPP (F/NAZCA). 2013.

24.

FREIRE, Otavio. Editorial para o 3o volume de 2013 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2013.

25.

FREIRE, Otavio; STREHLAU, S. . Editorial para o 4o volume de 2013 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2013.

26.

FREIRE, Otavio. Parecer em artigo científico para a Revista Brasileira de Marketing - REMARK (2267-2012). 2012.

27.

FREIRE, Otavio. Parecer em artigo científico para a Revista Brasileira de Marketing - REMARK (2255-2012). 2012.

28.

FREIRE, Otavio. Parecer em artigo científico para a Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE (1782-2012). 2012.

29.

FREIRE, Otavio. Parecer em trabalho submetido ao VI ENAPEGS - Encontro de Pesquisadores em Gestão Social #38. 2012.

30.

FREIRE, Otavio. Parecer em trabalho submetido ao VI ENAPEGS - Encontro de Pesquisadores em Gestão Social #49. 2012.

31.

FREIRE, Otavio. Parecer em trabalho submetido ao VI ENAPEGS - Encontro de Pesquisadores em Gestão Social #174. 2012.

32.

FREIRE, Otavio. Parecer em artigo científico para a Revista Brasileira de Marketing - REMARK (2268-2012). 2012.

33.

FREIRE, Otavio. Parecer em artigo científico para a Revista Brasileira de Marketing - REMARK (2286-2012). 2012.

34.

FREIRE, Otavio. Parecer em artigo científico para a Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE (1861-2012). 2012.

35.

FREIRE, Otavio; SENISE, D. S. V. . Tracking de Imagem de Marca - Jun Daiti (DIAGEO). 2012.

36.

FREIRE, Otavio; SENISE, D. S. V. . Escolha de Celebridades para Campanha de Lançamento - Ethios (TOYOTA). 2012.

37.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otavio** . Análise de Desempenho Marca-Celebridade - Fernanda Lima (GM). 2012.

38.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otavio** . Teste de Conceito de Propaganda - NIVEA. 2012.

39.

FREIRE, Otavio; SENISE, D. S. V. . Desenvolvimento e Operacionalizaçã do PERSONA - Publicis. 2012.

40.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otavio** . Escolha de Celebridades para Endosso da Marca (GVT). 2012.

41.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otavio** . Tracking de Imagem de Marca - Johnny Walker (DIAGEO). 2012.

42.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otavio** . Tracking de Imagem de Marca - Smirnoff (DIAGEO). 2012.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** . Marketing de Anúncios de Marca - Simon (2008). 2008.

43.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. . 'Day After' - Etios (TOYOTA). 2012.

44.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** . Análise de Desempenho Marca-Celebridade - Gisele Bundchen (GRENDENE). 2012.

45.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** . Escolha de Celebridade para Endosso da Marca (UNOPAR). 2012.

46.

SENISE, D. S. V. ; **FREIRE, Otávio** . Teste de Congruência Celebridade-Produto - Co-Branding (O Boticario). 2012.

47.

FREIRE, Otávio. Editorial para o 3o volume de 2012 da Revista Brasileira de Marketing - REMARK. 2012.

48.

FREIRE, Otávio. Parecer em artigo científico para a Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE (1859-2012). 2012.

Entrevistas, mesas redondas, programas e comentários na mídia

1.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . Programa MASTERS - Quadro Marketing Mix - Usos e Desusos da Palavra Marketing. 2008. (Programa de rádio ou TV/Entrevista).

2.

FREIRE, Otávio. Programa MASTERS - Quadro Marketing Mix - Entrevista Fabiana Garcia: Cases Pampers e Ariel Líquido, Procter & Gamble. 2008. (Programa de rádio ou TV/Entrevista).

3.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . Programa MASTERS - Quadro Marketing Mix - Marketing: Conceitos e Pré-Conceitos. 2008. (Programa de rádio ou TV/Entrevista).

Demais tipos de produção técnica

1.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. . How Communication Works. 2014. .

2.

FREIRE, Otávio; SENISE, D. S. V. . Retorno de Investimentos em Comunicação. 2014. .

3.

FREIRE, Otávio; SENISE, Diego ; YANAZE, Mitsuru Higuchi . Retorno de Investimentos em Comunicação. 2013. .

4.

FREIRE, Otávio. Planejamento Estratégico de Marketing. 2012. .

5.

FREIRE, Otávio. X Jornada Teenager de Universidades e Profissões. 2012. (Feira de Profissões).

6.

YANAZE, Mitsuru Higuchi ; **FREIRE, Otávio** . Management in Business Communications. 2008. (Curso de curta duração ministrado/Extensão).

7.

FREIRE, Otávio. Gestão de Serviços: Especificidades. 2006. (Curso de curta duração ministrado/Extensão).

Bancas

Participação em bancas de trabalhos de conclusão

Mestrado

1.

FREIRE, Otávio; QUEVEDO-SILVA, F.; MARKUS, K.. Participação em banca de Hermes Augusto Batista Mendes Santos. Escalas concorrentes para mensuração de Personalidade de Marca no Esporte: um estudo dos clubes de futebol no contexto brasileiro. 2015. Dissertação (Mestrado em Mestrado Profissional em Adm.: Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

2.

CAPPELLOZZA, A.; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Juliana Correa Mergel. Estudo dos Fatores Antecedentes da Atitude Face aos Bens de Luxo: uma Análise entre Grupos de Pessoas Portadoras de Deficiência e Pessoas sem Deficiência. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Metodista de São Paulo.

3.

CRISPIM, S. F.; MINCIOTTI, S. A.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Maurício Ferraz Kubo. Fatores da Atratividade Setorial no Transporte Aéreo de Passageiros no Brasil. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

4.

FREIRE, Otávio; LOPES, E. L.; MARKUS, K.. Participação em banca de Solange Benites Juvella. A Conexidade dos Consumidores frente às Telenovelas. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

5.

FREIRE, Otávio; LOPES, E. L.; CAPPELLOZZA, A.. Participação em banca de Jorge Mazza Garcia. Fatores que Afetam a Satisfação e a Lealdade aos Sites de Compras Coletivas. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

6.

FREIRE, Otávio; ROSSI, G. B.; LOPES, E. L.. Participação em banca de Enos Neves Coelho de Andrade. Antecedentes e Consequentes à Sobrecarga de Informação em Vendedores de Lojas Físicas de Varejo. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

7.

CAPPELLOZZA, A.; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Juliana Correa Mergel. Estudo dos Fatores Antecedentes da Atitude Face aos Bens de Luxo: uma Análise entre Grupos de Pessoas Portadoras de Deficiência e Pessoas sem Deficiência. 2014. Dissertação (Mestrado em ADMINISTRAÇÃO) - Universidade Metodista de São Paulo.

8.

MARKUS, K.; **FREIRE, Otávio**; CAMPOS, Anderson L. S.. Participação em banca de Wilson Moisés Paim. Valoração de Ativos e Multas Ambientais: análise simulada de empreendimentos hoteleiros em áreas protegidas. 2014. Dissertação (Mestrado em ADMINISTRAÇÃO) - Universidade Metodista de São Paulo.

9.

MARKUS, K.; **FREIRE, Otávio**; CAPPELLOZZA, A.. Participação em banca de Marcos Antonio Novaes. As dificuldades superadas por pequenos empreendedores nos setores de produtos e serviços na região oeste e norte da capital de São Paulo. 2014. Dissertação (Mestrado em ADMINISTRAÇÃO) - Universidade Metodista de São Paulo.

10.

LOPES, E. L.; SERRALVO, F. A.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Ana Carolina Toledo. O efeito da nostalgia do cliente na lealdade à marca pós fusão / aquisição. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

11.

BRANDAO, M. M.; VELUDO-DE-OLIVEIRA, T. M.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Erika Aita Bergel Medina. A Produção Intelectual de Marketing em Responsabilidade Sócio-ambiental Empresarial: um estudo nos anais dos congressos da ANPAD de 1997-2012. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

12.

FREIRE, Otávio; TOLEDO, G. L.; STREHLAU, S.. Participação em banca de Reny Aparecida Galvão. Deixe seu carro em casa: o efeito da consciência ecológica e do framing de perda e ganho em campanhas de marketing social. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

13.

FREIRE, Otávio; CUNHA, Christiano França da; BRANDAO, M. M.. Participação em banca de Sônia Regina Valério do Sacramento. Marketing: analisando o nível de consciência ecológica do consumidor e o efeito framing (enquadramento da mensagem). 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

14.

TRINDADE, E.; Perez, C.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Nicolás Llano Linares. A cultura material hoje: as tendências alimentares e sua representação no discurso publicitário. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo.

Teses de doutorado

1.

LOPES, E. L.; **FREIRE, Otávio**; BRANDAO, M. M.; BOTELHO, D.; PONCHIO, Mateus. Participação em banca de Rejane Alexandrina Domingues Pereira do Prado. O Efeito da Pressão do Tempo na Negligência da Omissão de Informações: um Estudo Experimental. 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

2.

SILVA, D.; **FREIRE, Otávio**; STREHLAU, S.; ROSSI, G. B.; BIDO, D. S.. Participação em banca de Edna de Souza Machado Santos. A influência do Self-Expandido no Comportamento do Consumidor em Comunidade de Marca. 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

3.

SILVA, D.; **FREIRE, Otávio**; STREHLAU, S.; ROSSI, G. B.; BIDO, D. S.. Participação em banca de Edna de Souza Machado Santos. A influência do Self-Expandido no Comportamento do Consumidor em Comunidade de Marca. 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

4.

COSTA, B. K.; **FREIRE, Otávio**; LOPES, E. L.; FERREIRA, M. P.; MARCONDES, R. C.; MARIANI, M. A. P.. Participação em banca de Erick Pusch Wilke. Capacidades Dinâmicas e Vantagem Competitiva na Hotelaria: uma análise a partir da cooperação interorganizacional em destinos turísticos. 2015. Tese (Doutorado em DINTER Doutorado Interinstitucional / UFMS) - Universidade Nove de Julho.

5.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; GALINDO, D. S.; KUNSCH, M. M. K.; FERRARI, M. A.. Participação em banca de Márcia Maria Garçon. Entre o mim, o outro e o nós: percepção da autenticidade nas marcas. Identificação, compartilhamento e avaliação.. 2015. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo.

6.

FREIRE, Otávio; URDAN, A. T.; QUEVEDO-SILVA, F.; BIDO, D. S.; CAPPELLOZZA, A.. Participação em banca de Andre Luiz Ramos. Antecedentes de Geração de Boca-a-Boca Eletrônica pelo Cliente de Pacote de Viagens. 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

7.

FREIRE, Otávio; MAZZON, J. A.; BREI, V.; LOPES, E. L.; BRANDAO, M. M.. Participação em banca de Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva. O Efeito do Distanciamento Psicológico e Framing da Mensagem sobre a Capacidade de Diferenciação em Empresas de Serviço. 2014. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

8.

LOPES, E. L.; SERRALVO, F. A.; ROSSI, G. B.; SILVA, D.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Maria dos Remédios Antunes Magalhães. O comportamento de compra compulsiva: um estudo com métodos neurocientíficos. 2013. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

9.

SILVA, D.; ROSSI, G. B.; SERRALVO, F. A.; **FREIRE, Otávio**; LOPES, E. L.. Participação em banca de José Edson Moysés Filho. Poder e Geração de Valor em Canais de Distribuição. 2013. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

10.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; TRINIDADE, E.; NASSAR, Paulo; OLIVEIRA, S. V. W. B.. Participação em banca de Eduardo Augusto da Silva. O peso das palavras, o choque dos ideais: uma análise crítica dos indicadores de sustentabilidade como critérios para a gestão da comunicação organizacional. 2011. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo.

Qualificações de Doutorado

1.

COSTA, B. K.; LOPES, E. L.; FERREIRA, M. P.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Erick Pusch Wilke. A Cooperação Interorganizacional e as Capacidades Dinâmicas: Aportes para a Competitividade de Destinos Turísticos. 2015. Exame de qualificação (Doutorando em DINTER Doutorado Interinstitucional / UFMS) - Universidade Nove de Julho.

2.

FREIRE, Otávio; QUEVEDO-SILVA, F.; URDAN, A. T.. Participação em banca de André Luiz Ramos. A Comunicação Eletrônica: uma Análise dos Antecedentes do Boca-a-Boca no Mercado de Viagens e Turismo Brasileiro. 2015. Exame de qualificação (Doutorando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

3.

FREIRE, Otávio; BRANDAO, M. M.; LOPES, E. L.. Participação em banca de Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva. O Efeito do Distanciamento Psicológico e Framing da Mensagem sobre a Capacidade de Diferenciação em Empresas de Serviço. 2014. Exame de qualificação (Doutorando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

4.

BRANDAO, M. M.; LOPES, E. L.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Marlette Cassia Oliveira Ferreira. O efeito da percepção de crowding e da emoção no coping e compra por impulso em ambiente de varejo. 2014. Exame de qualificação (Doutorando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

5.

SILVA, D.; STREHLAU, S.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Edna de Souza Machado Santos. A influência da Marca no Self, Extensão do Self e Comportamento do Consumidor em Comunidades Virtuais de Marca. 2014. Exame de qualificação (Doutorando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

6.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; FERRARI, M. A.. Participação em banca de Márcia Maria Garçon. Proposição de uma escala de mensuração de percepção de autenticidade no contexto organizacional. 2014. Exame de qualificação (Doutorando em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo.

7.

LOPES, E. L.; PONCHIO, Mateus; BOTELHO, D.; **FREIRE, Otávio**; BRANDAO, M. M.. Participação em banca de Rejane Alexandrina Domingues Pereira do Prado. O Efeito da Pressão do Tempo na Negligência da Omissão: um Estudo Experimental. 2013. Exame de qualificação (Doutorando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

Qualificações de Mestrado

1.

FREIRE, Otávio; QUEVEDO-SILVA, F.; LOPES, E. L.. Participação em banca de Hermes Augusto Batista Mendes dos Santos. Escalas Concorrentes para a Mensuração de Personalidade

de Marca no Esporte: Um Estudo dos Clubes no Contexto Brasileiro. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestrado Profissional em Adm.: Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

2.

CRISPIM, S. F.; **FREIRE, Otávio**; MINCIOTTI, S. A.. Participação em banca de Maurício Ferraz Kubo. Análise da Atratividade Setorial no Transporte Aéreo de Passageiros no Brasil. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

3.

FREIRE, Otávio; QUEVEDO-SILVA, F.; MAZZEI, L. C.. Participação em banca de Luiz Silva dos Santos. Escalas Concorrentes para Mensuração do Envolvimento: um estudo aplicado aos consumidores e praticantes de Corrida de Rua na Cidade de São Paulo. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestrado Profissional em Adm.: Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

4.

QUEVEDO-SILVA, F.; **FREIRE, Otávio**; CARDOSO, M. V.. Participação em banca de Marcelo Paciello da Silveira. O Comportamento do Consumidor Esportivo: um estudo sobre os fatores que influenciam o comparecimento do público aos estádios brasileiros. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestrado Profissional em Adm.: Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

5.

BRANDAO, M. M.; **FREIRE, Otávio**; LOPES, E. L.. Participação em banca de Eliana Gonçalves. Influência da Estética Online no Comportamento de Compra do Consumidor. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

6.

FREIRE, Otávio; SILVA, D.; LOPES, E. L.. Participação em banca de Solange Benites Juvella. A Conexidade dos Consumidores frente aos Programas Televisivos. 2014. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

7.

FREIRE, Otávio; SILVA, D.; LOPES, E. L.. Participação em banca de Jorge Mazza Garcia. Fatores que Afetam a Satisfação e a Lealdade aos Sites de Compras Coletivas. 2014. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

8.

FREIRE, Otávio; LOPES, E. L.; QUEVEDO-SILVA, F.. Participação em banca de Enos Neves Coelho de Andrade. O Efeito do Overload Information na Performance do Vendedor e sua Satisfação no Trabalho. 2014. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

9.

LOPES, E. L.; BRANDAO, M. M.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Flávio Santino Bizzarias. O amor à marca no contexto brasileiro: um estudo da tropicalização de escalas da mensuração do construto. 2013. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

10.

BRANDAO, M. M.; LOPES, E. L.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Ovanildo Gonçalves de Souza. Estilos parentais em um contexto de comunicação preventiva: o efeito da propaganda sobre a atitude e intenção dos pais para com os filhos. 2013. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

11.

BRANDAO, M. M.; LOPES, E. L.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Erika Aita Bergel Medina. A Produção Intelectual de Marketing em Responsabilidade Sócio-ambiental Empresarial: um estudo nos anais dos congressos da ANPAD de 1997-2012. 2013. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

12.

FREIRE, Otávio; LOPES, E. L.; BRANDAO, M. M.. Participação em banca de Reny Aparecida Galvão. Deixe seu carro em casa: o efeito da consciência ecológica e do framing de perda e ganho em campanhas de marketing social. 2013. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

13.

FREIRE, Otávio; LOPES, E. L.; BRANDAO, M. M.. Participação em banca de Sônia Regina Valério do Sacramento. Marketing: analisando o nível de consciência ecológica do consumidor e o efeito framing (enquadramento da mensagem). 2013. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

14.

FREIRE, Otávio; LOPES, E. L.; BRANDAO, M. M.. Participação em banca de Eduardo Biagi Almeida Santos. Estilos Musicais e seus Efeitos no Comportamento do Consumidor no Ambiente de Varejo. 2013. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

15.

CARVALHO, M. B.; **FREIRE, Otávio**; MELLO-THERY, N. A.. Participação em banca de Erico L. Pagotto. Greenwashing: os conflitos éticos da propaganda ambiental.. 2012. Exame de qualificação (Mestrando em MUDANÇA SOCIAL E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA) - Universidade de São Paulo.

16.

LOPES, E. L.; SERRALVO, F. A.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Ana Carolina Toledo. O efeito da nostalgia do cliente na lealdade à marca pós fusão / aquisição. 2012. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

17.

LOPES, E. L.; SILVA, D.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Eduardo Garcia. Proposição de uma escala para mensuração de Responsabilidade Social Corporativa no varejo brasileiro. 2012. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

18.

TRINDADE, E.; Perez, C.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Nicolás Llano Linares. A cultura material hoje: as tendências alimentares e sua representação no discurso publicitário. 2011. Exame de qualificação (Mestrando em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo.

Monografias de cursos de aperfeiçoamento/especialização

1.

FREIRE, Otávio; BIANCARDI, J. F.. Participação em banca de Renata Fontelmo G. L. Cava. O Papel da Nostalgia na Construção dos Elementos da Marca Nostalgic. 2015. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Estética e Gestão da Moda) - Universidade de São Paulo.

2.

FREIRE, Otávio; GARÇON, Márcia; GALINDO, D. S.. Participação em banca de Fabiana Alves Costa. O Branding e as Relações Públicas: um estudo de caso sobre a Johnson & Johnson Indústria e Comércio de Produtos para a Saúde. 2014. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Estratégica da Comunic. Organizacional e RP) - Universidade de São Paulo.

3.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; SENISE, D. S. V.. Participação em banca de Rodrigo Martinez. Fundamento Orçamentário da Comunicação Mercadológica: processo de decisão orçamentário para a comunicação mercadológica. 2012. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Publicidade e Mercado) - Universidade de São Paulo.

4.

YANAZE, L. K. H.; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. Participação em banca de A Scavazzini, F Delfino, K Souza, M Felicio, P Maturano. Projeto Experimental de Gestão de Marketing e Comunicação - Cliente: Natura - Natura Musical. 2011. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

5.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Michel Angelo Moia Ayala. Sony, Nitendo e Microsoft: estratégias de marketing e comunicação das empresas de games para seus consoles. 2010. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Publicidade e Mercado) - Universidade de São Paulo.

6.

TRINDADE, E.; MARKUS, K.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Gustavo Guimarães Jorge. O caso Olla e o movimento para a criação do Dia do Sexo: gerenciamento de uma Marca no mercado brasileiro de preservativos. 2010. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Publicidade e Mercado) - Universidade de São Paulo.

7.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de C Vieira, Daniel Cirullo, Emmanoel Neto, F Alvarenga, L Dias. Planejamento de Comunicação e Marketing - Estudo de Caso: Restaurante Athenas. 2010. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

8.

LOPES, Valéria S. Castro; FARIAS, L. A. de; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Fernanda Queiroz. A Comunicação Organizacional nas empresas contemporâneas: um debate sobre a contribuição dos resultados não-econômicos na geração de valor. 2010. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Estratégica da Comunic. Organizacional e RP) - Universidade de São Paulo.

9.

MARKUS, K.; MIHAILIDIS, B. E.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Jorge Paixão de Macedo. A Importância da Estratégia de Comunicação da INFRAERO. 2010. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Marketing Político e Propaganda Eleitoral) - Universidade de São Paulo.

10.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. Participação em banca de Edi Bacco, Gisella Akamine e Sílvia Maiolino. Análise de Retorno de Investimento em Comunicação e Marketing - Reflexão e estudo da sua importância estratégica para as empresas. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

11.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. Participação em banca de A Camargo A Paixão D Corigliano F Pastana M Nunes P Silva. Saqué: a Bebida dos Deuses - Estudo de caso da empresa Sakura Nakaya no mercado food service da cidade de São Paulo. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

12.

KUAZAQUI, E.; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Cris Louzada, Marcio Pires, Maria Nascimento, Renato Marques. Reposicionamento Estratégico: Uma Segunda Via para o Second Life. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

13.

FARIAS, L. A. de; MARKUS, K.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de A Siqueira, Daniella Silva, L Batista, N Dragone, P Ribeiro. Desenvolvimento Sustentável na Indústria Têxtil: estudo de caso sobre a comunicação da Cia. Hering. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

14.

HASWANI, Mariângela Furlan; KUNSCH, M. M. K.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Tânia Orsi. O desafio da implantação do planejamento estratégico de comunicação numa organização de médio porte familiar - O Caso Santa Catarina Supermercados. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Estratégica da Comunic. Organizacional e RP) - Universidade de São Paulo.

15.

HASWANI, Mariângela Furlan; **FREIRE, Otávio**; PASETCHNY, R. V.. Participação em banca de Michelle Regina Serrantola. Responsabilidade Social no Transporte de Produtos Químicos. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Estratégica da Comunic. Organizacional e RP) - Universidade de São Paulo.

16.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; LOPES, Valéria S. Castro; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Michelle Brasileira Ferrari. Índice de Eficácia da Comunicação (IEC): Medindo Resultados do Relacionamento do Grupo Telefonica com a Imprensa. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Estratégica da Comunic. Organizacional e RP) - Universidade de São Paulo.

17.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. Participação em banca de Fábio José Odon Lopes de Souza, Renata Cavellucci. Os 4P's no C - Planejamento de Marketing e Comunicação para o Mercado Classe C: Lançamento e Monitoramento. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

18.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. Participação em banca de M.Ap. Poço, R. Câmara, T. Soares, T. Nascimento, V. Anacleto. Planejamento Estratégico Mizuno. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

19.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. Participação em banca de AnaPaula Braga, Celso Rodrigues, Fábio Freire, Mariele Reina. Reposicionamento da Revista TVA. 2009. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

20.

FARIAS, L. A. de; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Mitsuru Higuchi. Participação em banca de Andrea Corso Primon, Ariadne Tamarozí, Renata F. Riedel. Planejamento Estratégico de Marketing para ONGs: Um Estudo de Caso do Projeto Social Amba. 2008. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

21.

YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Mitsuru Higuchi. Participação em banca de Maria Cristina de Lima Barbosa. Ler é Preciso: O Livro Como Produto de Entretenimento. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

22.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. Participação em banca de Jacy Alves dos Santos. Marketing Regional. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

23.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. Participação em banca de Iano Messina, Luciana Costa, Vanessa Paula, Rubens Queiroz. Business Plan: Agência de Comunicação Corporativa Especializada em Comunicação Institucional (Full Service). 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

24.

FARIAS, L. A. de; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Adriana K. Kunsch, Ive F. de Lima, Leticia A. Ferreira. A Comunicação Integrada como Parte Estratégica na Criação de Oceanos Azuis. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

25.

OLIVEIRA, Macir Bernardo de; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Aldemir Martins, Érica Martins, Hélia Fraga. Plano de Negócios: Centro de Entretenimento e Lazer para a Terceira Idade. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

26.

MARKUS, K.; **FREIRE, Otávio**; SILVA, E. A.. Participação em banca de Rodrigo Monteiro Teixeira. Planejamento Estratégico para o Guarani Futebol Clube. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

27.

MARKUS, K.; **FREIRE, Otávio**; SILVA, E. A.. Participação em banca de Edson Santana Silva & Flávia Venâncio de Moura Oliveira. Capacitação para Profissionais do Lar para o Segmento de Luxo na Cidade de São Paulo - UNIRE: Um Estudo de Caso. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

28.

FARIAS, L. A. de; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Raul Campos Barros Lopes. A Perspectiva Interna da Comunicação Integrada. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

29.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi. Participação em banca de Adriana A., Antonio Z., Camila M., Denise D., Fauze Kanbour. A Implantação da TV Digital e os Impactos no Mercado Publicitário. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

30.

KUAZAQUI, E.; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Débora Regina Soares & Priscila de Abreu Carvalho. Meio de Hospitalidade: Um Estudo de Caso Intrínseco. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

31.

SILVA, E. A.; **FREIRE, Otávio**; PASSANEZI, P. M. S.. Participação em banca de Fabiana D. Pereira, Fábio Mendes, Paula R. da Mota. Activia. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em MBA em Marketing) - Universidade Nove de Julho.

32.

SILVA, E. A.; **FREIRE, Otávio**; PASSANEZI, P. M. S.. Participação em banca de Darius Roos, Érica Rodrigues, Vannessa Viel, Vivienne Viel. Passando a Limpo a BOMBRIL: Um Estudo de Caso. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em MBA em Marketing) - Universidade Nove de Julho.

33.

YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Mitsuru Higuchi. Participação em banca de Carla Carneiro do Nascimento & Daniela Tonelotto dos Santos. A Gestão da Comunicação e a Busca de Novos Públicos Para os Museus: Uma Análise do Museu Afro Brasil. 2006.

34.

SILVA, E. A.; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Mitsuru Higuchi. Participação em banca de Ana Lia Prates Telles Alves. Estudo Sobre Comunicação Estratégica para a Implantação da Biometria no Sistema Bancário: Uma Solução Tecnológica da Empresa FENRIR para a Segurança do Consumidor Brasileiro. 2006. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

35.

KUAZAQUI, E.; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Cláudia de Paula Mota. A Prática da Assistência Farmaceutica. 2006. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

36.

MARKUS, K.; **FREIRE, Otávio**; SILVA, E. A.. Participação em banca de Mara Mayumi Yano & Marcelo de Almeida. Marketing Global: Lançamento de uma Revista Internacional na África do Sul - Estudo de Caso: Revista PLACAR, Editora Abril. 2006. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

37.

BATISTA, L. L.; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Leandro M. Claro, Christian Gottheiner, Ricardo F. Lima. O Marketing de Relacionamento no Mercado Varejista de Eletrodomésticos e Eletrônicos. Case: Casas Bahia. 2006. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

38.

SILVA, E. A.; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Adriana Duarte Carneiro Vincour. O Mercado de Veículos Seminovos no Brasil: Um Estudo de Caso sobre a Revendedora Central de Veículos Barueri. 2006. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

39.

FIGUEIRA NETO, A. L.; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Mitsuru Higuchi. Participação em banca de Cristina Mitiko Omura. Administração em Propaganda: Estruturas Organizacionais e Fluxo de Informações nas Agências Brasileiras. Estudo de Caso: Lew Lara. 2006. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

40.

YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi; **FREIRE, Otávio**; YANAZE, Mitsuru Higuchi. Participação em banca de Kátia Elisa Pinto. Assessoria de Imprensa: Jornalismo ou Relações Públicas? - Uma Análise Mercadológica e de Formação. 2006. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

41.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; SILVA, E. A.. Participação em banca de Márcia Maria Garçon. Planejamento de Marketing e Estratégia de Marca para Commodities: O Caso Nelore Natural. 2006. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

42.

MARKUS, K.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Anadege dos Santos Freitas & Mayra Garcia Nogueira. A Importância da Comunicação Integrada em Meios de Pagamentos Eletrônicos. 2006. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo.

43.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Wanda Melo Corrêa. Planejamento estratégico de comunicação e marketing para o desenvolvimento de cidades turísticas: O caso da Cidade de Jarinu. 2005. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Estratégica da Comunic. Organizacional e RP) - Universidade de São Paulo.

44.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Livia Holanda Aguiar. Comunicação promocional de eventos como nova tendencia para o posicionamento de marcas. 2005. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Estratégica da Comunic. Organizacional e RP) - Universidade de São Paulo.

Trabalhos de conclusão de curso de graduação

1.

SAAD, Beth; **FREIRE, Otávio**; FRAZON, C.. Participação em banca de Claudia Gasparini Fernandes Cunha. Olhares sobre uma revolução: como empresas e agências brasileiras compreendem e praticam a comunicação na era digital. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social Com Habilitação em Jornalismo) - Universidade de São Paulo.

2.

TRINDADE, E.; BATISTA, L. L.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Rafael Araújo Lavor Moreira. À Procura do Ethos do Consumidor: o papel da pesquisa e do planejamento na enunciação publicitária. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de São Paulo.

3.

BATISTA, L. L.; **FREIRE, Otávio**; NAGAHAMA, F.. Participação em banca de Karen Sayuri Nagae. Condicionamento Visual no PDV - Panorama do comportamento dos shoppers de baixa renda. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de São Paulo.

4.

FARIAS, L. A. de; **FREIRE, Otávio**; NASSAR, Paulo. Participação em banca de Rodrigo Oliveira Ovadia Pezzotta. Desafios do uso das redes sociais digitais na gestão estratégica das organizações. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade de São Paulo.

5.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Vinícius Costa Ferraz de Freitas. O desenvolvimento do esporte como entretenimento no Brasil. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de São Paulo.

6.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Luiz Francisco Rogé Ferreira Júnior. Mundo Mobile e Mídias Sociais - um panorama do cenário brasileiro. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de São Paulo.

7.

RADFAHRER, Luli; **FREIRE, Otávio**; MERIGO, C.. Participação em banca de Luiz Guilherme Fernandes Yassuda. Redes Sociais baseadas em geolocalização: quando a comunicação local é executada em redes globais. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de São Paulo.

8.

BATISTA, L. L.; Perez, C.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Marco Aurelio Ribeiro da Costa. A Agenda Setting na Publicidade. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de São Paulo.

9.

HASWANI, Mariângela Furlan; **FREIRE, Otávio**; GIORGIO, A. A.. Participação em banca de Karen Caroline Jurgensen. Relações Públicas e Responsabilidade Social Empresarial: mobilização e engajamento de funcionários em iniciativas sociais. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade de São Paulo.

10.

HASWANI, Mariângela Furlan; **FREIRE, Otávio**; Rossetti, Gislaíne. Participação em banca de Rosa Sorio Bafile. A Interdisciplinaridade em processos de fusão e aquisição de empresas. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade de São Paulo.

11.

RADFAHRER, Luli; BAIRON, S.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Ana Carolina de Souza Zan. Interação Digital: A Influência dos Fatores Humanos no Design Tecnológico. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de São Paulo.

12.

NASSAR, Paulo; HASWANI, Mariângela Furlan; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Fernando Andalafet Vasconcellos. Estudo de Caso: a implantação do SMS na Petrobras. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade de São Paulo.

13.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; TRINDADE, E.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Lisa Fujisawa. Marketing de Luxo no Brasil - Estudo Comparativo dos Casos Chanel e Louis Vuitton. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de São Paulo.

14.

HASWANI, Mariângela Furlan; FARIAS, L. A. de; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Pedro Ivo Lima Passari. A União das Relações Públicas e do Marketing na Internacionalização de uma Marca: A Natureza em Paris. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade de São Paulo.

15.

BRAGA, Debora Cordeiro; DOMINGUES, V.; **FREIRE, Otávio**. Participação em banca de Priscila Guerra dos Santos. Redes Sociais On-Line: A Influência da Troca de Experiência na Internet sobre o Planejamento de Viagens. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) - Universidade de São Paulo.

16.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; **FREIRE, Otávio**; MARKUS, K.. Participação em banca de Vivian Sangmi Chung. Base da Pirâmide: a base para um mercado rico? Um estudo sobre estratégias de inovação em mercados de Baixa Renda. 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de São Paulo.

17.

FREIRE, Otávio. Participação em banca de Jefferson Silveira, Lucimar Miranda, Rodrigo Lira. Plano Estratégico de Marketing - Gráfica Genus. 2001. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

18.

FREIRE, Otávio. Participação em banca de D. Silva, E. Silva, Isac Cintra, João Pereira, T. Rodrigues. Plano Estratégico de Marketing - Medical Paiaguás. 2001. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

19.

FREIRE, Otávio. Participação em banca de C. Leite, F. Sauer, Fco. Silva, Juliano Zanatta, T. Pizzolo. Plano Estratégico de Marketing - Vupt Transportes. 2001. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

20.

FREIRE, Otávio. Participação em banca de A Arruda, C Rodrigues, E Custodio, F Albuquerque, K Amorim. Plano Estratégico de Comunicação - Hotel Eldorado. 2001. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

21.

FREIRE, Otávio. Participação em banca de Marcia Ferreira, Marli Souza, Sheila Bleich, Tania Magalhães. Plano Estratégico de Comunicação - Help Vida. 2001. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

22.

FREIRE, Otávio. Participação em banca de F. Garlet, L. Souza, M. Kunze, Marcelo Simioni, Zilda Rosa. Plano Estratégico de Comunicação - Master Print. 2001. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

23.

FREIRE, Otávio. Participação em banca de Jucimeire Aparecida de Moraes, Sheila Cristina Lima de Souza. Plano Estratégico de Marketing - Escola Presbiteriana. 2000. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

24.

FREIRE, Otávio. Participação em banca de Aline Henz, Kelly H. Hamakawa, Rafael A. de Oliveira. Plano Estratégico de Comunicação - Postos Trevisan. 2000. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

25.

MOREIRA, B. D.; **FREIRE, Otávio.** Participação em banca de Caio C. Silva, Isabella Ribeiro, João Batista Camargo Junior. Plano Estratégico de Comunicação - Clube Dom Bosco. 2000. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

26.

FREIRE, Otávio. Participação em banca de Diego Viriato, Erick Viana, Leandro Pimentel, Renato Bianchi. Plano Estratégico de Comunicação - Rádio Cidade. 2000. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá.

Participação em bancas de comissões julgadoras

Concurso público

1.

KUNSCH, M. M. K.; **FREIRE, Otávio**; GALINDO, D. S.. Professor Contratado III para o CPR-ECA/USP - Disciplinas: Teoria das Organizações Aplicadas à Comunicação & Identidade Corporativa e Cultura Organizacional. 2011. Universidade de São Paulo.

Outras participações

1.

FREIRE, Otávio; FREIRE, M. V.. Processo de Transferência Interna e Externa do Curso de Marketing da EACH/USP. 2012. Universidade de São Paulo.

2.

FREIRE, Otávio. Prêmio Universitário ABERJE. 2009. Associação Brasileira de Comunicação Empresarial.

3.

FREIRE, Otávio; FIGUEIRA NETO, A. L.; SCHULER, M.. Mega Case 2008 - Procter & Gamble. 2008. Universidade de São Paulo.

Eventos

Participação em eventos, congressos, exposições e feiras

1.

8o Congresso Latino-Americano de Varejo - CLAV 2015. Estudo Bibliométrico sobre o modelo estímulo-organismo-resposta no período de 2003 a 2014. 2015. (Congresso).

2.

CLAV 2014 - 7o Congresso Latino-Americano de Varejo. Escalas concorrentes para mensuração da qualidade percebida no varejo eletrônico: uma comparação entre E-S-Qual e E-Tailq. 2014. (Congresso).

3.

XXXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2014. O Efeito da Preocupação Ambiental e do Ceticismo de Produtos Verdes no Varejo. 2014. (Congresso).

4.

EMA 2014 - 6o Encontro da Divisão de Marketing da ANPAD. Futuras Celebidades Endossadas por Celebidades: o Efeito da Marca, da Congruência e da Superexposição. 2014. (Congresso).

5.

XXXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2014. O Papel do Contexto de Avaliação na geração de Recomendações de Produtos no Ambiente Online. 2014. (Congresso).

6.

II Encontro Internacional de Gestão do Esporte e Entretenimento - II EIGEE. Marketing e Comportamento do Consumidor no Esporte, Lazer e Entretenimento. 2014. (Encontro).

7.

Jornada ABERJE de Mensuração. Melhores Práticas em Mensuração: Check List - o que fazer e o que evitar. 2014. (Outra).

8.

24th POMS Annual Conference (Production, Operations and Management Society). The Influence of Music on Consumer Behavior. 2013. (Congresso).

9.

CLAV 2013 - 6o Congresso Latinoamericano de Varejo: Varejo e Desenvolvimento em Mercados Emergentes. Como diferenças entre consumidores influenciam a satisfação e a compra por impulso em ambientes de loja com alto arousal. 2013. (Congresso).

10.

GBATA 2013 - Global Business and Technology Association's Fifteenth Annual International Conference. Retailers' Relevant Attributes for Purchase Decision of the Elderly: an analysis by means of structural equations. 2013. (Congresso).

11.

CLAV 2013 - 6o Congresso Latinoamericano de Varejo: Varejo e Desenvolvimento em Mercados Emergentes. Fatores Determinantes da Intenção de Consumo de Produtos Sustentáveis. 2013. (Congresso).

12.

XVI SEMEAD - Seminários de Administração FEA/USP. Explorando a Relação entre Crowding e Satisfação: um estudo em parques urbanos. 2013. (Seminário).

13.

XVI SEMEAD - Seminários de Administração FEA/USP. Antecedentes da Lealdade no E-commerce: o papel chave da satisfação dos consumidores. 2013. (Seminário).

14.

III Seminário Internacional de Estudos e Pesquisas em Consumo. O Sentido do Prestígio no Consumo Contemporâneo: um estudo exploratório. 2013. (Seminário).

15.

I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (I S2IS). O Efeito da Consciência Ecológica e do Framing de Perda e Ganho no Comportamento do Consumidor. 2013. (Simpósio).

16.

I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (I S2IS). Escalas Concorrentes para a Mensuração da Consciência Ambiental: comparação entre ECCB e NEP. 2013. (Simpósio).

17.

I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade (I S2IS). Novo Framework para Marketing Sustentável. 2013. (Simpósio).

18.

IV Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores de Publicidade e Propaganda: por uma publicidade livre sempre. Perspectivas para o Estudo de Celebidades e o seu Poder de Ativação junto às Marcas. 2013. (Encontro).

19.

IV Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores de Publicidade e Propaganda: por uma publicidade livre sempre. Brasilidade e Efeito País de Origem em Marcas de Moda no Brasil. 2013. (Encontro).

20.

XXXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2013. A Relação entre Consciência Ambiental e Consumo de Carne Ambientalmente Sustentável. 2013. (Encontro).

21.

IV Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores de Publicidade e Propaganda: por uma publicidade livre sempre.Perspectivas para o Estudo de Celebidades e seu Poder de Ativação junto às Marcas. 2013. (Encontro).

22.

IV Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda: por uma publicidade livre sempre.Fatores que Motivam a Escolha como Antecedentes das Dimensões da Qualidade Percebida em Cursos de Ensino Superior: proposição de um modelo teórico. 2013. (Encontro).

23.

III Propesq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - Deve haver mais pesquisa em Publicidade. Eventos Esportivos no Desenvolvimento das Marcas: um modelo de avaliação de resultados. 2012. (Congresso).

24.

III Propesq - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - Deve haver mais pesquisa em Publicidade. Associação de Marca no Mercado Fast Fashion: uma revisão da literatura. 2012. (Congresso).

25.

EMA 2012 - 5o Encontro da Divisão de Marketing da ANPAD. O Efeito da Marca no Endosso de Celebidades. 2012. (Congresso).

26.

4th European Communication Conference - ECREA 2012. Organisations´ demand on Public Relations and Corporate Communication and the role of PR/Corporate Communication manager: a comparative study on job announcements between Latin America and Europe. 2012. (Congresso).

27.

XXXVI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2012. O Efeito da Marca no Endosso de Celebidades. 2012. (Congresso).

28.

XXXVI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD 2012. Relações entre Motivações para Viajar, Fontes de Informação e Qualidade Percebida do Serviço pelos Turistas da Oktoberfest em Munique (Alemanha) e Blumenau (Brasil). 2012. (Congresso).

29.

15th International Conference on Corporate Reputation, Brand, Identity and Competitiveness. The Role of Integrated Communications in Building/Enhancing the Organizations´ Image and Reputation. 2011. (Congresso).

30.

II Pró-pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda.Como a utilização de celebridades é relevante na retenção da mensagem, impactando o comportamento do consumidor. 2011. (Encontro).

31.

II Pró-pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda.Comunicação com uso de celebridades: uma discussão do retorno de investimento. 2011. (Encontro).

32.

Congeso ALAIC -. Integração da Comunicação: um estudo exploratório em 50 grandes organizações brasileiras. 2010. (Congresso).

33.

I Pró-pesq PP ? Encontro Nacional de Pesquisadores em.Como as Maiores Empresas do Brasil Avaliam os Resultados de suas Ações de Comunicação: Instrumentos, Ferramentas, Objetividade e Subjetividades. 2010. (Encontro).

34.

5º CICLORAMA - A Comunicação Integrada no Mercado Atual: importância, objetivos e novos parâmetros. Os Retornos Financeiro e de Imagem da Comunicação: avaliação e mensuração.. 2008. (Congresso).

35.

57th Annual Latin American Conference. Multisector Partnerships - Building the Way to Corporate Citizenship. 2008. (Congresso).

36.

INTERCOM 2006: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2006. (Congresso).

37.

Marketing, Comunicación Social y Artes en Cuba - Universidad de La Havana/Universidad Central de Las Villas/ECA-USP. 2006. (Seminário).

38.

X Congresso Internacional da Associação Brasileira de Literatura Comparada.Conjunções e Disjunções entre o Nacional e o Regional: um Olhar sobre os Primeiros Anos d´A Violeta. 2006. (Simpósio).

--

39.

Conferencia para La Asociación Cubana de Comunicadores Sociales ACCS/Cuba.La Fuerza de la Comunicación en la Gestión de Fiestas Populares: Un Estudio de Caso de la Fiesta de San Benedito en Cuiabá ? Mato Grosso/Brasil. 2006. (Encontro).

40.

Literamérica 2006: Feira Sul-Americana do Livro.A Violeta: comunicação, fôlego e circulação nos recônditos do Brasil. 2006. (Outra).

41.

Seminário Educação 2005 - Universidade, Educação Escolar e Formação de Professores.Educação como Prática Simbólica e o Uso Didático do Cinema e da Televisão. 2005. (Seminário).

42.

II Encontro sobre Imaginário, Cultura e Educação da USP.Recepção como campo das práticas culturais: uma campanha de comunicação sensível empresa-cliente. 2000. (Encontro).

43.

Seminário de Linguagens - Linguagens de/em Mato Grosso.Casos bem sucedidos de propaganda e marketing de senso comum. 1999. (Seminário).

Orientações

Orientações e supervisões em andamento

Dissertação de mestrado

1.

Luiz Silva dos Santos. Escalas Concorrentes para Mensuração do Envolvimento do Consumidor no Contexto do Esporte. Início: 2014. Dissertação (Mestrado profissional em Mestrado Profissional em Adm.: Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho. (Orientador).

Tese de doutorado

1.

 Loreni Maria dos Santos Braum. Marketing e Estratégia (provisório). Início: 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho. (Orientador).

2.

 Eduardo Biagi Almeida Santos. O Efeito da Música no Comportamento do Consumidor em Ambientes de Varejo. Início: 2014. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho. (Orientador).

Orientações e supervisões concluídas

Dissertação de mestrado

1.

Hermes Augusto Batista Mendes Santos. Escalas Concorrentes para a Mensuração de Personalidade de Marca no Esporte: um estudo dos clubes de futebol no contexto brasileiro. 2015. Dissertação (Mestrado em Mestrado Profissional em Adm.: Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

2.

 Solange Benites Juvella. A Conexidade dos Consumidores frente às Telenovelas. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

3.

 Enos Neves Coelho de Andrade. Antecedentes e Consequentes à Sobrecarga de Informação em Vendedores de Lojas Físicas de Varejo. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

4.

 Jorge Mazza Garcia. Fatores que Afetam a Satisfação e a Lealdade aos Sites de Compras Coletivas. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

5.

Sônia Regina Valério do Sacramento. Marketing: analisando o nível de consciência ecológica do consumidor e o efeito framing (enquadramento da mensagem). 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

6.

 Reny Aparecida Galvão. Deixe seu carro em casa: o efeito da consciência ecológica e do framing de perda e ganho em campanhas de marketing social. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

Tese de doutorado

1.

Andre Luiz Ramos. Antecedentes da Geração de Boca-a-Boca Eletrônica pelo Cliente de Pacote de Serviços. 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

2.

Erick Pusch Wilke. Capacidades Dinâmicas e Vantagem Competitiva na Hotelaria: uma Análise a partir da Cooperação Organizacional em Destinos Turísticos. 2015. Tese (Doutorado em DINTER Doutorado Interinstitucional / UFMS) - Universidade Nove de Julho, . Coorientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

3.

 Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva. O Efeito do Distanciamento Psicológico e Framing da Mensagem sobre a Capacidade de Diferenciação em Serviços. 2014. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

Monografia de conclusão de curso de aperfeiçoamento/especialização

1.

Renata Fontelmo G. L. Cava. O Papel da Nostalgia na Construção dos Elementos da Marca Nostalgic. 2015. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Estética e Gestão da Moda) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

2.

Fabiana Alves Costa. O Branding e as Relações Públicas: um estudo de caso sobre a Johnson & Johnson Indústria e Comércio de Produtos para a Saúde. 2014. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Estratégica da Comunic. Organizacional e RP) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

3.

Isabella Braun Pinto Vallada. Brasilidade e Efeito País de Origem em Marcas de Moda no Brasil. 2013. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Estética e Gestão da Moda) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

4.

Denis Lino Romanello. Investigando o Patrimônio de Marca e suas Fontes de Valor: uma pesquisa de moda no mercado de surfwear. 2012. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Estética e Gestão da Moda) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

5.

ACarvalho, DVictorelli, DMartins, DFortes, EBerner, NCunha. Planejamento Estratégico de Marketing - Magazine Luiza. 2011. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

6.

C Patrícia Lourenço, C Silva, Marcela Janeiro, R Korikawa. Revista Galileu - Planejamento Estratégico de Marketing. 2011. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

7.

Deise M Azevedo Bispo, Érica Mayumi Tabata. Uma nova visão de mercado para a Infinito Novo. 2010. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

8.

C Freitas, L Belmonte, M Garcez Jr, P Maia, P Vogliotti. AVON - Marketing Digital e a Tradicional Venda Direta. 2010. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

9.

A Chiapeta, J Salvatico Vicente, R Mendonça, T Della Monica. Planejamento Estratégico: Sulamerica - Análise do Seguro Auto. 2010. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

10.

Cecília Guimarães, Talita Soares e Vivian Silva. A Tangibilidade dos Eventos: Abertura de uma Empresa Organizadora no Interior de São Paulo. 2009. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

11.

A. Fernandes, L. Nobre, Marina Cavallo, N. Braz, T. Concer. Planejamento Estratégico de Marketing - Geores Aubert: um Estudo de Caso. 2009. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

12.

C. Freitas, G. Dias, G. R. Rocha, J. Alves, M. Salles. Planejamento Estratégico de Marketing - Estudo de Caso Gafisa. 2009. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

13.

Alexandra Witzke, Carolina Gehara e Renata Marques. Sustentabilidade como Posicionamento Estratégico de Marketing: uma proposta para uma instituição financeira. 2009.

Renata C. Assis, Carolina Sobral e Renata Marques. Substituintes como posicionamento Estratégico de Marketing: uma proposta para uma instituição financeira. 2007. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

14.

A.Santos C.Hespanhol C.Cantone H.Camargo L.Souza R.Souza. A marca como diferencial competitivo: Case Bayard. 2009. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

15.

André Gonçalves, F. Chiqueto, MM. Andrade, Patrícia Ottoni. Museu TAM: redesbucra o voar! Planejamento estratégico para reabertura do Museu TAM. 2009. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

16.

Bruno Dini, Franklin Pedroso, Lucas R.M. Silva, Milena Ramos. Planejamento para a fusão das agências de comunicação Planitá e Quadrimatzi. 2009. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

17.

G.Teixeira, J.P.Coutinho, J.Yanaze, L.Kobayashi, M.Ribeiro. Smirnoff Ice Triple Black: Planejamento Estratégico de Marketing e Comunicação de Marca. 2009. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

18.

Roberta Gomes Reis Stipp. Planejamento Estratégico de Marketing e Comunicação: Um Estudo de Caso no Ramo de TV por Assinatura e Internet Banda Larga. 2008. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

19.

Elias Santos, Mirella Bastos, Roberto Ibrahim, Thaís Cintra. Planejamento Estratégico de Marketing e Comunicação. 2008. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

20.

Claudinéia Braga & Tatiana Lins. Planejamento de Marketing de Varejo: Estudo do Caso Havaianas. 2008. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

21.

Joanna Frederici, Liliane Ramos, Lyvia M., Rafaela D'Almeida. Reposicionamento da Marca TELEFONICA. 2008. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

22.

Sheila Torres Burgos. Plano de Marketing COMPANY ART - Agência de Promoções e Eventos. 2008. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em MBA em Marketing) - Universidade Nove de Julho. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

23.

Rafael dos Santos Espelho. Planejamento Estratégico de Marketing POLOPLÁSTICO - Wire Teck do Brasil. 2008. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em MBA em Marketing) - Universidade Nove de Julho. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

24.

Fabiana de Lisboa. Plano de Marketing: Reposicionamento da ESTRELA. 2008. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em MBA em Marketing) - Universidade Nove de Julho. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

25.

Renata C. Assis. DAVID WATTS: Moda e Marketing ao Estilo dos Anos 60. 2008. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

26.

Leonardo Silva de Almeida. Guia CMYK: Serviço Colaborativo de Busca de Gráficas na Internet. 2007. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

27.

Ligia Lourenço Xavier. Planejamento Estratégico Empresarial Ambiance. 2007. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

28.

Adelaide C., Carolina G., Carolina T., Fabiano P., Jeane V.. O Merchandising da ELMA CHIPS nas Grandes Redes Varejistas Nacionais. 2007. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

29.

Fábio K. Frank, Cristiane M. de Oliveira, Lucélia J. Silva. Consultoria em Marketing e Comunicação Aplicada à Tecnologia da Informação: Business Plan. 2006. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

30.

Frederico Toledo. A Propaganda Como Ferramenta de Auxílio no Alinhamento da Identidade Visual e Linguagem de Qualidade de Vida, sob a Perspectiva do Planejamento Mercadológico do SulAmérica Saúde Ativa. 2006. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Comunicação e Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

31.

Giselle Fernanda Moro de Sousa. Planejamento Estratégico de Marketing: Bendita Etiqueta. 2004. Monografia. (Aperfeiçoamento/Especialização em MBA em Marketing Estratégico) - Universidade Cândido Mendes. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

Trabalho de conclusão de curso de graduação

1.

Camila Barros da Silva, Tatielly Rodrigues de Oliveira. Necessidade de fama: A influência do desejo pela fama e seus fatores antecedentes, no consumo de reality shows no Brasil. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

2.

Bruno M. Pereira, Ruy Dias Neto, Vinícius Cordon Martines. Modelo Preditivo para Adoção de Programas Sócio Torcedor: um estudo do comportamento do consumidor no esporte. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

3.

Felipe Augusto, Soldera Renan Franco, Vitor Grillo. Como atuam os fatores motivadores e limitadores da lealdade do torcedor em relação ao consumo de partidas de futebol dos clubes brasileiros. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

4.

Beatriz A. Felipe, Cibelle B. Nascimento, Patrícia Guinato. LIGAÇÃO EMOCIONAL À MARCA: UM ESTUDO COMPARATIVO DO PODER DE EXPLICAÇÃO DAS ESCALAS DE ROMANCE COM MARCA E AMOR À MARCA. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

5.

Ivan César de Oliveira, Ruy R. de Paula, Thiago Gomide. A INFLUÊNCIA DO ETNOCENTRISMO NO EFEITO PAÍS DE ORIGEM: UM ESTUDO SOBRE A INTENÇÃO DE COMPRA DE PRODUTOS NACIONAIS E ESTRANGEIROS. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

6.

Gustavo Jakitas, Marco Voltolim. REPLICAÇÃO DE MODELO DE MENSURAÇÃO DE ATITUDE POSITIVA EM RELAÇÃO AO IN GAME ADVERTISING NA REALIDADE BRASILEIRA. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

7.

Bruna Konomi; Henrique Cunha; Veronica Cortizo André. Framing em Fast Food. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

8.

Pedro Raminelli Arpino; Tiago Guimarães Rosa. Retorno de Investimentos em Ações Online de Marketing e Comunicação: um estudo de caso no setor de cursos de extensão. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

9.

Bruno Marques Affonso, Juliana R. Martins, Thayna Kaori Sato. Product Placement no Cinema. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

10.

Durval Salina Junior. Endosso de Celebidades em Comunicação: gestão e retorno do investimento.. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

11.

Carlos Alberto de Oliveira Junior. Neuromarketing: um estudo ético-crítico voltado as suas definições, aplicações atuais e futuras, limitações e impactos na sociedade.. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

12.

Thiago Mendes do Nascimento. O Conceito de Congruência e o Endosso de Celebidades Esportivas. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

13.

Nayara Barbosa Rocha; Fernanda Matsumura. Influência no Valro de Marca a partir do Uso do Co-Branding em Redes de Fast Fashion. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

14.

Lucas Graziano Broccoli. Arquétipos das Marcas: um estudo sobre fundamentação arquetípica na construção de marcas valiosas. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

15.

Raquel Sayuri Oka. O impacto do uso das celebridades nas marcas de luxo versus marcas populares. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

16.

Jovana Teatin Basso. Estudo da atitude e intenção de compra da consumidora de cosméticos, ao escolher por um produto, em mercados influenciados por celebridades. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

17.

Manoella Poliano T. Tarouco. Relevância do uso de uma ou mais celebridades na retenção da mensagem. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

18.

Fernanda Folote Augusto. Desenvolvimento de produto e teste de conceito na indústria automobilística. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Marketing) - Universidade de São Paulo. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

19.

Elaine Aparecida de Almeida Pires, Francisca Josileide Alves. Planejamento de Comunicação Integrada - Case Taças Riedel. 2004. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Instituto Euro-Latino-Americano de Cultura e Tecnologia. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

20.

C. Barros, Liane Batista, Patrícia Campos, Valdevino Amorim. Plano Estratégico de Comunicação - Monteiro Lobato. 2000. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

21.

Cláudio Antunes, Creonice Mendonça, M Antunes, Willian Silva. Plano Estratégico de Comunicação - A.A.B.B.. 2000. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

22.

Alessandra Silva, Olynto Neves, Paulo Paroli, Sebastião Neto. Plano Estratégico de Comunicação - Summer. 2000. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Cuiabá. Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.

Página gerada pelo Sistema Currículo Lattes em 04/02/2016 às 16:30:34

[Baixar Currículo](#)[Imprimir Currículo](#)

Dados gerais Formação Atuação Projetos Produções Eventos Orientações Bancas +



Marcia Maria Garçon

Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/6825308800097248>

Última atualização do currículo em 15/12/2015

Doutoranda e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Pós-graduada em Gestão de Comunicação e Marketing pela ECA-USP. Bacharel em Comunicação Social - especialização em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp-1993). Atualmente é pesquisadora do Centro de Estudos em Avaliação e Mensuração de Comunicação e Marketing da Escola de Comunicações e Artes - USP (CEACOM), consultora de empresas e Professora universitária nos cursos de graduação e pós-graduação em Comunicação, Marketing e Administração de Empresas. **(Texto informado pelo autor)**

Identificação

Nome

Marcia Maria Garçon

Nome em citações bibliográficas

GARÇON, Márcia

Endereço

Endereço Profissional

Centro de Estudos de Avaliação e Mensuração em Comunicação e Marketing, Escola de Comunicações e Artes - USP.
Av Prof. Lucio Martins Rodrigues, 443, bloco b, sala 06
Cidade Universitária
05506-900 - Sao Paulo, SP - Brasil
Telefone: (011) 30914315
Ramal: 219
URL da Homepage: www.eca.usp.br/ceacom

Formação acadêmica/titulação

2012

Doutorado em andamento em Ciências da Comunicação.
Escola de Comunicações e Artes - USP, ECA USP, Brasil.
Título: Autenticidade na comunicação organizacional: definindo conceito, medindo seus impactos.,
Orientador:  Mitsuru Higuchi Yanaze.
Grande área: Ciências Humanas
Grande Área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação.

2008 - 2010

Mestrado em Ciências da Comunicação (Conceito CAPES 5).
Universidade de São Paulo, USP, Brasil.
Título: A Responsabilidade Corporativa como sistema simbólico: o sentido construído e compartilhado pela comunicação institucional., Ano de Obtenção: 2010.
Orientador:  Mitsuru Higuchi Yanaze.
Palavras-chave: Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Responsabilidade Social; Comunicação Integrada; Gestão da Comunicação.
Grande área: Ciências Sociais Aplicadas
Grande Área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação.
Setores de atividade: Indústrias de Transformação; Educação.

2005 - 2006

Especialização em Gestão de Marketing e Comunicação. (Carga Horária: 390h).
Universidade de São Paulo, USP, Brasil.
Título: O Planejamento de Marketing e a estratégia da marca na diferenciação de commodities: o caso Nelore Natural.
Orientador: Prof. Dr. Mitsuru Higuchi Yanaze.

1990 - 1993

Graduação em Comunicação Social - especialização Jornalismo.
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, Brasil.
Título: Suplemento Infantil: um projeto de sociedade.
Orientador: Dra. Lúcia Helena Ferraz Sant'Agostino.

Formação Complementar

2004

Filosofia à Maneira Clássica.
Associação Nova Acrópole, NOVA ACRÓPOLE, Brasil.

2012 - 2012

Novo Pensamento Estratégico em Comunicação. (Carga horária: 40h).
Escola de Comunicações e Artes - USP, ECA USP, Brasil.

2008 - 2008

Cartografias culturales de la sensibilidad y la te. (Carga horária: 20h).
Universidade de São Paulo, USP, Brasil.

2006 - 2006

Extensão universitária em Liderança e Gestão de Equipes. (Carga horária: 6h).
Universidade São Judas Tadeu, USJT, Brasil.

1995 - 1995

Assessoria de Imprensa. (Carga horária: 24h).
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - São Paulo/SP, SENAC, Brasil.

Atuação Profissional

Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas, FMU, Brasil.

Vínculo institucional

2009 - Atual

Vínculo: Celetista formal, Enquadramento Funcional: Professor

Outras informações

Disciplinas ministradas no curso de Tecnologia em Marketing e Propaganda: Comportamento do Consumidor; Administração Estratégica de Marcas; Gestão de Negócios; Teoria das Organizações

Faculdade Diadema, FAD, Brasil.

Vínculo institucional

2008 - 2008

Vínculo: Professor, Enquadramento Funcional: Professor Pós-Graduação, Carga horária: 30

Outras informações

Professor da disciplina Atratividade e Prospecção de Negócios e Mercados no curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Empreendedorismo e Marketing de Negócios.

Universidade Ibirapuera, UNIB, Brasil.

Vínculo institucional

2007 - 2009

Vínculo: Professor, Enquadramento Funcional: Professor, Carga horária: 10

Outras informações

Disciplinas ministradas: Gestão de Produtos; Análise de Mercados; Marketing de Serviços, Auditoria de Marketing e Técnicas de Influência no Ponto de Venda

Atividades

8/2007 - Atual

Ensino, Propaganda e Marketing, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Comunicação Empresarial
Análise de Mercados
Auditoria de Marketing
Gestão de Produtos
Marketing de Serviços
Técnicas de Influência no Ponto de Vendas

Faculdade Independente Butantã, FIB, Brasil.

Vínculo institucional

2007 - 2007

Vínculo: Professor Visitante, Enquadramento Funcional: Professor convidado, Carga horária: 4

Atividades

02/2007 - 7/2007

Ensino, Administração de Empresas, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Técnicas de Negociação e Consultoria

Acerplan Assessoria e Consultoria Educacional, ACERPLAN, Brasil.

Vínculo institucional

2009 - 2013

Vínculo: Consultora, Enquadramento Funcional: parceria, Carga horária: 12

Outras informações

Palestrante no segmento de gestão de instituições de ensino; consultoria em marketing e comunicação para instituições de ensino.

Mitsuru H. Yanaze Associados, MHY, Brasil.

Vínculo institucional

2007 - 2013

Vínculo: Consultor Associado, Enquadramento Funcional: associado, Carga horária: 5

Atividades

02/2007 - Atual

Conselhos, Comissões e Consultoria, MHY, .

Cargo ou função
consultor associado.

Meira Fernandes Assessoria e Consultoria, MEIRA FERNANDES, Brasil.

Vínculo institucional

2005 - 2007

Vínculo: Profissional, Enquadramento Funcional: Gerente de Marketing, Regime: Dedicção exclusiva.

Outras informações

Empresa de assessoria e consultoria contábil e financeira, especializada em instituições privadas de ensino.

Atividades

09/2005 - 01/2007

Direção e administração, Meira Fernandes Assessoria e Consultoria, .

Cargo ou função

gerenciamento da comunicação externa e interna ? ações mercadológicas, institucionais e internet. Negociação com agências e fornecedores..

Publique Assessoria e Publicidade, PUBLIQUE, Brasil.

Vínculo institucional

2001 - 2005

Vínculo: Profissional, Enquadramento Funcional: Gerente Geral, Regime: Dedicção exclusiva.

Outras informações

Agência Publique, pioneira e única do país especializada e com atuação 100% no agronegócio brasileiro.

Atividades

03/2001 - 06/2005

Direção e administração, Publique Assessoria e Publicidade, .

Cargo ou função

acompanhamento dos projetos de publicidade, assessoria de imprensa, internet, eventos e banco de imagens para clientes do agronegócio; administração da agência e de pessoal; treinamentos e avaliações de pessoal; gestão dos processos..

Revista MundoCoop, MUNDOCOOP, Brasil.

Vínculo institucional

2006 - 2008

Vínculo: Editora, Enquadramento Funcional: Profissional Contratado

Outras informações

Criação de pautas, reportagens e editorial para revista especializada no ramo Cooperativismo.

Atividades

01/2006 - Atual

Direção e administração, Revista MundoCoop, .

Cargo ou função

Editora: criação de pauta, redação e entrevistas, fechamento da revista especializada em cooperativismo..

Linhas de pesquisa

1.

Análise do Retorno de Investimento em Comunicação.

Objetivo: Pesquisa desenvolvida nas 70 maiores empresas do Brasil, de diferentes áreas de atuação. Dentre outros objetivos, a pesquisa pretende entender como se constitui formalmente o processo comunicacional das organizações em seus respectivos setores de atuação, englobando os campos da comunicação interna e externa, mercadológica, institucional e administrativa..

Palavras-chave: Retorno em Comunicação.

2.

Análise e Desenvolvimento de um modelo de valor de marcas

Objetivo: Concepção de um modelo que avalie o valor das marcas aliando os valores socio-ambientais, mercadológicos e financeiros das organizações..

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas

Palavras-chave: Avaliação e Mensuração; Gestão da Comunicação; Marketing; Relações Públicas; Responsabilidade Social; Retorno em Comunicação.

Projetos de pesquisa

2006 - 2009

Avaliação e Mensuração da Comunicação : Retorno de Investimentos em Comunicação

Descrição: Levantamento dos processos de planejamento e gestão da comunicação das 70 maiores organizações - por setor, Ranking Revista Exame - nas vertentes institucional, mercadológica e administrativa..

Situação: Concluído; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: Graduação: (2) / Mestrado acadêmico: (2) / Doutorado: (2) .

Integrantes: Marcia Maria Garçon - Integrante / Kleber Markus - Integrante / Arlindo Ornelas Figueira Neto - Integrante / Otávio Bandeira De Lamonica Freire - Integrante / Eduardo Augusto da Silva - Integrante / Mitsuru Higuchi Yanaze - Coordenador / Naia Caroline Hamasaki - Integrante.

Financiador(es): BASF - Matriz São Paulo - Auxílio financeiro / Construtora Norberto Odebrecht - Matriz - Auxílio financeiro / Natura - Auxílio financeiro / Tetrapak - Auxílio financeiro / Petróleo Brasileiro - Rio de Janeiro - Matriz - Auxílio financeiro.

Membro de corpo editorial

2005 - 2008

Periódico: Revista MundoCoop

Áreas de atuação

1.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Relações Públicas e Propaganda.

2.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Relações Públicas e Propaganda/Especialidade: Comunicação Integrada.

3.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Administração de Empresas/Especialidade: Planejamento Estratégico de Marketing.

4.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Jornalismo e Editoração/Especialidade: Jornalismo Especializado (Comunitário, Rural, Empresarial, Científico).

5.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Comunicação / Subárea: Jornalismo e Editoração/Especialidade: Organização Editorial de Jornais.

Idiomas

Inglês

Compreende Bem, Fala Bem, Lê Bem, Escreve Bem.

Produções

Produção bibliográfica

Artigos completos publicados em periódicos

Ordenar por

Ordem Cronológica

1.

GARÇON, Márcia; YANAZE, Mitsuru H. . Comunicação como Estratégia: um estudo exploratório de Belo Monte. ESFERAS - Revista Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação do Centro Oeste, v. 03, p. 59-69, 2014.

2.

★ **GARÇON, Márcia**; YANAZE, M. H. . A Disputa pelo sentido: o jogo de poder na Comunicação Organizacional. Em Questão, v. 19, p. 310-329, 2013.

Capítulos de livros publicados

1.

★ **GARÇON, Márcia**. A Autenticidade no contexto organizacional. In: Marques, Angela Cristina Salgueiro; Oliveira, Ivone de Lourdes. (Org.). Comunicação Organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas. 1ed.Belo Horizonte: FAFICH - UFMG, 2015, v. , p. 123-134.

2.

GARÇON, Márcia. O paradoxo entre o politicamente correto e o discurso da diversidade nas organizações. In: MOURA, Claudia Peixoto de; FERRARI, Maria Aparecida. (Org.). Comunicação, interculturalidade e organizações: faces e dimensões da contemporaneidade. 1ed.Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015, v. 1, p. 235-248.

3.

★ YANAZE, M. H. ; **GARÇON, Márcia** . Plataformas de gestão para uma comunicação estratégica. In: Daniel Galindo; Martin Kuhn. (Org.). Comunicação com o mercado : evidências humanas e tecnológicas. 01ed.Engenheiro Coelho: UNASPRESS, 2014, v. , p. 91-106.

4.

GARÇON, Márcia. Marketing Educacional. In: Garçon, Márcia; Junior, Marino Menossi; Cunha, Tatiana Almeida. (Org.). Gestão Educacional: Marketing, Pessoas e Finanças. Os Pilares para uma gestão de sucesso.. 01ed.: , 2012, v. 01, p. 99-138.

5.

YANAZE, M. H. ; FREIRE, Otávio ; Diego Senise ; **GARÇON, Márcia** ; HAMASAKI, N.C. ; SILVA, E.A. . Pesquisa sobre avaliação dos processos de investimentos em comunicação. Retorno de Investimentos em Comunicação: Avaliação e Mensuração. 01ed.São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010, v. 01, p. 373-418.

Textos em jornais de notícias/revistas

1.

GARÇON, Márcia. Administrar com Marketing faz a diferença. Revista Aprendizagem: a revista da prática pedagógica, Nacional, p. 32 - 33, 01 maio 2012.

2.

GARÇON, Márcia. Por uma comunicação estratégica e integrada. Paint Horse Magazine, Brasil, p. 12 - 12, 05 maio 2009.

3.

GARÇON, Márcia. Mais atenção ao açogue. Revista Super Varejo, Seção Ponto de Vista, p. 14 - 14, 01 mar. 2007.

Trabalhos completos publicados em anais de congressos

1.

GARÇON, Márcia. O paradoxo entre o politicamente correto e o discurso da diversidade no contexto das organizações privadas.. In: VIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - Comunicação, Interculturalidade e Organizações: faces e dimensões da contemporaneidade, 2014, Londrina. Anais do VIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas. São Paulo: Abrapcorp, 2014. p. 865-876.

2.

GARÇON, Márcia. Influências Da Imagem E Reputação Na Atitude De Clientes E Acionistas No Caso Trabalho Escravo Zara No Brasil. In: IV Pró-Pesq PP- Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 2013, São Paulo. **GARÇON, Márcia**. Influências Da Imagem E Reputação na Atitude de Clientes e Acionistas no caso trabalho escravo Zara no Brasil. Clotilde Perez e Eneus Trindade (Orgs). Por uma Publicidade Livre Sempre - IV Pró-Pesq PP. SP: InMod/ABP2/ PPGCOM/ECA/USP 2013. São Paulo: INMOD; ABP2; PPGCOM--ECA-USP, 2013. p. 1679-1693.

3.

GARÇON, Márcia; FREIRE, Otávio ; YANAZE, Mitsuru H. . Organisations´ demand on Public Relations and Corporate Communication and the role of PR/Corporate Manager: a comparative study on job announcements between Latin America and Europe.. In: 4th European Communication Conference - ECREA 2012, 2012, Istambul. 4th European Communication Conference, 2012, 2012.

4.

★ **GARÇON, Márcia**. Adimensão comunicativa na gestão de projetos sociais. In: I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, 2011, São Paulo. Confibercom 2011-Sistemas de comunicação em tempos de diversidade cultural, 2011.

5.

GARÇON, Márcia. A CONSTRUÇÃO SIMBÓLICA DO PROJETO SOCIAL CORPORATIVO E SEU IMPACTO NA IMAGEM DA ORGANIZAÇÃO. In: I Pró-pesq pp _ ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA, 2010, São Paulo. I Pró-pesq pp _ ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA. São Paulo: CRP/ECA/USP; ABP2; FAPESP, 2010. v. 01. p. 832-841.

6.

GARÇON, Márcia. A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA COMO SISTEMA SIMBÓLICO: o significado construído e compartilhado pela comunicação empresarial. In: Jornada Acadêmica PPGCOM - USP, 2008, São Paulo. Anais Eletrônicos, 2008.

Apresentações de Trabalho

1.

GARÇON, Márcia. O paradoxo entre o politicamente correto e o discurso da diversidade no contexto das organizações privadas.. 2014. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

2.

GARÇON, Márcia. A Autenticidade no contexto organizacional. 2014. (Apresentação de Trabalho/Seminário).

3.

GARÇON, Márcia. INFLUÊNCIAS DA IMAGEM E REPUTAÇÃO NA ATITUDE DE CLIENTES E ACIONISTAS NO CASO TRABALHO ESCRAVO ZARA NO BRASIL. 2013. (Apresentação de Trabalho/Seminário).

4.

★ **GARÇON, Márcia;** FREIRE, Otávio ; YANAZE, Mitsuru H. . Organisation´s demand on Public Relations and Communications and the role of PR/Communication Manager: a comparative study on job announcements abetween Latin America and Europe. 2012. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

5.

GARÇON, Márcia. Autenticidade e Reputação: existe uma relação comunicacional nas mídias sociais?. 2012. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

6.

GARÇON, Márcia. Adimensão comunicativa na gestão de projetos sociais. 2011. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

7.

GARÇON, Márcia. A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA COMO SISTEMA SIMBÓLICO: o significado construído e compartilhado pela comunicação empresarial. 2008. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

8.

GARÇON, Márcia. ?A comunicação organizacional como sistema simbólico: o sentido construído e compartilhado pela responsabilidade social corporativa?. 2008. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

Produção técnica

Entrevistas, mesas redondas, programas e comentários na mídia

1.

YANAZE, Mitsuru H. ; **GARÇON, Márcia** . Programa Masters. 2008. (Programa de rádio ou TV/Entrevista).

Demais tipos de produção técnica

1.

YANAZE, M. H. ; FREIRE, Otávio ; **GARÇON, Márcia** ; HAMASAKI, N.C. ; SILVA, E.A. ; MARKUS, D. K. ; CARRILHO, KLEBER . Avaliação e Mensuração em Comunicação e Marketing. 2010. (Relatório de pesquisa).

Bancas

Participação em bancas de trabalhos de conclusão

Monografias de cursos de aperfeiçoamento/especialização

1.

FREIRE, M. O. F. B. L.; GALINDO, D.; **GARÇON, Márcia**. Participação em banca de Fabiana Alves Costa. O Branding e as Relações Públicas: um estudo de caso sobre a Johnson & Johnson Indústria e Comércio de Produtos para Saúde Ltda. 2014. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Estratégica Comunicação Organizacional e RP) - Escola de Comunicações e Artes - USP.

2.

YANAZE. Liriam Luri Yamauchi; YANAZE. Mitsuru H.; **GARÇON, Márcia**. Participação em banca de Ana Paula Goslino e outros. Análise e Planejamento Estratégico de Comunicação e

Marketing do Instituto Avon. 2008. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Marketing e Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes - USP.

3.

YANAZE, Mitsuru H.; YANAZE, Liriam Luri Yamaguchi; **GARÇON, Márcia**. Participação em banca de Adriano Augusto Rodrigues Gamboa e outros. Planejamento Estratégico de Marketing - Estudo de Caso: o Rei da Linguíça. 2008. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Marketing e Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes - USP.

4.

BRAGA, Débora Cordeiro; **GARÇON, Márcia**; MELO, A. J. S.. Participação em banca de Denise Oliveira e Laila Dezen. Fornecedores de eventos corporativos: o caso dos pontos de encontro da Empresa Elevadores Atlas Schindler S/A. 2008. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Mercadológica em Turismo e Hotelaria) - Universidade de São Paulo.

5.

BRAGA, Débora Cordeiro; **GARÇON, Márcia**; MELO, A. J. S.. Participação em banca de Ana Carolina Oliveira e Suzana Monteiro. A realidade do mercado nacional no setor de viagens corporativas. 2008. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Mercadológica em Turismo e Hotelaria) - Universidade de São Paulo.

6.

WIDMER, G. M.; CHIACHIRI, Roberto; **GARÇON, Márcia**. Participação em banca de Verônica Cibele Linhares Lima e Vanessa Moraes. Fidelização de clientes na rede Blue Tree Hotel. 2008. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão Mercadológica em Turismo e Hotelaria) - Universidade de São Paulo.

7.

FARIAS, D. L. A.; MARKUS, D. K.; **GARÇON, Márcia**. Participação em banca de Raul Campos Barros Lopes. A Perspectiva Interna da Comunicação Integrada. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Marketing e Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes - USP.

8.

FREIRE, M. O. F. B. L.; MARKUS, D. K.; **GARÇON, Márcia**. Participação em banca de Caccia, Adelaide; Gormezano, Carolina; Teles, Carolina et alli. O Merchandising da Elma Chips nas grandes redes varejistas nacionais. 2007. Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Gestão de Marketing e Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes - USP.

Trabalhos de conclusão de curso de graduação

1.

FERRARI, M. A.; LOPES, V. S. C.; **GARÇON, Márcia**. Participação em banca de Carolina Iamamoto dos Santos. Diversidade Cultural: um obstáculo ou uma fonte de inspiração? Uma sondagem sobre o comportamento de empresas estrangeiras no Brasil. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) - Escola de Comunicações e Artes - USP.

2.

FERRARI, M. A.; **GARÇON, Márcia**; TERRA, C. F.. Participação em banca de Camilla Paes Ramalho. A força e desafios das marcas na sociedade contemporânea. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) - Escola de Comunicações e Artes - USP.

3.

SOUZA, J. G. J. D.; **GARÇON, Márcia**; CARLUTI, N.. Participação em banca de Maria Valéria Machado Pugliesi. Atendimento à Fiscalização Municipal do ISSQN no Unibanco S/A. 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de Empresas) - Faculdade Independente Butantã.

4.

SOUZA, J. G. J. D.; **GARÇON, Márcia**; CARLUTI, N.. Participação em banca de Humberto Luis Bispo da Silva. Customer Service e o Atendimento ao Cliente: Conquistar e Manter Clientes. 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de Empresas) - Faculdade Independente Butantã.

Eventos

Participação em eventos, congressos, exposições e feiras

1.

VIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. O paradoxo entre o politicamente correto e o discurso da diversidade no contexto das organizações privadas.. 2014. (Congresso).

2.

II Seminário Internacional de Comunicação Organizacional. A Autenticidade no contexto organizacional. 2014. (Seminário).

3.

IV Pró-pesq pp _ ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Influências da imagem e reputação na atitude de clientes e acionistas no caso. 2013. (Encontro).

4.

ECREA 4th European Communication Conference. Organisation's demand on Public Relations and Communication and the role of PR/Communication Manager: a comparative study on job announcements between Latin America and Europe. 2012. (Congresso).

5.

Fondements et orientations de la pensée écologique contemporaine II: écologie& crise. Sorbonne.. 2012. (Seminário).

6.

Confibercom - I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana. A dimensão comunicativa na gestão de projetos sociais. 2011. (Congresso).

7.

I Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. A Construção Simbólica do Projeto Social Corporativo e seu Impacto na Imagem da Organização. 2010. (Congresso).

8.

Ciclo de Estudos Comunicação, Análise do Discurso e Atividade Linguageira. 2010. (Outra).

9.

I Jornada Acadêmica PPGCOM - USP: A comunicação organizacional como sistema simbólico: o sentido construído e compartilhado pela responsabilidade social corporativa?. 2008. (Encontro).

10.

Novas Sensibilidades: entre urbanias e cidadanias, com Dr. Jesús Martín-Barbero. 2008. (Outra).

11.

Conversa com Jornalistas. 2007. (Encontro).

12.

Técnicas de Teatro Aplicadas à Comunicação. 2007. (Outra).

13.

Os Aspectos Relativos a Sistemas de Transmissão e Distribuição de Energia Elétrica. 2000. (Seminário).

14.

Comunicação, Identidade e Integração da América Latina. 1992. (Simpósio).

15.

Oficina Cinema Eisenstein e a Montagem Revolucionária. 1991. (Oficina).

Orientações

Orientações e supervisões concluídas

Trabalho de conclusão de curso de graduação

1.

Daiane Zauner. Estratégias utilizadas na retenção de talentos: um estudo de caso da empresa Google Inc.. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilingue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

2.

Ana Paula de Souza. A formação profissional de secretariado e o comportamento da geração Y. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilingue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

3.

Elza Pires de Carvalho da Silva. O mercado de trabalho para o profissional de secretariado executivo com mais de 40 anos. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilingue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

4.

Daniela Santos Pereira. Trabalho remoto: uma realidade para o profissional de secretariado. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilingue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

5.

Ana Claudia Martins da Silva. Oportunidades de trabalho para o profissional de secretariado executivo. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilingue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

6.

Paula Viana Barros. Meio ambiente, Sustentabilidade e Secretariado: a importância do conceito sustentável para a formação de profissionais de Secretariado. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilingue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

CONCLUSÃO DE CURSO. (GRADUAÇÃO EM SECRETARIADO EXECUTIVO TRILÍNGUE) - CENTRO UNIVERSITÁRIO DAS FACULDADES METROPOLITANAS UNIDAS. ORIENTADOR: MARCIA MARIA GARÇON.

7.

Beatriz Caetano dos Santos. O profissional de secretariado executivo incorporado no processo de governança corporativa. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

8.

Gabriel Matos Alencar. A inclusão de profissionais com deficiência visual na empresa Goodyear do Brasil Produtos de borracha Ltda. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

9.

Camila Passáglio Rojas. O atendimento ao cliente que busca os serviços de assistência técnica para relógios suíços. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

10.

Erika Oliveira Pereira. As mídias sociais como nova estratégia para pequenas empresas. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

11.

Leticia Bueno da Silva. Etiqueta nos negócios: como evitar gafes em um mundo globalizado. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

12.

Aline dos Santos Valêncio. Eventos como Estratégia de Negócios. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

13.

Renata Garcete Lopes. A Mulher Líder. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

14.

Maysa Teixeira. ACESSIBILIDADE E INSERÇÃO DO PROFISSIONAL DE SECRETARIADO EXECUTIVO NO MERCADO DE TRABALHO. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

15.

Bruna Pereira Eyng. ATENDIMENTO AO CLIENTE PORTADOR DE DEFICIÊNCIA FÍSICA: UM ESTUDO DE CASO EM UMA DAS MAIORES EMPRESAS DO BRASIL DE VENDA DE APARELHO AUDITIVO.. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

16.

Alice Cristina Góes de Castro. A Formação do Profissional de Secretariado Executivo Após a Conclusão da Graduação. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

17.

Cinthia Bernardo Felipe dos Santos. A VISÃO EMPREENDEDORA NA PROFISSÃO DE SECRETARIADO. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

18.

Rafaela Andrade Bergamin. O ETHOS DA SECRETÁRIA SEGUNDO O CINEMA HOLLYWOODIANO. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

19.

Débora Ferreira da Silva. A INOVAÇÃO DO PROFISSIONAL DE SECRETARIADO EXECUTIVO EM UMA INSTITUIÇÃO. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

20.

Gisele Aparecida da Silva. INTELIGÊNCIA EMOCIONAL APLICADA EM UMA EMPRESA ADMINISTRADORA DE BENEFÍCIOS. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

21.

Aline Charlotte Nicolett. RELAÇÃO DOS PROCESSOS DE TRABALHO COM A ADMINISTRAÇÃO DO TEMPO EM UM ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

22.

Deyse Noronha da Silva. AS VANTAGENS E DESVANTAGENS, BENEFÍCIOS E DESAFIOS DO PROCESSO ELETRÔNICO NOS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

23.

Camila Segundo de Souza. A REUNIÃO CORPORATIVA COMO INSTRUMENTO TÁTICO NO NEGÓCIO DAS EMPRESAS. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

24.

Gleicimara Silva Santos. TECNOLOGIA E AS NOVAS TENDÊNCIAS PROFISSIONAIS: O PROFISSIONAL DE SECRETARIADO EM QUESTÃO. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

25.

Sheila Cristiane Martins. Planejamento Estratégico. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

26.

Ana Carolina Zilman. O MAIOR DESAFIO DE GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR DE SÃO PAULO NA REGIÃO DO BUTANTÃ. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

27.

Andressa Cristina de Oliveira Tavares. FLUXOS INFORMACIONAIS: A IMPORTÂNCIA DO ARQUIVO NO ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA.. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

28.

Fabiana Damasceno Pinheiro. As Estratégias de Relações interinstitucionais da Fundação Nestlé: Estudo de Caso: Um Comparativo entre Brasil e America Latina. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

29.

Janaína Rodrigues de Souza. A INTERAÇÃO DO PROFISSIONAL DE SECRETARIADO COM OS PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

30.

Kate Monteiro. A IMAGEM DA PROFISSÃO DE SECRETARIADO EXECUTIVO ENTRE OS PROFISSIONAIS DA ÁREA. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

31.

Leide Dayanna Gomes da Silva. PERFIL DO PROFISSIONAL DE SECRETARIADO EXECUTIVO: ESTUDO COMPARADO BRASIL ? ARGENTINA. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

32.

Luiza do Valle Borges. RELACIONAMENTO INTERPESSOAL: A SECRETÁRIA DO SÉCULO XXI. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

33.

Nicolie dos Santos Nappo. REDUÇÃO DE CUSTOS EM VIAGENS CORPORATIVAS. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

34.

Rachel Ferreira Fernandes. UM ESTUDO COMPARATIVO USANDO O MARKETING PESSOAL. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

35.

Ana Paula Rodrigues Nascimento. GESTAO DA CARREIRA DO PROFISSIONAL DE SECRETARIADO DO SÉCULO XXI: UMA QUESTÃO DE RH. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

36.

Amanda Gonçalves de Oliveira. ESTEREÓTIPO E O SEU IMPACTO NO COTIDIANO DA SECRETÁRIA EXECUTIVA. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

37.

Yohana Walicek Gambarini. Diferenças na formação de graduados, técnicos e tecnólogos de Secretariado e sua atuação profissional.. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

38.

Fabiola Estevam. A atuação do profissional de secretariado nas pequenas empresas. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

39.

Fernanda Cerqueira Araujo. A importância da arquivística na otimização das tarefas secretariais em empresas multinacionais. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

40.

Luana Aragão. A comunicação Empresarial e o Executivo. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilingue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

41.

Micheli Regina dos Santos de Alcântara Herculano. ESTUDO COMPARATIVO DOS JOBS ANNOUNCEMENTS DOS PROFISSIONAIS DE SECRETARIADO EXECUTIVO DOS SETORES PÚBLICOS E PRIVADOS. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilingue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

42.

Tereza M.F.H. Carneiro. Ética Profissional Empresarial. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Secretariado Executivo Trilingue) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Orientador: Marcia Maria Garçon.

Página gerada pelo Sistema Currículo Lattes em 04/02/2016 às 16:32:26

[Baixar Currículo](#)[Imprimir Currículo](#)

Dados gerais Formação Atuação Projetos Produções Eventos Orientações Bancas Citações +



Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva

Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/8912994803481178>

Última atualização do currículo em 27/01/2016

Professor Permanente do Mestrado Profissional em Administração Gestão do Esporte da Universidade Nove de Julho atuando na linha de pesquisa de Marketing. Professor Colaborador do Programa de Pós-Graduação em Administração e do Programa de Mestrado Profissional em Administração Gestão de Projetos desta mesma Universidade. Doutor em Administração pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Mestre em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), cumprindo parte dos créditos na Universidade de São Paulo (USP). Atua também como Professor Contratado na EACH - Escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP - Universidade de São Paulo. Possui experiência nas áreas de comportamento do consumidor, métodos quantitativos, análise multivariada. **(Texto informado pelo autor)**

Identificação

Nome

Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva

Nome em citações bibliográficas

Quevedo-Silva, F.; QUEVEDO-SILVA, FILIPE; QUEVEDO SILVA, FILIPE

Endereço

Endereço Profissional

Universidade Nove de Julho, Universidade Nove de Julho.
Avenida Francisco Matarazzo - de 1073/1074 a 1699/1700
Água Branca
05001100 - São Paulo, SP - Brasil
Telefone: (11) 36659342
URL da Homepage: <http://www.uninove.br/Paginas/Mestrado/GestaoEsporteMPAGE/esportesHome.aspx>

Formação acadêmica/titulação

2013 - 2014

Doutorado em Administração (Conceito CAPES 5).
Universidade Nove de Julho, UNINOVE, Brasil.
Título: O EFEITO DO DISTANCIAMENTO PSICOLÓGICO E FRAMING DA MENSAGEM SOBRE A CAPACIDADE DE DIFERENCIAÇÃO EM EMPRESAS DE SERVIÇO, Ano de obtenção: 2014.
Orientador: Otávio Bandeira De Lamônica Freire.
Bolsista do(a): Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, Brasil.

2011 - 2012

Mestrado em Administração (Conceito CAPES 4).
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, UFMS, Brasil.
Título: O PAPEL DA SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL PARA O CONSUMIDOR BRASILEIRO: UM ESTUDO NO SISTEMA AGROINDUSTRIAL DE BOVINOCULTURA DE CORTE EM CAMPO GRANDE-MS, Ano de Obtenção: 2012.
Orientador: Dario de Oliveira Lima-Filho.
Bolsista do(a): Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, Brasil.

2007 - 2010

Graduação em Administração.
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, UFMS, Brasil.
Título: Hábitos de Consumo Alimentar da População Idosa de Campo Grande/MS.
Orientador: Dario de Oliveira Lima-Filho.

Formação Complementar

2014 - 2014

Retorno de Investimentos em Comunicação. (Carga horária: 8h).
UFMS, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ, ΔΕΛΤΙΟ, ΒΙΩΣΗ.

2014 - 2014

How Communication Works. (Carga horária: 8h).
Ilumeo Aprimora, ILUMEO, Brasil.

Atuação Profissional

Universidade Nove de Julho, UNINOVE, Brasil.

Vínculo institucional

2015 - Atual

Vínculo: Celetista, Enquadramento Funcional: Professor titular, Carga horária: 40

Outras informações

Programa de Pós-graduação em Administração - PPGA

Vínculo institucional

2014 - Atual

Vínculo: , Enquadramento Funcional: Professor titular, Carga horária: 40

Outras informações

MPA - Gestão do Esporte

Atividades

08/2014 - Atual

Ensino, Mestr Profis em Administração - Gestão de Projetos, Nível: Pós-Graduação

Disciplinas ministradas
Métodos e Técnicas de Pesquisa Quantitativa

08/2014 - Atual

Ensino, Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte, Nível: Pós-Graduação

Disciplinas ministradas
Métodos e Técnicas de Pesquisa Quantitativa

10/2015 - 10/2015

Ensino, Mestrado em MINTER IDEAU - Administração, Nível: Pós-Graduação

Disciplinas ministradas
Métodos e Técnicas de Pesquisa Quantitativa I

Universidade de São Paulo, USP, Brasil.

Vínculo institucional

2015 - Atual

Vínculo: , Enquadramento Funcional: Professor Contratado Nível III, Carga horária: 12

Outras informações

Aprovado em concurso público regulamentado pelo Edital nº 042/2015

Atividades**08/2015 - Atual**

Ensino, Marketing, Nível: Graduação

Disciplinas ministradas
Ética em Marketing
Estudos Diversificados II

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, UFMS, Brasil.

Vínculo institucional**2011 - 2012**

Vínculo: Bolsista, Enquadramento Funcional: Professor Tutor à distância, Carga horária: 20

Vínculo institucional**2009 - 2010**

Vínculo: Monitor, Enquadramento Funcional: Monitor, Carga horária: 20

Ilumeo, ILUMEO, Brasil.

Vínculo institucional**2013 - 2014**

Vínculo: Celetista, Enquadramento Funcional: Coordenador de Pesquisas, Carga horária: 40

Outras informações

Coordenador de Pesquisas do Instituto de consultoria e pesquisa ILUMEO. Foi responsável pela formalização dos processos de análise quantitativa. Site da empresa: <http://www.ilumeobrasil.com.br/>

Banco do Brasil - COMPE, BB - COMPE, Brasil.

Vínculo institucional**2009 - 2010**

Vínculo: Estágio, Enquadramento Funcional: Estagiário, Carga horária: 25

Outras informações

Atividades Desenvolvidas: Elaborar documentos, relatórios, planilhas ou formulários diversos; Acompanhar a elaboração de relatórios de análise gerenciais,, Fazer coleta de dados atendendo a solicitação do departamento.

INSS, INSS, Brasil.

Vínculo institucional**2008 - 2009**

Vínculo: Estágio, Enquadramento Funcional: Estagiário, Carga horária: 20

Outras informações

Atividades desenvolvidas: Calcular taxas ou operações financeiras; Redigir cartas ou relatórios financeiros, Elaborar documentos, relatórios, planilhas ou formulários diversos; Identificar diferenças de lotes de documentos, Expedir documentos administrativos; Fazer coleta de dados atendendo a solicitação do departamento; Organizar documentos, prontuários e/ou registros diversos

Outras informações

Projetos de pesquisa

2014 - Atual

Comportamento de consumo aplicado ao Esporte

Descrição: O comportamento do consumidor é um tema muito complexo e que envolve diversas áreas do conhecimento, como, por exemplo, psicologia, sociologia, antropologia, microeconomia e filosofia. Ao trazer isso para o contexto do Esporte, novas variáveis devem ser levadas em consideração tomando esse processo ainda mais complexo. Nesse sentido, este projeto tem como objetivo aplicar e analisar as teorias do comportamento de consumo no contexto do Esporte. Dentre as metodologias, métodos e tipos de pesquisas utilizadas, incluem estudos teóricos com uso de bibliometria e meta-análise, pesquisas empíricas quantitativas com abordagem via survey e análise multivariada e abordagem experimental. Os resultados do projeto visam acumular conhecimento acerca dos fenômenos relacionados ao consumo no Esporte, gerando publicações em congressos e periódicos nacionais e internacionais..

Situação: Em andamento; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: / Mestrado profissional: (3) .

Integrantes: Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva - Coordenador / CARLOS AUGUSTO PALAZZI JUNIOR - Integrante / SOLANGE PUKARO - Integrante / Marcelo Paciello da Silveira - Integrante.

Número de orientações: 3

2012 - 2014

SISTEMAS AGROINDUSTRIAIS COMPLEXOS: A DINÂMICA DE GERAÇÃO E CAPTURA DE VALOR

Descrição: Projeto de parceria interinstitucional (PROCAD/Casadinho) financiado pelo CNPq que prevê intercâmbio de alunos e pesquisadores, realização de WS, entre outras atividades. Tem por objetivo identificar, analisar e comparar sistemas agroindustriais complexos quanto aos aspectos de coordenação, práticas de governança corporativa e seus desdobramentos para o território nos quais estão inseridos. A unidade de análise dessa pesquisa são os sistemas agroindustriais complexos tendo como foco a produção e consumo de alimento. O objeto de estudo são as transações entre os agentes econômicos (produtores rurais, agroindústrias processadoras, varejo e consumidores finais) nos referidos sistemas..

Situação: Concluído; Natureza: Pesquisa.

Integrantes: Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva - Integrante / Caroline Acosta Lezcano Foschaches - Integrante / Dario de Oliveira Lima-Filho - Coordenador / Renato Luiz Sproesser - Integrante / Sílvia M Q Caleman - Integrante / Decio Zylbersztajn - Integrante.

2009 - 2014

Agroegócio de alimentos: produção, distribuição e comportamento do consumidor em Territórios de Mato Grosso do Sul

Descrição: O presente projeto tem como objetivo fortalecer a Segurança Alimentar e promover o Desenvolvimento Local dos Territórios no âmbito dos Consórcios de Segurança Alimentar e Desenvolvimento Local (CONSAD) em Mato Grosso do Sul: Iguatemi, Vale do Ivinhema e Serra da Bodoquena, abrangendo 24 municípios. Especificamente objetiva fortalecer a) a Segurança Alimentar e Nutricional (SAN), b) a integração política dos municípios nos CONSADs, c) a integração da organização econômica dos territórios e d) fortalecer o ambiente organizacional dos territórios dos CONSADs: entidades da rede sócio assistencial, sindicatos, cooperativas, associações, fóruns e conselhos gestores de políticas públicas e a proposição de diretrizes para o desenvolvimento sustentável dos municípios. O projeto vem contribuir com a Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) de forma a possibilitar que as próprias comunidades possam assumir a sua manutenção, obviamente com apoio do Estado por meio de suas políticas públicas. Os resultados contribuirão para conhecer as necessidades de segurança alimentar e nutricional nos locais e para a melhoria do desempenho das Cadeias Produtivas Agroalimentares das microrregiões estudadas e suas respectivas cadeias de suprimentos. Este entendimento vai permitir a orientação mais eficiente, por parte dos produtores e das empresas, de seus sistemas produtivos (ativos) dedicados à produção, transformação e distribuição de alimentos. Por outro lado, subsidiará o poder público na formulação de políticas de incentivos aos sistemas produtivos agroalimentares regionais. Isso exige, por parte do poder público municipal e da sociedade civil organizada, ações intermunicipais de desenvolvimento local. Este projeto fornecerá subsídios para esta finalidade por meio dos produtos a) diagnóstico social, ambiental e econômico e b) plano de desenvolvimento dos territórios..

Situação: Concluído; Natureza: Pesquisa.

Integrantes: Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva - Integrante / Dario de Oliveira Lima-Filho - Coordenador / Leidy Diana de Souza de Oliveira - Integrante / Eluiza alberto de morais watanabe - Integrante / MAYRA BATISTA BITENCOURT - Integrante / Patrícia Campeão - Integrante / Cicero Antônio Oliveira Tredezini - Integrante / Olivier Vilpoux - Integrante / Renato Luiz Sproesser - Integrante.

2009 - 2010

Promoção de segurança alimentar e nutricional em territórios CONSAD

Descrição: A fome atinge todos os continentes, em grandes ou pequenas escalas, e é de conhecimento universal que tal fenômeno é tão antigo quanto à raça humana. Atinge países subdesenvolvidos com níveis de desigualdade social pior que o Brasil. Entretanto, não se deve analisar esta situação de forma simples e desvinculada de outras constatações, pois é certo que o Brasil apresenta um potencial de desenvolvimento superior aos países classificados como de mesmo nível de desenvolvimento. Assim, pode-se afirmar que a posição de supremacia em relação a diversos países não é motivo de louvor, já que o não aproveitamento desde potencial torna o cenário brasileiro tão ou mais infame que o destes países. É nesse sentido que Mercadante (2003) afirma que o nosso país é o mais desigual do planeta; e em consequência disso tornou-se uma característica permanente na estrutura econômica e social do país. O que chama a atenção dele para a população brasileira não é somente essa situação alarmante e sim a permanência dessa desigualdade durante todo esse tempo. Perante essa desigualdade o Brasil nunca tratou esse problema como uma estratégia e sim como um forma emergencial e social, tendo em vista que a ligação é direta com a má distribuição de renda..

Situação: Concluído; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: Graduação: (35) / Especialização: (3) / Mestrado acadêmico: (6) .

Integrantes: Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva - Integrante / Dario de Oliveira Lima-Filho - Coordenador / Leidy Diana de Souza de Oliveira - Integrante / Eluiza alberto de morais watanabe - Integrante / MAYRA BATISTA BITENCOURT - Integrante / Patrícia Campeão - Integrante / Cicero Antônio Oliveira Tredezini - Integrante / Marney Pascoli Cereda - Integrante / Olivier Vilpoux - Integrante.

Financiador(es): Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - Auxílio financeiro.

Revisor de periódico

2013 - Atual

Periódico: REMark. Revista Brasileira de Marketing

2013 - Atual

Periódico: Revista de Administração da UFSM

2013 - Atual

Periódico: Organizações Rurais e Agroindustriais (UFLA)

2014 - Atual

Periódico: Revista de Gestão e Projetos

2014 - Atual

Periódico: Revista de Gestao Ambiental e Sustentabilidade

2015 - Atual

Periódico: Podium: sport, leisure and tourism review

2016 - Atual

Periódico: British Food Journal (1966)

Áreas de atuação

1.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Comportamento do consumidor.

2.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Mercadologia.

3.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Análise Multivariada.

4.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Agronegócio.

5.

Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Gestão de projetos.

Idiomas

Português

Compreende Bem, Fala Bem, Lê Bem, Escreve Bem.

Inglês

Compreende Bem, Fala Razoavelmente, Lê Bem, Escreve Pouco.

Espanhol

Compreende Razoavelmente, Fala Pouco, Lê Razoavelmente, Escreve Pouco.

Prêmios e títulos

2015

Artigo indicado (paper finalist) ao prêmio de melhor trabalho da Divisão de MKT - O efeito do Distanciamento Psicológic e Framing da Mensagem sobre a Capacidade de Diferenciação em Empresas de Serviço, XXXIX ENANPAD.

2015

Melhor Artigo da área de Gestão de Projetos do IV SINGEP - Inteligência Emocional na Gestão de Projetos: Uma Análise Bibliométrica, IV Singep.

2014

Menção Honrosa - Pôster III SINGEP, III SINGEP II S2IS.

2006

Produções

Produção bibliográfica

Citações

SCOPUS

Total de trabalhos:3 Total de citações:4

Filipe Quevedo-Silva Data: 08/01/2015

Artigos completos publicados em periódicos

Ordenar por

Ordem Cronológica

1.

Quevedo-Silva, F; Lima-Filho, D. O. ; FREIRE, O. . A INFLUÊNCIA DA CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E DAS ATITUDES EM RELAÇÃO AO CONSUMO SUSTENTÁVEL NA INTENÇÃO DE COMPRA DE CARNE BOVINA. Revista de Administração da UFSM, v. 8, p. 463-481, 2015.

2.

OLIVEIRA, A. S. ; FREIRE, O. ; **Quevedo-Silva, F** ; SILVA, D. . Influência da Resposta a Falha na Atitude e Intenção de se Alimentar Bem. Revista Gestão & Tecnologia, v. 15, p. 189-210, 2015.

3.

Quevedo-Silva, F; FOSCACHES, C. A. L. ; SAUER, L. . O PAPEL DO EXAME FINAL PARA O ENSINO SUPERIOR: ESTUDO DE CASO EM UMA UNIVERSIDADE FEDERAL. Pensamento & Realidade, v. 30, p. 2, 2015.

4.

STREHLAU, S. ; URDAN, A. T. ; **Quevedo-Silva, F** . O VALOR PERCEBIDO NO LUXO FALSIFICADO PELO CLIENTE DE ARTIGO LEGÍTIMO: UMA INVESTIGAÇÃO QUALITATIVA. Revista de administração da Unimep, v. 13, p. 73-100, 2015.

5.

QUEVEDO SILVA, FILIPE; FOSCACHES, CAROLINE LEZCANO . Relação entre Estratégias Mercadológicas e Mecanismos de Governança: um Estudo Exploratório na Cadeia da Bovinocultura de Corte. REMark. Revista Brasileira de Marketing, v. 14, p. 292-303, 2015.

6.

Lima-Filho, D. O. ; WATANABE, E. A. M. ; OLIVEIRA, L. D. S. ; **Quevedo-Silva, F** . IMPACTO DAS INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE RESTAURANTES. Organizações Rurais & Agroindustriais, v. 16, p. 404-416, 2014.

7.

SACRAMENTO, S. R. V. ; GALVAO, R. A. ; FREIRE, O. ; BRANDAO, M. M. ; **Quevedo-Silva, F** . O efeito da consciência ecológica e do framing de perda e ganho no comportamento do consumidor. Revista de administração da Unimep, v. 12, p. 184-206, 2014.

8.

SILVA, E. A. ; FREIRE, O. ; **Quevedo-Silva, F** . Indicadores de sustentabilidade como instrumento de gestão: uma análise da GRI, ETHOS e ISE. Revista de Gestao Ambiental e Sustentabilidade, v. 3, p. 130-148, 2014.

9.

Quevedo-Silva, F; Lima-Filho, D. O. ; FREIRE, O. . Drivers for environmental sustainability in the Brazilian beef chain. Australian Journal of Basic and Applied Sciences, v. 8, p. 473-484, 2014.

10.

Lima-Filho, D. O. ; **Quevedo-Silva, F** ; EWERLING, S. G. C. ; OGATHA, L. B. ; SILVA, N. L. M. E. ; SANTOS, R. D. F. . Influência da limpeza dos banheiros em restaurantes sobre a decisão de escolha e retorno pelos consumidores de Campo Grande (Mato Grosso do Sul, Brasil). Agroalimentaria (Caracas), v. 19, p. 135-146, 2013.

11.

Lima-Filho, D. O. ; FACIONI, D. ; **Quevedo-Silva, F** ; SILVA, A. J. N. ; COSTA, J. G. G. M. ; MARIANO, T. Y. . FATORES RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE RESTAURANTES COMERCIAIS. CAP Accounting and Management (UFSC), v. 7, p. 70-80, 2013.

12.

FREIRE, O. ; **Quevedo-Silva, F** ; FROES, M. E. . Medição da consciência ambiental do consumidor: um estudo comparativo entre as escolas ME e FOSP. Organizações (UFSC) v. 18

FREIRE, O. ; **Quevedo-Silva, F** ; FREDERICO, E. . Mensurando a consciência ambiental do consumidor: um estudo comparativo entre as escalas NCP e ECLC. *Organicom (USP)*, v. 10, p. 244-263, 2013.

13.

FREDERICO, E. ; **Quevedo-Silva, F** ; FREIRE, O. . ACQUIRING CONSUMER TRUST: MINIMIZING THE GAP BETWEEN ENVIRONMENTAL CONCERN AND ENVIRONMENTAL CONSUMPTION. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, v. 2, p. 50-70, 2013.

14.

Lima-Filho, D. O. ; ALVES, C. S. ; **Quevedo-Silva, F** ; KONDO, A. S. ; ARAKAK, D. E. ; HIGASHI, S. Y. . DECISÃO DE COMPRA DAS CLASSES A/B EM SUPERMERCADOS. *Revista Cesumar Ciências Humanas e Sociais Aplicadas*, v. 18, p. 353-374, 2013.

15.

Lima-Filho, D. O. ; FLORES, A. B. M. ; CAVALCANTI, I. A. ; ARCA, N. S. ; **Quevedo-Silva, F** . A HOMOGENEIZAÇÃO MUNDIAL DOS HÁBITOS ALIMENTARES: UM ESTUDO DA VENDA DE ALIMENTOS NA FESTA DO ARRAIAL DE SANTO ANTÔNIO. *Pensamento & Realidade*, v. 28, p. 21-36, 2013.

16.

Lima-Filho, D. O. ; MARCHIOTTI, I. Z. ; **Quevedo-Silva, F** . Expectativas versus Satisfação dos Consumidores da Rede Hoteleira de Campo Grande-MS. *Revista Turismo em Análise*, v. 23, p. 54-77, 2012.

17.

FOSCACHES, C. A. L. ; SPROESSER, R. L. ; **Quevedo-Silva, F** ; Lima-Filho, D. O. . LOGÍSTICA DE FRUTAS, LEGUMES E VERDURAS (FLV): um estudo sobre embalagem, armazenamento e transporte em pequenas cidades brasileiras. *Informações Econômicas (Impresso)*, v. 42, p. 37-46, 2012.

18.

Lima-Filho, Dario De Oliveira ; **Quevedo-Silva, F** . PERCEÇÃO DO CONSUMIDOR SOBRE PRODUTOS ORGÂNICOS. *REMark. Revista Brasileira de Marketing*, v. 11, p. 29-46, 2012.

19.

★ Lima-Filho, D. O. ; ALVES, C. S. ; **Quevedo-Silva, F** ; MOREIRA, L. B. ; GARCEZ, V. R. ; ARATANI, W. F. . PROFILE OF THE ELECTRONIC COMMERCE CONSUMER: A STUDY WITH BRAZILIAN UNIVERSITY STUDENTS. *Journal of Internet Banking and Commerce*, v. 17, p. 1-16, 2012.

Citações: **SCOPUS 2**

20.

Lima-Filho, D. O. ; **Quevedo-Silva, F** ; FOSCACHES, C. A. L. . Perfil do consumidor idoso de alimentos no Brasil. *Espacios (Caracas)*, v. 33, p. 16, 2012.

21.

Quevedo-Silva, F ; Lima-Filho, D. O. ; SAUER, L. ; REINERT, J. N. . Fatores discriminantes no grau de satisfação de estudantes de Administração. *Revista de Economia e Administração (Impresso)*, v. 11, p. 28-45, 2012.

22.

Lima-Filho, D. O. ; **Quevedo-Silva, F** ; FOSCACHES, C. A. L. . A profile of the Brazilian consumers of organic products. *African Journal of Business Management JCR*, v. 6, p. 6939-6947, 2012.

Citações: **SCOPUS 2**

23.

Lima-Filho, D. O. ; KOLTERMANN, C. ; **Quevedo-Silva, F** ; OLIVEIRA, L. D. S. ; WATANABE, E. A. M. . Perfil de consumidores de calçados de couro: um estudo de segmentos de mercado. *Adm. MADE (Universidade Estácio de Sá)*, v. 16, p. 69-85, 2012.

24.

Quevedo-Silva, F ; SAUER, L. . COMPETIÇÃO JUSTA? A RELAÇÃO ENTRE DESEMPENHO NO VESTIBULAR E O PERFIL SOCIOECONÔMICO. *Pensamento & Realidade*, v. 27, p. 49-61, 2012.

25.

Lima-Filho, D. O. ; DEFANTE, L. R. ; **Quevedo-Silva, F** ; SOARES, A. M. ; YUKIINAGAKI, A. ; JACINTO, M. C. . As necessidades dos clientes de salão de beleza: uma análise sob a ótica dos 7Ps. *Revista Ciências Administrativas (UNIFOR)*, v. 18, p. 331-358, 2012.

26.

Lima-Filho, D. O. ; **Quevedo-Silva, F** ; FOSCACHES, C. A. L. ; WATANABE, E. A. M. . SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES DE HOTEL DE CAMPO GRANDE/MS. *Ciências Sociais em Perspectiva*, v. 11, p. 1-18, 2012.

27.

Lima-Filho, D. O. ; FACIONI, D. ; **Quevedo-Silva, F** . Segmentos de consumidores de carne: O caso de pequenas cidades no Brasil. *Revista Administração em Diálogo - RAD*, v. 14, p. 26-42, 2012.

28.

Lima-Filho, D. O. ; DEFANTE, L. R. ; **Quevedo-Silva, F** ; YASUNAKA, L. Y. ; MELO, M. F. S. ; SILVA, W. L. C. . RELIGIOSIDADE E ORIENTAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR JOVEM: UM ESTUDO NO MERCADO DE VESTUÁRIO. Desafio (Campo Grande), v. 12, p. 53-62, 2012.

29.

OLIVEIRA, L. D. S. ; Lima-Filho, D. O. ; BITENCOURT, M. B. ; **Quevedo-Silva, F** ; DEFANTE, L. R. . Desigualdade do Consumo Alimentar entre Países: Mensuração do Impacto da Renda sobre a Segurança Alimentar e Nutricional. Espacios (Caracas), v. 33, p. 7, 2012.

Citações: **SCOPUS** 1

Livros publicados/organizados ou edições

1.

REIS, E. C. ; Lima-Filho, D. O. ; **Quevedo-Silva, F** . Comportamento do consumidor de alimentos: uma visão sobre católicos e protestantes. 1. ed. Deutschland: Novas edições acadêmicas, 2014. v. 1. 121p .

Capítulos de livros publicados

1.

Quevedo-Silva, F; Lima-Filho, D. O. . Drivers para a Sustentabilidade Ambiental na Cadeia da Bovinocultura de Corte. In: Isak Kruglianskas; Vanessa Cuzziol Pinsky. (Org.). Gestão Estratégica da Sustentabilidade: Experiências brasileiras. 1ed.Rio de Janeiro: Elsevier, 2013, v. , p. 63-81.

Trabalhos completos publicados em anais de congressos

1.

ROVAI, R. L. ; VASCONCELOS, V. S. ; **Quevedo-Silva, F** . O PAPEL DA GESTÃO DE PROJETOS NA INTEGRAÇÃO DE SISTEMAS DE TRANSPORTE INTELIGENTE EM UM CENTRO DE CONTROLE OPERACIONAL METROFERROVIÁRIO. In: Conferência Internacional sobre Sistemas de Informação e Gestão de Tecnologia, 2015, São Paulo. Anais do 12 Conferência Internacional sobre Sistemas de Informação e Gestão de Tecnologia, 2015.

2.

LIMA, L. F. ; **Quevedo-Silva, F** . A INFLUÊNCIA DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NAS COMPETÊNCIAS INTERPESSOAIS DO GERENTE DE PROJETOS E SUCESSO NO GERENCIAMENTO DE PROJETOS. In: Conferência Internacional sobre Sistemas de Informação e Gestão de Tecnologia, 2015, São Paulo. Anais do 12 Conferência Internacional sobre Sistemas de Informação e Gestão de Tecnologia, 2015.

3.

ARAÚJO, C. ; PEDRON, C. ; **Quevedo-Silva, F** . The Influence of IT Project Manager Competencies on Team Commitment. In: Americas Conference on Information Systems, 2015, Puerto Rico. AMCIS 2015 PROCEEDINGS, 2015.

4.

★ **Quevedo-Silva, F**; FREIRE, O. . O Efeito do Distanciamento Psicológico e Framing da Mensagem sobre a Capacidade de Diferenciação em Empresas de Serviço. In: XXXIX Encontro da ANPAD - EnANPAD 2015, 2015, Belo Horizonte. Anais do XXXIX Encontro da ANPAD, 2015.

5.

PINSKY, V. C. ; PINSKY, D. ; **QUEVEDO-SILVA, FILIPE** ; HOURNEAUX JUNIOR, F. ; KRUGLIANSKAS, I. . Difusão de Inovação Tecnológica: Fatores Determinantes na Adoção do Livro Eletrônico no Ensino Superior em Administração. In: XVIII Seminários em Administração, 2015, São Paulo. Anais do XVIII Seminários em Administração, 2015.

6.

PUKARO, S. ; **QUEVEDO-SILVA, FILIPE** . O aumento no volume de viagens de luxo com a temática de esportes: Uma nova forma de marketing. In: XVIII Seminários em Administração, 2015, São Paulo. Anais do XVIII Seminários em Administração, 2015.

7.

LIMA, L. F. ; **Quevedo-Silva, F** . INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NA GESTÃO DE PROJETOS: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA. In: IV Singep, 2015, São Paulo. Anais do IV Singep, 2015.

8.

LIMA, L. F. ; **QUEVEDO-SILVA, FILIPE** . IMPLEMENTAÇÃO DE UM MODELO DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS DE SOFTWARE COMERCIALIZADOS DE FORMA STANDARD E CUSTOMIZADA EM UMA INDÚSTRIA METALÚRGICA. In: IV Singep, 2015, São Paulo. Anais do IV Singep, 2015.

9.

PALAZZI JUNIOR, C. A. ; **QUEVEDO-SILVA, FILIPE** . INFLUÊNCIAS DAS PRÁTICAS DE GESTÃO DA MARCA E QUALIDADE DE SERVIÇO NA QUANTIDADE DE ALUNOS DE UM PERSONAL TRAINER. In: IV Singep, 2015, São Paulo. Anais do IV Singep, 2015.

10.

FREIRE, O. ; **Quevedo-Silva, F** ; SENISE, D. S. V. ; SCRIVANO, P. . Futuras Celebidades Endossadas Por Celebidades: O Efeito Da Marca, Da Congruência E Da Superexposição. In: IV ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 2014, Gramado. Anais do VI Encontro de Marketing da ANPAD, 2014.

11.

RODRIGUES, G. V. ; **Quevedo-Silva, F** ; FREIRE, O. . O Papel do Contexto de Avaliação na Geração de Recomendações de Produtos no Ambiente Online. In: XXXVIII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2014, 2014, Rio de Janeiro. Anais do XXXVIII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2014, 2014.

12.

OLIVEIRA, A. S. ; **Quevedo-Silva, F.** . Influência da Resposta a Falha na Atitude e Intensão de Se Alimentar Bem. In: XXXVIII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2014, 2014, Rio de Janeiro. Anais do XXXVIII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2014, 2014.

13.

Quevedo-Silva, F.; Lima-Filho, D. O. ; FREIRE, O. . Drivers para a sustentabilidade ambiental na cadeia da bovinocultura de corte. In: 51 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 2013, Belem. 51 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 2013.

14.

Lima-Filho, D. O. ; FLORES, A. B. M. ; CAVALCANTI, I. A. ; ARCA, N. S. ; **Quevedo-Silva, F.** . A homogeneização mundial dos hábitos alimentares: um estudo da venda de alimentos na festa do arraial de Santo Antônio em Campo Grande, MS. In: 51 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 2013, Belem. Anais do 51 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 2013.

15.

Lima-Filho, D. O. ; QUEIROZ, D. ; BUSSOLO, J. C. ; CARNEIRO, V. S. ; **Quevedo-Silva, F.** . Perfil do consumidor de restaurantes por quilo: um estudo dos fatores relevantes para a tomada de decisão. In: 51 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 2013, Belem. Anais do 51 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 2013.

16.

Lima-Filho, D. O. ; GUBIOTTI, B. ; MACHADO, P. A. ; RAGHIAN FILHO, U. ; **Quevedo-Silva, F.** . O papel da marca no consumo de alimentos. In: 51 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 2013, Belem. Anais do 51 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 2013.

17.

Quevedo-Silva, F.; Lima-Filho, D. O. ; FREIRE, O. . A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de carne bovina. In: XXXVII Encontro da ANPAD, 2013, Rio de Janeiro. Anais do XXXVII Encontro da ANPAD, 2013.

18.

FREIRE, O. ; FREDERICO, E. ; **Quevedo-Silva, F.** . FATORES DETERMINANTES DA INTENÇÃO DE CONSUMO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS. In: 6 Congresso Latino-Americano de Varejo, 2013, São Paulo. Anais do 6 Congresso Latino-Americano de Varejo, 2013.

19.

Quevedo-Silva, F.; FREIRE, O. ; LOPES, E. L. . Antecedentes da Lealdade no e-commerce: o papel chave da satisfação dos consumidores. In: XVI Semead, 2013, São Paulo. Anais do XVI Semead, 2013.

20.

FREIRE, O. ; **Quevedo-Silva, F.**; FREDERICO, E. . ESCALAS CONCORRENTES PARA A MENSURAÇÃO DA CONSCIÊNCIA AMBIENTAL: COMPARAÇÃO ENTRE ECCB E NEP. In: I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade, 2013, São Paulo. Anais do I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade, 2013.

21.

LIMA, L. G. ; ALBUQUERQUE, R. A. F. ; **Quevedo-Silva, F.**; RODRIGUES, L. C. . ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO: O CASO REDE COMPER DE SUPERMERCADOS. In: I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade, 2013, São Paulo. Anais do I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade, 2013.

22.

Lima-Filho, D. O. ; FACIONI, D. ; **Quevedo-Silva, F.** . FATORES RELEVANTES PARA A ESCOLHA DE RESTAURANTES COMERCIAIS. In: 50 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2012, Vitória. Anais do 50.º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural, 2012.

23.

ALVES, C. S. ; Lima-Filho, D. O. ; **Quevedo-Silva, F.**; ARAKAKI, D. E. ; HIGASHI, S. Y. . DECISÃO DE COMPRAS DAS CLASSES A/B EM SUPERMERCADOS. In: 50.º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural, 2012, Vitória. Anais do 50.º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural, 2012.

24.

Quevedo-Silva, F.; Lima-Filho, D. O. ; BITENCOURT, M. B. . Processo de Escolha de Alimentos por parte de Consumidores Idosos. In: XXVI Encontro da ANPAD, 2012, Rio de Janeiro. Anais do XXVI Encontro da ANPAD, 2012.

25.

Quevedo-Silva, F.; ANJOS, A. C. ; TOGNINI, M. P. N. ; MAIA, R. L. G. ; Lima-Filho, D. O. . Gestão ambiental e a percepção do consumidor em supermercados de Campo Grande- MS. In: Seminários em Administração, 2012, São Paulo. Anais do XV SemeAd, 2012.

26.

Quevedo-Silva, F.; Lima-Filho, D. O. . Hábitos de consumo de alimentos da pessoa idosa em Campo Grande/MS. In: 49 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural, 2011, Belo Horizonte. Anais do 49 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural, 2011.

27.

Quevedo-Silva, F.; FOSCACHES, C. A. L. ; Lima-Filho, D. O. . O Perfil do Consumidor de Produtos Orgânicos na cidade de Campo Grande ? MS. In: XIII Semead, 2010, São Paulo. anais do XIII SEMEAD ? Seminários em Administração FEA/USP, 2010.

28.

KOLTERMANN, C. ; Lima-Filho, D. O. ; **Quevedo-Silva, F** ; OLIVEIRA, L. D. S. ; WATANABE, E. A. M. . Perfil de consumidores de calçados de couro: um estudo de cluster em Campo Grande-MS. In: XIII Semead, 2010, São Paulo. anais do XIII SEMEAD ? Seminários em Administração FEA/USP, 2010.

29.

OLIVEIRA, L. D. S. ; BITENCOURT, M. B. ; **Quevedo-Silva, F** ; WATANABE, E. A. M. ; DEFANTE, L. R. . Desigualdade de consumo alimentar entre países: mensuração do impacto da renda sobre a segurança alimentar e nutricional.. In: 48 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Administração, 2010, Campo Grande. anais do 48 congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Administração, 2010.

Resumos expandidos publicados em anais de congressos

1.

★ **Quevedo-Silva, F**; FREIRE, O. ; BRANDAO, M. M. . Assessment of service environment: The effect of psychological distance. In: AMA SERVSIG 2014 International Service Research Conference, 2014, Thessaloniki. AMA SERVSIG 2014 International Service Research Conference, 2014.

Artigos aceitos para publicação

1.

★ **Quevedo-Silva, F**; FREIRE, O. ; Lima-Filho, D. O. ; BRANDAO, M. M. ; ISABELLA, G. ; MOREIRA, L. B. . INTENTIONS TO PURCHASE FOOD THROUGH THE INTERNET: DEVELOPING AND TESTING A MODEL. British Food Journal (1966) **JCR**, 2016.

2.

LIMA, L. F. ; **Quevedo-Silva, F** . INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NA GESTÃO DE PROJETOS: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA. Iberoamerican Journal of Project Management (IJoPM), 2016.

3.

LIMA, L. F. ; **Quevedo-Silva, F** . A influência da Inteligência Emocional nas Competências Interpessoais do Gerente de Projetos e Sucesso no Gerenciamento de Projetos. Future Studies Research Journal, 2016.

Apresentações de Trabalho

1.

Quevedo-Silva, F; FREIRE, O. . O Efeito do Distanciamento Psicológico e Framing da Mensagem sobre a Capacidade de Diferenciação em Empresas de Serviço. 2015. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

2.

OLIVEIRA, A. S. ; **Quevedo-Silva, F** . Influência da Resposta a Falha na Atitude e Intensão de Se Alimentar Bem. 2014. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

3.

RODRIGUES, G. V. ; **Quevedo-Silva, F** ; FREIRE, O. . O Papel do Contexto de Avaliação na Geração de Recomendações de Produtos no Ambiente Online. 2014. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

4.

Quevedo-Silva, F; Lima-Filho, D. O. ; FREIRE, O. . Drivers para a sustentabilidade ambiental na cadeia da bovinocultura de corte. 2013. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

5.

Lima-Filho, D. O. ; FLORES, A. B. M. ; CAVALCANTI, I. A. ; ARCA, N. S. ; **Quevedo-Silva, F** . A homogeneização mundial dos hábitos alimentares: um estudo da venda de alimentos na festa do arraial de Santo Antônio em Campo Grande, MS. 2013. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

6.

Lima-Filho, D. O. ; QUEIROZ, D. ; BUSSOLO, J. C. ; CARNEIRO, V. S. ; **Quevedo-Silva, F** . Perfil do consumidor de restaurantes por quilo: um estudo dos fatores relevantes para a tomada de decisão. 2013. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

7.

Lima-Filho, D. O. ; GUBIOTTI, B. ; MACHADO, P. A. ; RAGHIAN FILHO, U. ; **Quevedo-Silva, F** . O papel da marca no consumo de alimentos. 2013. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

8.

Quevedo-Silva, F; Lima-Filho, D. O. ; FREIRE, O. . A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de carne bovina. 2013. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

9.

FREIRE, O. ; **Quevedo-Silva, F** ; FREDERICO, E. . ESCALAS CONCORRENTES PARA A MENSURAÇÃO DA CONSCIÊNCIA AMBIENTAL: COMPARAÇÃO ENTRE ECCB E NEP. 2013. (Apresentação de Trabalho/Simpósio).

10.

Quevedo-Silva, F; FREIRE, O. ; LOPES, E. L. . Antecedentes da Lealdade no e-commerce: o papel chave da satisfação dos consumidores. 2013. (Apresentação de Trabalho/Simpósio).

Trabalho/Seminário).

11.

Quevedo-Silva, F; Lima-Filho, D. O. ; BITENCOURT, M. B. . Processo de Escolha de Alimentos por parte de Consumidores Idosos. 2012. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

12.

Quevedo-Silva, F; ANJOS, A. C. ; TOGNINI, M. P. N. ; MAIA, R. L. G. ; Lima-Filho, D. O. . Gestão ambiental e a percepção do consumidor em supermercados de Campo Grande- MS. 2012. (Apresentação de Trabalho/Seminário).

13.

Quevedo-Silva, F; Lima-Filho, D. O. . Hábitos de consumo de alimentos da pessoa idosa em Campo Grande/MS. 2011. (Apresentação de Trabalho/Congresso).

Produção técnica

Assessoria e consultoria

1.

MACCARI, E. ; ROVAI, R. L. ; **Quevedo-Silva, F**; CUNHA, J. A. C. ; REZENDE, P. ; FERRAZ, R. R. N. ; ROSA, C. D. P. ; SHIBAO, F. Y. . Projeto de Implantação de Melhorias no Sistema de Faturamento do Complexo Hospitalar do Mandaqui. 2015.

2.

SENISE, D. S. V. ; **Quevedo-Silva, F**; FREIRE, O. . Desenvolvimento de Modelo de Segmentação de Mercado e de Fatores Determinantes para a Compra da Marca (TRAMONTINA).. 2013.

Trabalhos técnicos

1.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2817. 2016.

2.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2763. 2016.

3.

Quevedo-Silva, F. Análise de efetividade de campanha via Facebook. 2015.

4.

Quevedo-Silva, F. Análise de efetividade de campanha via Facebook. 2015.

5.

Quevedo-Silva, F. Perfil de utilização de Facebook por consumidores de alimentos. 2015.

6.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2711. 2015.

7.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2709. 2015.

8.

Quevedo-Silva, F. Parecer GeAS 154. 2015.

9.

Quevedo-Silva, F. Parecer GeP 270. 2015.

10.

Quevedo-Silva, F. Parecer Podium 108. 2015.

11.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2817. 2015.

12.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2904. 2015.

13.

Quevedo-Silva, F. Parecer Organizações Rurais & Agroindustriais 960. 2015.

14.

Quevedo-Silva, F. Parecer SEMEAD. 2015.

15.

Quevedo-Silva, F. PRÊMIO CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO DA SOBER. 2015.

16.

Quevedo-Silva, F. Parecer Singep. 2015.

17.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2470. 2014.

18.

Quevedo-Silva, F; FREIRE, O. ; SENISE, D. S. V. . Tracking de Imagem de Marca Etios (TOYOTA) Onda 4 de 7. 2014.

19.

SENISE, D. S. V. ; FREIRE, O. ; **Quevedo-Silva, F** ; BIANCARDI, J. . Recall de Propaganda para Cursos de Idiomas (CNA). 2014.

20.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2679. 2014.

21.

Quevedo-Silva, F. Parecer Organizações Rurais & Agroindustriais 742. 2014.

22.

Quevedo-Silva, F. Parecer de artigos científicos XVII Semead. 2014.

23.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2650. 2014.

24.

Quevedo-Silva, F. Parecer GEP 219. 2014.

25.

Quevedo-Silva, F. Parecer GEP 229. 2014.

26.

Quevedo-Silva, F. Parecer GeAS 154. 2014.

27.

Quevedo-Silva, F. Tracking de Imagem de Marca Etios (TOYOTA) Onda 5 de 7. 2014.

28.

Quevedo-Silva, F. Tracking de Imagem de Marca Etios (TOYOTA) Onda 6 de 7. 2014.

29.

Quevedo-Silva, F. Tracking de Imagem de Marca Etios (TOYOTA) Onda 7 de 7. 2014.

30.

Quevedo-Silva, F. Tracking de Imagem de Marca Cimpor. 2014.

31.

Quevedo-Silva, F; FREIRE, O. . Fatores determinantes para o aluguel de carros. 2014.

32.

Quevedo-Silva, F. Recall de campanha de aluguel de carros. 2014.

33.

Quevedo-Silva, F. Parecer ReA UFSM 12672. 2014.

34.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2418. 2013.

35.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2403. 2013.

36.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2515. 2013.

37.

Quevedo-Silva, F. Parecer ReA UFSM 10323. 2013.

38.

Quevedo-Silva, F. Parecer XV Engema 149. 2013.

39.

Quevedo-Silva, F. Parecer XV Engema 322. 2013.

40.

Quevedo-Silva, F. Parecer XV Engema 344. 2013.

41.

Quevedo-Silva, F. Parecer ReA UFSM 10595. 2013.

42.

Quevedo-Silva, F. Parecer Organizações Rurais & Agroindustriais 619. 2013.

43.

Quevedo-Silva, F. Parecer Remark 2561. 2013.

44.

Quevedo-Silva, F.; SENISE, D. S. V. ; FREIRE, O. . Avaliação do Processo de Compra no Setor de Alimentos (SAZON). 2013.

45.

FREIRE, O. ; SENISE, D. S. V. ; **Quevedo-Silva, F.** Subsídios ao Planejamento de Comunicação para Empresa PPP (F/NAZCA). 2013.

Demais tipos de produção técnica

1.

Quevedo-Silva, F. Curso básico de análise de dados. 2010. (Curso de curta duração ministrado/Outra).

Bancas

Participação em bancas de trabalhos de conclusão

Mestrado

1.

PEDRON, C. D.; **Quevedo-Silva, F.**; OLIVEIRA, M.. Participação em banca de Rodolfo Ribeiro da Silva. A maturidade da gestão do conhecimento: o caso de uma empresa de grande porte. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

2.

Lima-Filho, D. O.; SAUER, L.; **Quevedo-Silva, F.** Participação em banca de Wilson Ravelli Elizeu Maciel. Influência do consumidor infantil no processo de decisão de compra e consumo de alimentos na família. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

3.

Lima-Filho, D. O.; SAUER, L.; **Quevedo-Silva, F.** Participação em banca de Danilo Moraes de Oliveira. Influência da propaganda de alimentos na televisão no comportamento do consumidor. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

4.

SIQUEIRA, J. P. L.; **Quevedo-Silva, F**; TELLES, R.. Participação em banca de Eronilton Brito Santos. Estrutura das redes de relacionamento e desempenho do trabalho em equipe: um estudo com times de futebol brasileiros. 2015. Dissertação (Mestrado em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

5.

FREIRE, O.; **Quevedo-Silva, F**; MARKUS, K.. Participação em banca de Hermes Augusto Batista Mendes Santos. Escalas concorrentes para a mensuração de personalidade de marca no esporte: um estudo dos clubes de futebol no contexto brasileiro. 2015. Dissertação (Mestrado em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

6.

Quevedo-Silva, F; CARDOSO, M. V.; SPERS, E. E.. Participação em banca de Marcelo Paciello da Silveira. O comportamento do consumidor esportivo: um estudo sobre os fatores que influenciam o comparecimento do público aos estádios e arenas no Brasil. 2015. Dissertação (Mestrado em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

7.

MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. M. R.; **Quevedo-Silva, F**; CARVALHO, M. M.. Participação em banca de Franklin Jean Machado. Efeitos da Orientação Empreendedora no sucesso de Projetos. 2015. Dissertação (Mestrado em Mestr Profis em Administração - Gestão de Projetos) - Universidade Nove de Julho.

8.

PISCOPO, M. R.; **Quevedo-Silva, F**; BORINI, F. M.. Participação em banca de Frederico Steffen Neto. Participação do estado e desempenho de projetos complexos de infraestrutura no agronegócio brasileiro. 2015. Dissertação (Mestrado em Mestr Profis em Administração - Gestão de Projetos) - Universidade Nove de Julho.

9.

Quevedo-Silva, F; RUSSO, R. F. S. M.; LACERDA, R.. Participação em banca de Luiz Fernando Lima. O efeito da Inteligência Emocional nas Competências Interpessoais do Gerente de Projetos e no Sucesso da Gestão de Projetos. 2015. Dissertação (Mestrado em Mestr Profis em Administração - Gestão de Projetos) - Universidade Nove de Julho.

10.

Quevedo-Silva, F; ROVAI, R. L.; CATTINI JUNIOR, O.. Participação em banca de Vagner Sanches Vasconcelos. Previsão de demanda na fase de planejamento antecipado de projetos de transporte de passageiros: uma abordagem por redes neurais artificiais. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração(33092010001P0)) - Universidade Nove de Julho.

Teses de doutorado

1.

FREIRE, O.; **Quevedo-Silva, F**; URDAN, A. T.; BIDO, D. S.; CAPPELLOZZA, A.. Participação em banca de André Luiz Ramos. Antecedentes de geração de boca-a-boca eletrônica pelo cliente de pacote de viagens. 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

2.

BRANDAO, M. M.; LOPES, E. L.; **Quevedo-Silva, F**; PARENTE, J. G.; PIZZINATTO, A. K.. Participação em banca de Marlette Cássia Oliveira Ferreira. O efeito moderador da necessidade de controle de compra e tendência à compra por impulso na resposta dos consumidores, à densidade humana e às emoções negativas extremas. 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho.

3.

SILVA, D.; LOPES, E. L.; **Quevedo-Silva, F**; BIDO, D. S.; ROSSI, G. B.. Participação em banca de Lia Moretti e Silva. O efeito do foco regulatório dos consumidores na negligência da omissão na avaliação de alimento lácteo. 2015. Tese (Doutorado em Doutorado em Administração DINTER - UFMS) - Universidade Nove de Julho.

Qualificações de Doutorado

1.

FREIRE, O.; URDAN, A. T.; **Quevedo-Silva, F**. Participação em banca de André Luiz ramos. A comunicação eletrônica - Uma análise dos antecedentes do boca a boca no mercado de viagens e turismo brasileiro. 2015. Exame de qualificação (Doutorando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

2.

ZILBER, S. N.; COSTA, P. R.; **Quevedo-Silva, F**. Participação em banca de Adalberto Ramos Cassia. Estudo do Impacto das Capacidades Dinâmicas sobre a Capacidade Inovativa. 2015. Exame de qualificação (Doutorando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

Qualificações de Mestrado

1.

FREIRE, O.; **Quevedo-Silva, F**; LOPES, E. L.. Participação em banca de Hermes Augusto Batista Mendes Santos. Escalas concorrentes para a mensuração de personalidade de marca no esporte: um estudo dos clubes no contexto brasileiro. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

2.

Quevedo-Silva, F; CARDOSO, M. V.; FREIRE, O.. Participação em banca de Marcelo Paciello da Silveira. O comportamento do consumidor esportivo: um estudo sobre os fatores que influenciam o comparecimento do público aos estádios brasileiros. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

3.

Quevedo-Silva, F; ROVAI, R. L.; SERRA, F. A. R.. Participação em banca de Luiz Fernando Lima. O efeito da inteligência emocional nas competências interpessoais do gerente de

projetos e no sucesso da gestão de projetos. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestr Profis em Administração - Gestão de Projetos) - Universidade Nove de Julho.

4.

MARTENS, C. D. P.; **Quevedo-Silva, F**; RABECHINI JR, R.. Participação em banca de Franklin Jean Machado. Efeitos da Orientação Empreendedora no Sucesso em Projetos. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestr Profis em Administração - Gestão de Projetos) - Universidade Nove de Julho.

5.

FREIRE, O.; **Quevedo-Silva, F**; MAZZEI, L. C.. Participação em banca de Luiz Silva dos Santos. Escalas concorrentes para mensuração do envolvimento: Um estudo aplicado aos consumidores e praticantes de Corrida de Rua na Cidade de São Paulo. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

6.

MALAGRINO, F. A. F.; **Quevedo-Silva, F**; CARDOSO, M. V.. Participação em banca de Geraldo Prado Guimarães Filho. A influência do fanatismo na intenção de compra de produtos relacionados ao time de futebol do coração do torcedor. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

7.

CARDOSO, M. V.; MALAGRINO, F. A. F.; **Quevedo-Silva, F**. Participação em banca de Daniel Pereira Scombati. Instituições financeiras brasileiras e o esporte: o impacto do investimento em patrocínio esportivo no brand equity. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

8.

Quevedo-Silva, F; CARDOSO, M. V.; MALAGRINO, F. A. F.. Participação em banca de ELIZANGELA APARECIDA DA SILVA. Esporte de luta é coisa pra mulher? o efeito do preconceito em eventos de MMA. 2015. Exame de qualificação (Mestrando em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho.

9.

FREIRE, O.; LOPES, E. L.; **Quevedo-Silva, F**. Participação em banca de Enos Neves de Andrade. Antecedentes e consequentes aos efeitos da sobrecarga de informação em vendedores de lojas físicas de varejo. 2014. Exame de qualificação (Mestrando em ADMINISTRAÇÃO) - Universidade Nove de Julho.

10.

Quevedo-Silva, F. Participação em banca de Vagner Sanches Vasconcelos. Previsão de demanda na fase de planejamento antecipado de empreendimentos de infraestrutura de transporte de passageiros sobre trilhos por redes neurais artificiais. 2014. Exame de qualificação (Mestrando em Administração(33092010001P0)) - Universidade Nove de Julho.

11.

PEDRON, C. D.; ZILBER, S. N.; **Quevedo-Silva, F**. Participação em banca de Rodolfo Ribeiro. A maturidade da gestão do conhecimento em empresas de grande porte. 2014. Exame de qualificação (Mestrando em Administração) - Universidade Nove de Julho.

Eventos

Participação em eventos, congressos, exposições e feiras

1.

XVIII Seminários em Administração.O aumento no volume de viagens de luxo com a temática de esportes: Uma nova forma de marketing. 2015. (Seminário).

2.

IV Simpósio internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade.INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NA GESTÃO DE PROJETOS: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA. 2015. (Simpósio).

3.

XXXIX Encontro da ANPAD - EnANPAD 2015.O Efeito do Distanciamento Psicológico e Framing da Mensagem sobre a Capacidade de Diferenciação em Empresas de Serviço. 2015. (Encontro).

4.

XXXVIII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2014. O Papel do Contexto de Avaliação na Geração de Recomendações de Produtos no Ambiente Online. 2014. (Congresso).

5.

XVII Semead. 2014. (Seminário).

6.

III Simpósio Internacional de Gestão de Projetos.IMPLEMENTAÇÃO DE MODELO DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS DE SOFTWARE EM UMA INDÚSTRIA METALÚRGICA. 2014. (Simpósio).

7.

II Encontro Internacional em Gestão do Esporte e do Entretenimento. 2014. (Encontro).

8.

VI ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD. Futuras Celebidades Endossadas Por Celebidades: O Efeito Da Marca, Da Congruência E Da Superexposição. 2014. (Encontro).

9.

51 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER. Drivers para a sustentabilidade ambiental na cadeia da bovinocultura de corte. 2013. (Congresso).

10.

6 Congresso Latino-Americano de Varejo. FATORES DETERMINANTES DA INTENÇÃO DE CONSUMO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS. 2013. (Congresso).

11.

XVI Semead. Antecedentes da Lealdade no e-commerce: o papel chave da satisfação dos consumidores. 2013. (Seminário).

12.

I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade. ESCALAS CONCORRENTES PARA A MENSURAÇÃO DA CONSCIÊNCIA AMBIENTAL: COMPARAÇÃO ENTRE ECCB E NEP. 2013. (Simpósio).

13.

XXXVII Encontro da ANPAD. A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de carne bovina. 2013. (Encontro).

14.

XV SemeAd. 2012. (Seminário).

15.

XXVI Encontro da ANPAD. 2012. (Encontro).

16.

49 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural. Hábitos de consumo de alimentos da pessoa idosa em Campo Grande/MS. 2011. (Congresso).

Organização de eventos, congressos, exposições e feiras

1.

Quevedo-Silva, F. Simpósio sobre Gestão e Sustentabilidade. 2011. (Outro).

Orientações

Orientações e supervisões em andamento

Dissertação de mestrado

1.

Silvana Konechhoff Seminotti. Em elaboração. Início: 2015. Dissertação (Mestrado em Mestrado em MINTER IDEAU - Administração) - Universidade Nove de Julho. (Orientador).

2.

CARLOS AUGUSTO PALAZZI JUNIOR. Em elaboração. Início: 2015. Dissertação (Mestrado profissional em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho. (Orientador).

3.

ELIZANGELA APARECIDA DA SILVA. Em elaboração. Início: 2014. Dissertação (Mestrado profissional em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho. (Orientador).

Orientações e supervisões concluídas

Dissertação de mestrado

1.

Vagner Sanches Vasconcelos. Previsão de demanda na fase de planejamento antecipado de projetos de transporte de passageiros: uma abordagem por redes neurais artificiais. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração(33092010001P0)) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva.

2.

Luiz Fernando Lima. O efeito da Inteligência Emocional nas Competências Interpessoais do Gerente de Projetos e no Sucesso da Gestão de Projetos. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração(33092010001P0)) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva.

3.

Marcelo Paciello da Silveira. Fatores que influenciam o comparecimento do público aos estádios e arenas no Brasil. 2015. Dissertação (Mestrado em Mestrado Prof em Administração - Gestão do Esporte) - Universidade Nove de Julho, . Orientador: Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva.

Iniciação científica

1.

AYRON BARBOSA DOS SANTOS. ANÁLISE DO FATOR SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL EM PROJETOS DE MARKETING E COMUNICAÇÃO. 2014. Iniciação Científica. (Graduando em Administração) - Universidade Nove de Julho, Fundo de Apoio a Pesquisa de Iniciação Científica. Orientador: Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva.

Página gerada pelo Sistema Currículo Lattes em 03/02/2016 às 17:47:31

[Baixar Currículo](#)[Imprimir Currículo](#)

Dados gerais Formação Atuação Projetos +



Walney Barbosa dos Reis

Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/4908006750618305>

Última atualização do currículo em 12/01/2016

Graduado do curso de Marketing da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP. **(Texto informado pelo autor)**

Identificação

Nome

Walney Barbosa dos Reis 

Nome em citações bibliográficas

REIS, W. B.

Endereço

Formação acadêmica/titulação

2010 - 2014

Graduação em Marketing.
Universidade de São Paulo, USP, Brasil.

2013 - 2013

Graduação em Administracion.
Universidad Europea Miguel de Cervantes, UEMC, Espanha.
com **período sanduíche** em Universidade de São Paulo (Orientador: Jane Marques).

2006 - 2008

Ensino Médio (2º grau).

Escola Estadual Parque dourado 2.

Formação Complementar

2011

Inglês. (Carga horária: 200h).
Minds English School.

2011

Espanhol (online). (Carga horária: 100h).
Instituto Miguel de Cervantes.

2011 - 2011

Branding. (Carga horária: 6h).
Universidade de São Paulo, USP, Brasil.

2008 - 2008

Marketing Pessoal. (Carga horária: 6h).
Central de Concursos.

Atuação Profissional

Universidade de São Paulo, USP, Brasil.

Vínculo institucional

2011 - 2011

Vínculo: Bolsista, Enquadramento Funcional: Aluno, Carga horária: 20

Educafro (ONG), EDUCAFRO, Brasil.

Vínculo institucional

2011 - Atual

Vínculo: Voluntário, Enquadramento Funcional: Professor, Carga horária: 2

Outras informações

Curso pré-vestibular mantido pela ONG Educafro, que auxilia jovens de baixa renda a ingressarem na faculdade. O curso atende a pessoas de todas as idades, privilegiando aqueles que não têm condições de arcar com as despesas

curso atende a pessoas de todas as idades, privilegiando aqueles que não têm condições de arcar com as despesas de um curso pré-vestibular particular.

Projetos de pesquisa

2012 - 2012

Análise da Produção Científica Brasileira em Marketing entre 2000 E 2009

Descrição: O estudo analisa a produção científica brasileira em marketing entre 2000 e 2009 publicada nos periódicos BAR, RAC, RAE, RAM, RAUSP e READ e nos anais dos EnANPADs e EMAs. Analisar a produção científica usando determinados recortes tem sido relativamente comum tanto em publicações brasileiras (por exemplo, VIEIRA, 2003) quanto internacionais (por exemplo, BAKIR e outros, 2000). À medida que crescem as pressões das instituições acadêmicas para que seus pesquisadores demonstrem evidências concretas de desempenho, o exame periódico da produção científica proporciona parâmetros de comparação úteis tanto para autores quanto para as instituições. A análise da produção científica também é importante para identificar o processo histórico de desenvolvimento de uma determinada área do conhecimento, para se investigar criticamente um conjunto de periódicos ou até mesmo examinar o uso de determinadas práticas metodológicas..

Situação: Em andamento; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: Graduação: (3) .

Integrantes: Walney Barbosa dos Reis - Integrante / José Afonso Mazon - Integrante / José Mauro Hernandez - Coordenador / Filipe Ferminiano Rodrigues - Integrante / Bruno Cosenzo - Integrante.

2011 - 2012

Recursos web no desenvolvimento de novos empreendedores

Descrição: Com o avanço da internet surgiram milhares de sites sobre todos os tipos de assuntos, inclusive empreendedorismo, porém muitos acabam objetivando prestar consultorias pagas, o que acaba por distanciar o sonho de empreender de uma realidade alcançável. Neste sentido, através de um web site com linguagem simples e dinâmica, pretende-se apresentar aos potenciais empreendedores, métodos de trabalho eficientes e também mostrar aos alunos de graduação que, após a conclusão do curso, existem outras possibilidades além de ingressar em alguma empresa. Ou seja, através de um web site que funcione como um banco de dados de conhecimento sobre o tema empreendedorismo , com textos científicos, experiências vividas por empresários através de vídeos e aulas ministradas por docente responsável, auxiliar o Brasil nesta caminhada rumo à disseminação do empreendedorismo no país..

Situação: Em andamento; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: Graduação: (1) .

Integrantes: Walney Barbosa dos Reis - Integrante / Luciane Meneguim Ortega - Coordenador.

Financiador(es): Universidade de São Paulo - Bolsa.

2011 - 2011

Branding de Ingredientes e a marca EDP, Criando valor no mercado livre de energia elétrica

Descrição: Através do concurso EDP University Challenge 2011, o presente projeto foi um estudo de planejamento estratégico de marketing que visou estabelecer um diferencial competitivo para a EDP, empresa do ramo de Energia Elétrica, a partir da atuação no mercado de comercialização e de distribuição energia elétrica, podendo abranger demais mercados e marcas da empresa. O projeto se deu em três etapas, sendo a primeira delas uma pesquisa de marketing realizada em duas cidades de duas das regiões atendidas pelo serviço de distribuição de energia da EDP.

Por meio desta pesquisa, verificou-se qual a atual situação da EDP, no que se refere à imagem e personalidade de marca percebida pelos moradores destas regiões. Com estas informações, procede-se a formulação de estratégias de marketing, as quais consistem em ações implementadas a nível local (nas regiões onde a EDP distribui energia) que objetivam elevar o brand equity da empresa, e comunicadas a nível global (inicialmente para a região sudeste do país). Ao passo que estes objetivos tenham sido alcançados, a estratégia final proposta por este estudo é que a EDP transmita os valores de marca obtidos ao longo do tempo por meio de um selo, que servirá de ingrediente nas ofertas dos clientes organizacionais no mercado livre de energia, no qual a EDP é representada pela EDP Enertrade. Desta forma, a possibilidade de potenciais clientes organizacionais da EDP utilizarem o selo serviria como um diferencial, para a EDP, na prospecção e retenção destes potenciais clientes, aumentando sua participação neste mercado livre, que está em franca expansão..

Situação: Concluído; Natureza: Pesquisa.

Alunos envolvidos: Graduação: (4) .

Integrantes: Walney Barbosa dos Reis - Integrante / Ricardo Carvalheiro - Integrante / Josmar Andrade - Coordenador / Filipe Ferminiano Rodrigues - Integrante / Guilherme Balsamão Percebão - Integrante.

Projetos de extensão

2011 - 2012

Programa de disseminação da cultura inovadora e empreendedora na USP Leste.

Descrição: O objetivo do projeto é unir atividades que já estão sendo executadas de formas isoladas na Escola de Artes, Ciências e Humanidades - EACH a novos incentivos e eventos que o presente projeto pretende realizar a fim de disseminar e estimular a cultura da inovação na Escola. A inovação tecnológica (transformação em produtos, processos e serviços que possam ser colocados no mercado) torna-se chave para o desenvolvimento socioeconômico mundial, baseados em estímulos às atividades de ciência e tecnologia. São ambientes propícios ao desenvolvimento contínuo de inovações tecnológicas e constituem espaços de aprendizagem coletiva, intercâmbio de conhecimentos e práticas produtivas, de interação entre os diversos agentes de inovação. Inserido no contexto da EACH, torna-se notória a importância deste projeto para a escola, tanto em termos de visibilidade externa, como de potencial de desenvolvimento do corpo docente e discente, do envolvimento com a sociedade e com o meio empresarial num processo de geração da inovação e ainda, da aplicação de todo conhecimento aqui desenvolvido. Sendo assim, o presente projeto disseminará conhecimentos no ambiente da Universidade para todos os docentes, os alunos, e os funcionários que tiverem interesse em aprender sobre esta prática da inovação que trás ao ambiente acadêmico grandes vantagens em termos de ensino, pesquisa e extensão. Na área de ensino o Programa atuará numa complementação da graduação através de disciplinas voltadas à Inovação e Empreendedorismo como um domínio adicional em empreendedorismo. A USP-Leste ofertará aos seus alunos, docentes e funcionários, disciplinas que abordam os aspectos comportamentais do empreendedor e estruturação de planos de negócio, seja visando o planejamento de empreendimentos próprios, a inserção em negócios de terceiros ou a atividade autônoma. Na perspectiva da pesquisa, através do Programa, o tema tão incentivado atualmente que é a Inovação será debatido constantemente, onde os gru.

Situação: Em andamento; Natureza: Extensão.

Alunos envolvidos: Graduação: (3) .

Integrantes: Walney Barbosa dos Reis - Integrante / Luciane Meneguim Ortega - Coordenador / Francisco Alvarez - Integrante / Jane Marques - Integrante / Geraldo Millet - Integrante / Marcos Soledade - Integrante.

Financiador(es): Universidade de São Paulo - Cooperação.

Áreas de atuação

1.

Grande área: Outros.

Idiomas

Português

Compreende Bem, Fala Bem, Lê Bem, Escreve Bem.

Espanhol

Compreende Bem, Fala Razoavelmente, Lê Razoavelmente, Escreve Razoavelmente.

Inglês

Compreende Razoavelmente, Fala Razoavelmente, Lê Razoavelmente, Escreve Razoavelmente.

Prêmios e títulos**2010**

Bolsa FUVEST - Entre os 20 melhores alunos de escola pública em desempenho no vestibular, Fundação Universitária para o Vestibular.

2010

Embaixador Júnior da USP na Escola Pública Parque Dourado 2, Universidade de São Paulo.

Página gerada pelo Sistema Currículo Lattes em 13/01/2016 às 15:40:51

[Baixar Currículo](#)[Imprimir Currículo](#)

MEC-FNDE

**Fundo Nacional de
Desenvolvimento da Educação**



Convênio FNDE-UNEMAT N.º 771800/2012
Contrato UNEMAT – MULTI N.º 154/2014

APÊNDICE I

IDENTIDADE VISUAL

Banner Institucional

0,90x1,20m



MULTI
Assessoria e Consultoria

Cliente: Unemat
Campanha: Planejamento Estratégico
Peça: ****
Data: Maio 2015

MEC-FNDE

Fundo Nacional de

Desenvolvimento da Educação



Convênio FNDE-UNEMAT N.º 771800/2012

Contrato UNEMAT – MULTI N.º 154/2014

APÊNDICE II

MATERIAIS DE APOIO À CAPACITAÇÃO

Faixa de Mesa
3x0,6m



Bloco de Anotações - Perspectiva

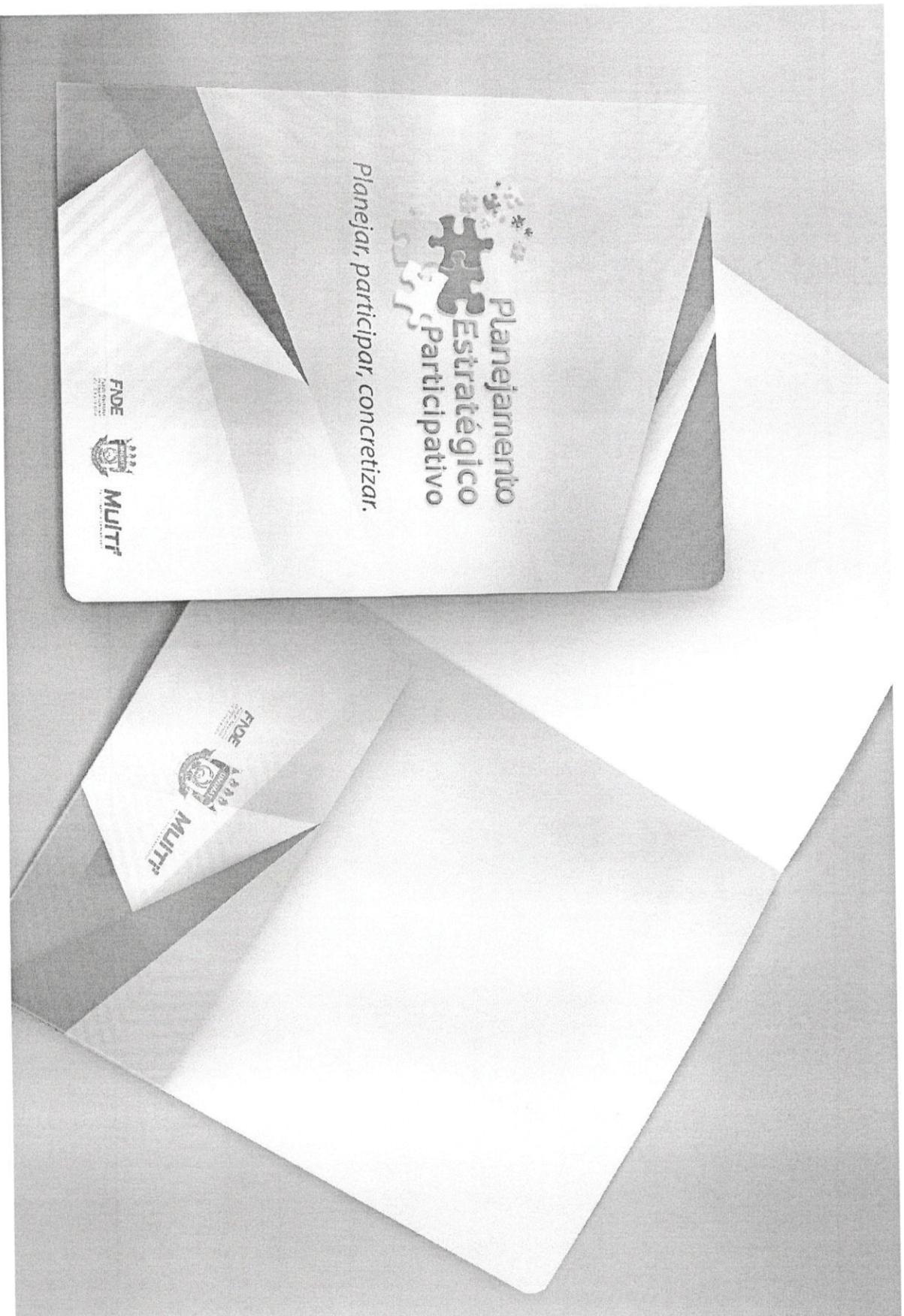
15x21cm



MULTI
Assessoria e Consultoria

Cliete: Unemat
Campanha: Planejamento Estratégico
Peça: ****
Data: Maio 2015

Pasta com bolsa



Caneta



Caneta com impressão colorida (5 cores)



Caneta de metal com impressão a laser

MULTI!

Assessoria e Consultoria

Cliente: Unemat
Campanha: Planejamento Estratégico
Peça: ****
Data: Maio 2015

UNEMAT

Universidade do Estado de Mato Grosso



Planejamento
Estratégico
Participativo

Planejar, participar, concretizar.

FNDE
Fundo Nacional
de Desenvolvimento
de Educação

MULTI
Assessoria e Consultoria

MEC-FNDE

**Fundo Nacional de
Desenvolvimento da Educação**



Convênio FNDE-UNEMAT N^o. 771800/2012
Contrato UNEMAT – MULTI N^o. 154/2014

APÊNDICE III

INFORMATIVO

UNEMAT

Universidade do Estado de Mato Grosso



Planejamento Estratégico Participativo

Planejar, participar, concretizar.



Reitora

Ana Maria Di Renzo

Vice-reitor

Ariel Lopes Torres

Pró-reitora de Ensino de Graduação

Vera Lúcia da Rocha Maquêa

Pró-reitor de Administração

Valter Gustavo Danzer

Pró-reitor de Gestão Financeira

Ezequiel Nunes Pacheco

Pró-reitor de Planejamento e Tecnologia da Informação

Francisco Lledo dos Santos

Pró-reitor de Assuntos Estudantis

Anderson Marques do Amaral

Pró-reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Rodrigo Bruno Zanin

Pró-reitor de Extensão e Cultura

Alexandre Gonçalves Porto

COMITÊ DE COORDENAÇÃO

(instituído pela Portaria nº 359/2015, de 26/01/2015)

Coordenador do Comitê

Francisco Lledo dos Santos

Membros

Elizeth Gonzaga dos Santos Lima

Rinalda Bezerra Carlos

Julio Cezar de Lara

Gisele Castanha Fontes

Valci Aparecida Barbosa

Rafael de Freitas Souza

EQUIPE DE ACESSORAMENTO (GT13)

(instituído pela Portaria nº 660/2015, de 04/03/2015)

Hemilia Maia Ribeiro

Valci Aparecida Barbosa

Valdivina Vilela Bueno Pagel

Joseane dos Santos Cunha

Gustavo Lopes Yung

Ana Lucia Mattiello Miranda

Rafael de Freitas Souza

Tiago Luis de Andrade

Eduardo Melo Zinhani

Ademir Cardoso da Silva

Vilmar Secundina Dantas

Gustavo Laet Rodrigues

Lais Fernanda Karlinski

MULTI

Consultoria

Keila Costa

EXPEDIENTE UNEMAT

1. Apresentação	04
2. Introdução	04
2.1. Princípios do Planejamento Estratégico Participativo	05
3. Metodologia	06
3.1. Etapa I – Preparatória	06
3.2. Etapa II – Formação dos Multiplicadores (A capacitação)	07
3.3. Etapa III – Análise diagnóstica para a construção da estratégia (Construção da Identidade Organizacional)	08
3.4. Etapa IV – Construindo Diretrizes	08
3.5. Etapa V – Construindo a Estratégia	09
3.6. Etapa VI – A construção dos meios de acompanhamento do Planejamento Estratégico	09
3.7. Etapa VII – Consolidação do Planejamento Estratégico Participativo	10
3.8. Etapa VIII – Finalização das Atividades	10
Referências	11

1. Apresentação

A reitoria da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat) considerando os cenários sócio-político, econômico e cultural que se configuram no contexto local, nacional e internacional das universidades públicas, promove a discussão sobre a sua função social enquanto instituição educativa que produz conhecimento com a perspectiva da humanização, visando o desenvolvimento sustentável, propõe a elaboração do Planejamento Estratégico Participativo (PEP).

Para tal empreendimento, esta Reitoria compreende que a participação da comunidade acadêmica consolida a legitimidade das ações de gestão, ensino, pesquisa e extensão assegurando assim a autonomia institucional, aspecto que identifica a universidade pública como promotora do conhecimento como um bem social.

Partindo dessas premissas, conclamamos a participação dos atores sociais para construir uma proposta coletiva de Planejamento Estratégico (PEP), o que necessariamente pressupõe a organização de equipes de trabalho para atender os 13 campi, polos e núcleos pedagógicos que constituem a Unemat.

Enfatizamos a necessidade da participação de toda a comunidade acadêmica para reafirmar a missão desta importante instituição na promoção do desenvolvimento do Estado de Mato Grosso, sem perder de vista a sua identidade local, regional, histórica e cultural. Portanto, o Planejamento Estratégico Participativo (PEP) representa a materialização do compromisso da gestão com as tomadas de decisão a partir das ações que emanam da comunidade acadêmica, fortalecendo assim o princípio da gestão democrática como pressuposto da Unemat.

2. Introdução

O PEP da Unemat concentra-se no convite e no incentivo proposto pela Gestão Universitária em relação à participação da comunidade acadêmica na discussão dos rumos da instituição, proporcionando assim o direito de todos fazerem parte de um projeto de planejar esta universidade. O que pressupõe afirmar que é imprescindível a conscientização e a capacitação das lideranças para participarem de todas as etapas do processo de elaboração do plano, das decisões futuras, bem como o atendimento das proposições e metas elencadas no processo e nas revisões posteriores.

Neste intento, se faz necessário que todos os atores envolvidos no PEP não somente conheçam, mas se apropriem da proposta, a fim de melhor atuar nas discussões e proposituras, razão pela qual elaboramos o presente informativo que será divulgado em todas as esferas desta instituição de ensino.

Não seria demais acrescentar que a capacitação e elaboração do PEP da Unemat

envolve todos os campi, polos e núcleos pedagógicos, presentes nos seguintes municípios do Estado de Mato Grosso: Cáceres; Alta Floresta; Alta Araguaia; Barra do Bugres; Colíder; Diamantino; Juara; Luciara; Nova Mutum; Nova Xavantina; Pontes e Lacerda; Sinop e Tangará da Serra, conforme demonstra a Figura 1.



Figura 1: Mapa de atuação presencial da Unemat
Fonte: www.unemat.br

2.1. Princípios do Planejamento Estratégico Participativo

O planejamento participativo de instituições complexas como as Universidades tem como característica a participação efetiva de toda comunidade acadêmica, decorrente de um processo aberto, com ritmos algumas vezes diferenciados. Como processo envolve etapas de planejamento, desenvolvimento, avaliação e recondução de procedimentos consubstanciando-se numa práxis constante.

Portanto, trata-se de conduzir um processo interativo que tenha como base o acumulado da cultura institucional e, por meio de ações planejadas, resulte num novo patamar de gestão institucional, menos subjetivo, menos conflitivo e mais integrado, dentro dos objetivos da Universidade pública. Nesse processo o respeito à diversidade é fundamental, em que o enfoque "autoritário" é repudiado por entrar em desacordo com a cultura institucional e com os objetivos e métodos do planejamento estratégico.

Não restam dúvidas que os três poderosos vetores que atuam sobre a Universidade: o Estado, que indiretamente demanda resultados do seu financiamento, o mercado, que cotidianamente compete com seus produtos similares e o ambiente interno, onde a comunidade acadêmica trabalha e exerce sua consciência crítica, pressionam de diferentes formas para que esta se aperfeiçoe e melhore sua qualidade.

Nota-se que neste cenário o planejamento é peculiar, de modo que é importante saber utilizá-lo como uma etapa de construção de aprendizagens sobre a instituição, para que o mesmo seja o momento

inicial da necessária interiorização, de um continuado desenvolvimento institucional que deve ser levado com seriedade e compromisso na implementação das ações planejadas. Trata-se de um processo de pôr em movimento, de mover, de ocasionar uma ruptura com a aparente "falsa inércia" por meio de um processo de auto-análise, de pesquisa participativa da realidade presente que resulte em outro nível organizacional. Falsa inércia, pois os problemas institucionais do presente, ao não serem resolvidos, criam uma aparente imobilidade, uma cultura do "silêncio". No entanto, eles, com suas contradições, podem ser os "elementos de combustão" que conduzidos democraticamente, ao alimentar as mudanças desejáveis, possíveis, resultarão em avanço evolutivo para a Universidade.

A elaboração do PEP, respeitando a característica da universidade pública, permitirá efeitos de curto, médio e longo prazo com vistas ao fortalecimento institucional como: I. Melhoria de qualidade dos seus serviços; II. Maior competência na realização do seu mandato legal; III. Mais efetividade em suas atividades; IV. Ampliação da unidade institucional ou diminuição da "fragmentação" (os diferentes atores, partes interessadas, percebem que o pacto e instrumentos articuladores do PEP é mais benéfico a todos do que às partes); V. Aperfeiçoamento nas decisões gerenciais (tático-operacionais), com mais objetividade das decisões presentes e seus alcances futuros; VI. Maior fortalecimento político (maior base social, mais respeitabilidade externa, reforçando sua "legitimidade como bem social").



3. Metodologia

O Planejamento Estratégico Participativo (PEP) da Unemat está organizado em etapas, conforme ilustra a Figura 2:

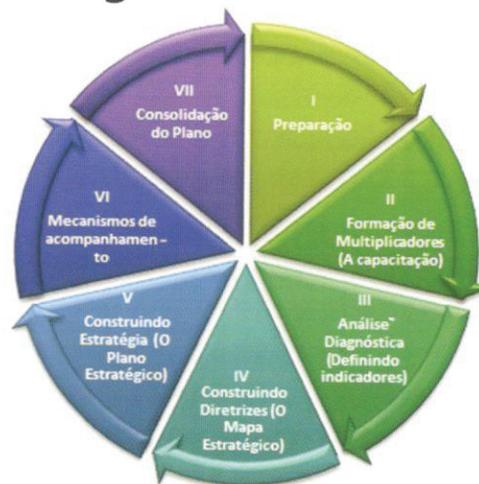


Figura 2: Metodologia de Elaboração do PEP da Unemat
Elaboração: Comitê de Coordenação instituído pela Portaria nº 359/2015.

3.1. Etapa I – Preparatória

Nesta etapa constituiu-se, em nível macro de gestão, um Comitê Central denominado de Comitê de Coordenação, que tem como funções elaborar, acompanhar e executar os trabalhos do PEP. Também instalou-se o Grupo de Trabalho para dar apoio ao Comitê de Coordenação na atualização e sistematização de informações qualitativas e quantitativas que servirão de base para elaboração do Planejamento Estratégico Participativo. Na sequência das atividades, cada campus

também constituirá uma Equipe para coordenar o PEP em nível local.

A mediação entre a comunidade acadêmica será realizada com o auxílio das TICs, utilizando-se das seguintes estratégias: Portal da Unemat, vídeos, teleconferências, ambiente virtual de aprendizagem, folders, panfletos, lâminas, cartazes temáticos, banners, informativos eletrônicos, dentre outros.

A Figura 3 ilustra a estrutura de elaboração do PEP.

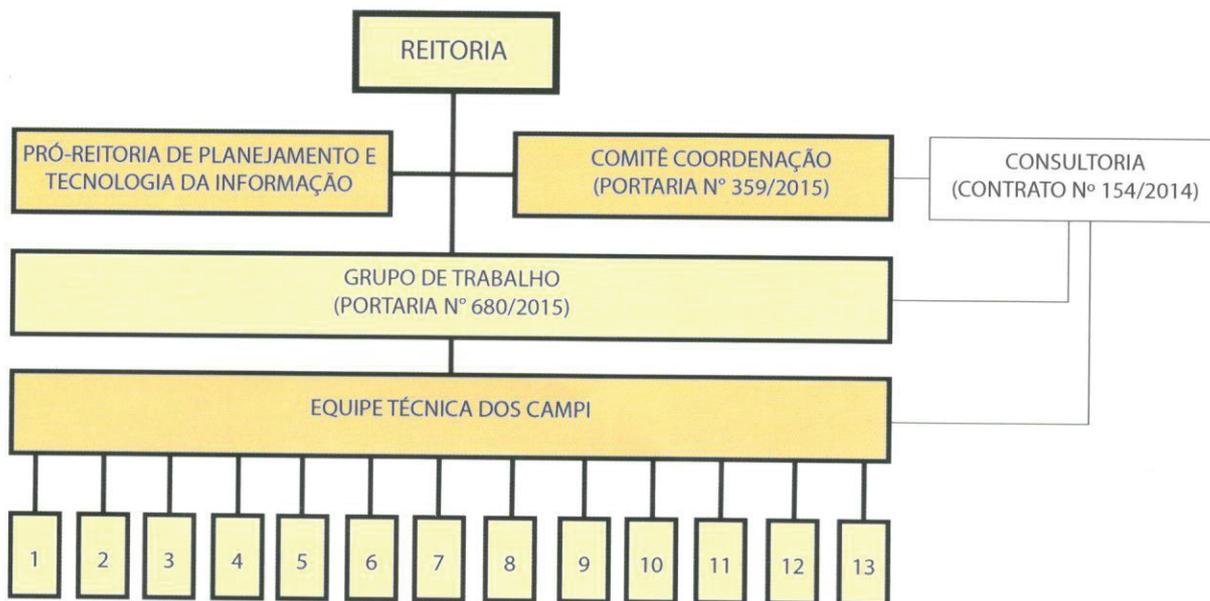


Figura 3: Organograma do Planejamento Estratégico Participativo da UNEMAT – 2016-2025
Elaboração: Comitê de Coordenação instituído pela Portaria nº 359/2015.



Planejar, participar, concretizar.



3.2. Etapa II – Formação dos Multiplicadores (A capacitação)

Esta segunda tem como objetivos sensibilizar, conscientizar e estimular toda a comunidade acadêmica a se envolver com o PEP, proporcionando aos servidores participantes a construção de um patamar mínimo, tanto de propósitos, quanto de terminologias técnicas que os auxiliarão nas reuniões e discussões indispensáveis na elaboração do planejamento.

Nesta etapa haverá a realização de dois seminários em cada polo, para a formação de multiplicadores. Cada seminário será composto por palestras, debates e outras atividades a serem desenvolvidas nos três períodos (matutino, vespertino e noturno). Também ficará disponível, em tempo integral, um Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA/Moodle) com salas de aula para debates, fóruns e exercícios

específicos para cada polo e campus.

Serão cinco Polos de Capacitações Regionalizados envolvendo todos os campi e a sede administrativa da Unemat, compostos pelas seguintes unidades:

- **Polo I:** Sede Administrativa, Campus de Cáceres e Pontes e Lacerda;
- **Polo II:** Campi de Tangará da Serra, Barra do Bugres e Diamantino;
- **Polo III:** Campi de Alta Floresta e Colíder;
- **Polo IV:** Campi de Sinop, Nova Mutum e Juara;
- **Polo V:** Campi de Alto Araguaia, Nova Xavantina e Luciara.

No quadro 1, podemos observar a distribuição de vagas por polo.

Quadro 1. Número de vagas distribuídas por polo, com suas respectivas cidade sede onde serão realizadas as capacitações do Planejamento Estratégico da Unemat- 2016-2025.

Polos	Unidades Organizacionais	Cidade sede	Nº de Vagas
I	Sede Administrativa, Cáceres e Pontes e Lacerda	Cáceres	67
II	Tangará da Serra, Barra do Bugres e Diamantino	Tangará da Serra	54
III	Alta Floresta e Colíder	Alta Floresta	18
IV	Sinop, Nova Mutum e Juara	Sinop	39
V	Alto Araguaia, Nova Xavantina e Luciara	Nova Xavantina	22

Fonte: Comitê de Coordenação instituído pela Portaria nº 359/2015.

Os seminários serão realizados nas cidades-sede, em datas sequenciais.



3.3. Etapa III – Análise diagnóstica para a construção da estratégia (Construção da Identidade Organizacional)

As Etapas III (análise diagnóstica), IV (construção das diretrizes) e V (construção da estratégia) terão suas ações realizadas concomitantemente. O objetivo principal da etapa III é definir os Fatores Críticos de Sucesso (FCS). Para isso a capacitação de uma equipe que já foi inserida na discussão do

PEP é de suma importância para se alcançar bons resultados.

No quadro 3 pode-se observar como será o mapeamento das atividades dos seminários para análise diagnóstica para a construção da estratégia (identidade organizacional).

Quadro 3. Mapeamento das atividades dos seminários para análise diagnóstica e formação da Equipe Técnica para elaboração do Planejamento Estratégico da Unemat- 2015-2025

O que será realizado?	Dois seminários com no mínimo 40 componentes escolhidos nos polos, representando os 13 campi e a Sede Administrativa.
Porque será realizado?	Para realizar a análise diagnóstica Unemat, baseada nas discussões realizadas em seus campi e nos dados que o Grupo de Trabalho apresentará.
Qual é o local de realização de suas atividades?	Na cidade de Cáceres – MT
Como será realizado?	Serão realizados dois seminários para efetuar a análise diagnóstica da Universidade. No 1º seminário serão apresentados os resultados do diagnóstico de cada campus, havendo a consolidação dos dados, atividade que será exercida em conjunto com o Comitê de Coordenação e o Grupo de Trabalho da Sede Administrativa. No 2º seminário haverá a validação de todo o diagnóstico da Instituição, bem como a construção das Diretrizes(Etapa IV) e Estratégias(Etapa V).

Fonte: Comitê de Coordenação instituído pela portaria nº 359/2015

3.4. Etapa IV – Construindo Diretrizes

Após a conclusão da Etapa de formação de multiplicadores com técnicas de Planejamento Estratégico e realização da análise diagnóstica da instituição, haverá a 2ª fase da Etapa III que aqui destacamos como 2º Seminário de Análise Diagnóstica.

O 2º Seminário proporcionará o encontro presencial de todos os grupos que, reunidos, validarão os FCS e iniciarão a construção das diretrizes e das estratégias.

A figura 3 demonstra a evolução do processo de Planejamento Estratégico Participativo da Unemat.



Planejar, participar, concretizar.

UNEMAT
Universidade do Estado de Mato Grosso

FNDE
Fundação Nacional de Desenvolvimento da Educação

MULTI
Associação Consultoria

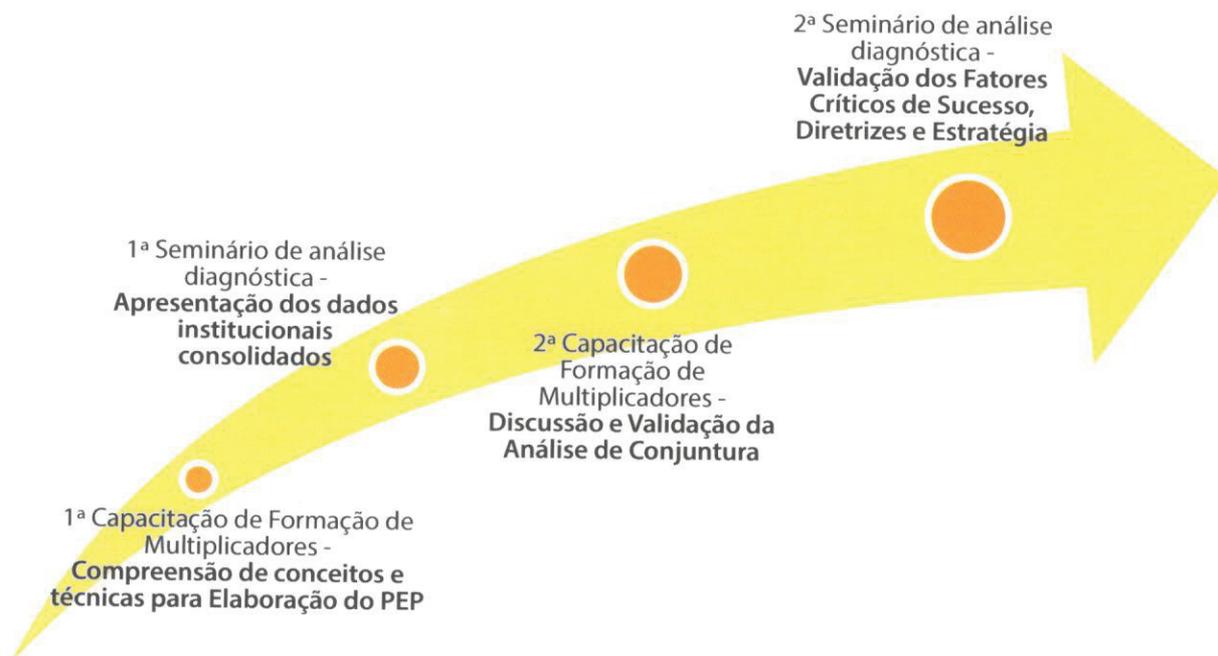


Figura 3 - Evolução das capacitações no Planejamento Estratégico Participativo da Unemat.
Elaboração: Comitê de Coordenação instituído pela Portaria nº 359/2015

3.5. Etapa V – Construindo a Estratégia

Nesta etapa será concluída a construção do Mapa Estratégico identificando os principais objetivos estratégicos, as perspectivas do Ensino Superior no Estado de Mato Grosso, no Brasil e no Mundo. Também construir-se-á um modelo de causalidade entre os objetivos propostos e suas relações de causa-efeito no Planejamento, bem como a Matriz de Conexão dos Processos com os FCS (Fatores Críticos de Sucesso) e o Plano de Melhorias.

Nesse momento haverá a consolidação e convalidação das diretrizes e estratégias do PEP e de todos os planos validados pelos grupos protagonistas que serão utilizados na próxima etapa e a orientação aos servidores para construção dos meios de acompanhamento que serão detalhados na próxima fase. Estes voltarão as suas unidades para trabalhar com os meios de acompanhamento do PEP.

3.6. Etapa VI – A construção dos meios de acompanhamento do Planejamento Estratégico

Esta etapa servirá para a construção dos meios de acompanhamento do PEP da Unemat e tem como objetivo aperfeiçoar o que existe e criar as bases de fluidez de informações para reforçar a capacidade de monitorar e, com isto, ter mais qualidade na gestão. Para tanto, deve-se responder aos seguintes questionamentos:

- Como controlar a execução e efeitos do Planejamento Estratégico?
- Quais indicadores essenciais devem ser utilizados?

- Quais as responsabilidades de emissão, análise e socialização das informações?
- Qual será a periodicidade de monitoramento das ações e das atividades previstas?

Nesta etapa deverá ser aperfeiçoada a "rede de operadores" do sistema de informações do acompanhamento para que os cronogramas de "alimentação" de dados, "processamento", emissão de resultados e análise ocorram em consonância com as atividades da Tecnologia da Informação.

3.7. Etapa VII – Consolidação do Planejamento Estratégico Participativo

Nesta etapa, concretizam-se os projetos estratégicos com seus respectivos cronogramas e acordos de responsabilidades. Aqui os esforços dos estudos e construções de alternativas permitirão que se consolide uma proposta de

aperfeiçoamento da gestão da universidade, o que requer uma rápida análise dos custos do Processo de Tomada de Decisão colegiado e alternativas de otimização da participação.

3.8. Etapa VIII – Finalização das Atividades

Nesta etapa será entregue um Relatório final consolidando todas as etapas de elaboração do PEP. Há a previsão de um evento final de encerramento com a participação de todos os grupos protagonistas que fizeram parte do processo de elaboração do PEP Unemat e o lançamento de um livro, com denominação a ser definida.

Cabe ressaltar que em todo o processo, devido a realidade multi-campi e a dimensão geográfica de atuação da Unemat, o desafio posto é o de articular a harmonização e o consenso das diferentes partes com a

totalidade e vice-versa.

Neste sentido, reiteramos a importância do comprometimento de toda comunidade acadêmica da Unemat para traçar os rumos desta importante instituição de forma responsável, comprometida, humana e sustentável.

Portanto, é chegado o momento em que somos convidados a (re)significar as verdades instituídas, aproximando as diversas lentes para enxergar o nosso interior, sem contudo prescindir do outro, reconhecendo ambos como partes que se integram e se complementam.

Referências

- BARBOSA, Valci Aparecida. Políticas de democratização da educação superior: análise do Programa de Integração e de Inclusão Étnico-racial da Unemat - PIIER/Unemat-2005/2 a 2011/1. 2013. 160 f. Dissertação (Mestrado em Educação)-Universidade do Estado de Mato Grosso-Unemat, Cáceres-MT.
- BAUER, Martin W & GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. 6ª. ed. Petrópolis, Ed. Vozes, 2007, 517p.
- BUARQUE, Cristovam. A Universidade numa encruzilhada. Brasília, UNESCO-MEC, 2003, 41p.
- FREIRE, Paulo. Criando métodos de pesquisa alternativa: aprendendo a fazê-la melhor através da ação. In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.). Pesquisa Participante. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1982, 212p.
- FRIEDRICH, Odilo Antonio. Comunicação rural: proposição crítica de uma nova proposição. 2ª. ed. Brasília: EMBRATER, 1988, 61p.
- GAJARDO, Marcela. A pesquisa participante na América Latina. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1986, 94 p.
- PINTO, Álvaro Vieira. Sete lições sobre educação de adultos. 7ª. ed. São Paulo: Ed. Cortez, 1991, 118p.
- LIMA, Elizeth Gonzaga dos Santos. Avaliação institucional: o uso dos resultados. Campinas: Editora RG, 2010. 223p.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. As formas do silêncio. 4ª. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997. 189p.
- SCHUTTER, Anton de. Investigación participativa: una opción metodológica para la educación de adultos. Pátzcuário, Michoacán, México, CREFAL. 1981, 375p.
- THIOLLENT. Michel. Metodologia de pesquisa-ação. 6ª. ed. São Paulo: Cortez, 1994. 108p.



UNEMAT
Universidade do Estado de Mato Grosso

MEC-FNDE

**Fundo Nacional de
Desenvolvimento da Educação**



Convênio FNDE-UNEMAT N^o. 771800/2012
Contrato UNEMAT – MULTI N^o. 154/2014

APÊNDICE IV

VÍDEO-DEPOIMENTO DA REITORA



0:03 / 8:05



Analytics Gerenciador de vídeos

Fala Ana Di Renzo PEP2015



Planejamento Estratégico

Configurações do canal

67 visualizações

MEC-FNDE

Fundo Nacional de

Desenvolvimento da Educação



Convênio FNDE-UNEMAT N.º 771800/2012

Contrato UNEMAT – MULTI N.º 154/2014

APÊNDICE V

NOTÍCIAS DO PORTAL/JORNAL UNEMAT COMUNICA

[- Voltar a página anterior](#)

PEP-UNEMAT

Unemat inicia discussões sobre elaboração do Planejamento Estratégico Participativo

16/04/2015 16:27:00
por Hemília Maia

Foto por: Moisés Bandeira



A Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat) iniciou as discussões sobre a elaboração do Planejamento Estratégico Participativo (PEP) da Instituição. Pensado para os próximos 10 anos, o PEP-Unemat será construído em conjunto com a comunidade acadêmica da Universidade. Esta semana foi escolhido o slogan do PEP: "Participar, planejar e concretizar". A partir do slogan, o Comitê de Coordenação, instituído pela Reitoria da Universidade, já evidencia a importância da participação de todos durante o processo de construção do PEP. De acordo com o cronograma, nas próximas semanas serão iniciadas as atividades de formação de multiplicadores e as demais ações que se estenderão até o final do ano, com a elaboração de um

planejamento com metas e ações que subsidiarão os rumos da Unemat para a próxima década.

As ações de trabalho do PEP-Unemat preveem três comissões: a de Coordenação, instituída pela Portaria 359/2015, presidida pelo pró-reitor de Planejamento e Tecnologia da Informação, Francisco Lledo dos Santos, composta por docentes e técnicos com experiência e estudos em planejamento, gestão e avaliação; a de auxílio à primeira, composta por 13 servidores, entre docentes e técnicos, que representam as pró-reitorias da Unemat e a Assessoria de Comunicação, instituída pela Portaria 660/2015; e o comitê que será criado a partir do Plano de Mobilização, com representantes dos campi da Unemat.

De acordo com a professora Elizeth Gonzaga dos Santos Lima, integrante da comissão de Coordenação, a Unemat concebe o planejamento como instrumento fundamental para as tomadas de decisão da Instituição. "Estão sendo iniciadas as discussões para a elaboração do planejamento que subsidiará as ações da gestão e de toda a comunidade acadêmica por um período de 10 anos. O pressuposto fundante desse planejamento é o fortalecimento da Unemat como uma universidade pública, democrática, que nasce do interior para o interior e com autonomia didático-pedagógica e financeira para construir suas ações de gestão, ensino, pesquisa e extensão. Nessa concepção de universidade, o PEP só pode ser elaborado de forma participativa contando com o compromisso e o empenho da comunidade acadêmica nas discussões, na busca de seu autoconhecimento e na construção de metas a curto, médio e longo prazo, a fim de potencializar a qualidade institucional", explica Elizeth.

O PEP será desenvolvido em sete etapas: Preparação e mobilização; Formação de multiplicadores; Análise diagnóstica; Construção das diretrizes; Construção das estratégias e ações; e Acompanhamento, monitoramento, avaliação, consolidação e retroalimentação. Elizeth Lima garante que estas etapas são interdependentes e que devem acontecer paralelamente. E o presidente do Comitê de Coordenação, Francisco Lledo, anunciou que na primeira etapa serão abertas discussões com a presença de palestrantes externos sobre a temática da universidade pública e seus desafios para fortalecer o embasamento da comunidade acadêmica durante todo o processo.



Visitas: 6810 | Impressões: 133



Tweeter



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143282 vezes

1

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso
107927 vezes

2

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104017 vezes

3

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103231 vezes

4

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67716 vezes

5

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colíder
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



PEP-UNEMAT

Os seminários regionais do Planejamento Estratégico Participativo iniciam em Nova Xavantina

25/06/2015 10:07:26
por Hemília Maia



Na próxima semana, durante os dias 29 e 30, no campus de Nova Xavantina, terá início o primeiro dos cinco seminários regionais para embasamento dentro do processo de elaboração do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso (PEP-Unemat). A primeira região compreende os campi de Nova Xavantina, Alto Araguaia e Luciara.

A palestra de abertura do I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat - 2015/2025 será ministrada pela professora Thereza Christina Mertens Veloso da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). A palestra que é aberta a toda comunidade acadêmica abordará o tema: "Contexto atual da Universidade Pública destacando o Estado de Mato Grosso".

Com a finalidade de traçar os rumos da Unemat para os próximos 10 anos as discussões da primeira etapa do PEP-Unemat serão abertas por palestrantes externos à Unemat sempre com a temática da universidade pública e seus desafios.

Programação em Nova Xavantina

29 de junho 2015	30 de junho de 2015
8h - Abertura	8h - Apresentação de técnicas para o diagnóstico e a análise para a construção da estratégia
9h - Palestra: Contexto atual da Universidade Pública destacando o Estado de Mato Grosso	9h - Dimensões e variáveis da Unemat
10h30 - Intervalo	9h30 - Intervalo
10h45 - Debate	19h - Unemat no ambiente externo
12 - Encerramento	11h - Debate
13h30 - Entrega de material aos servidores designados pelos campi	12h - Encerramento
14h - Apresentação dos dados gerais da Unemat pela Comissão de Coordenação do PEP-Unemat	14h - Oficina
15h - Exibição de dados demográficos da região em que os campi estão inseridos	15h - Exercício
15h30 - Intervalo	16h - Intervalo
16h - Discussão sobre os dados apresentados	16h30 - Definição dos representantes dos campi nas demais etapas do planejamento
18h - Encerramento	18h - Encerramento

Próximos seminários regionais

Sinop - 13 e 14/07 - Campi de Sinop, Nova Mutum e Juara

Alta Floresta - 06 e 07/07 - Campi de Alta Floresta e Colíder

Tangará da Serra - 09 e 10/07 - Campi de Tangará da Serra, Barra do Bugres e Diamantino

Cáceres - 04 e 05/08 - Campi de Cáceres, Sede Administrativa e Pontes e Lacerda

Mais notícias

03/02/2016
Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016
Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016
Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016
Cineclubes Zumbis exibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016
Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016
Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016
Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016
Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016
Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016
Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010
Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes

29/11/2004
Unemat publica edital de concurso
107927 vezes

01/03/2006
Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104017 vezes

31/10/2012
Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103232 vezes

14/12/2012
Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67716 vezes

Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

UNEMAT - Universidade do Estado de Mato Grosso

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



Copyright 2011 - Universidade do Estado de Mato Grosso
Av. Tancredo Neves, 1095 - Cavalhada II
78200-000 - Cáceres - Mato Grosso
PABX +55 (65) 3221-0000

PEP-UNEMAT

Seminário em Nova Xavantina inicia ciclo de seminários para construção do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat

Foto por: Gilberto Freitas Corrêa



MAIS FOTOS

VER O VÍDEO

O I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat - 2015/2025 realizado no campus de Nova Xavantina na segunda e terça-feira (29 e 30) iniciou o ciclo de cinco seminários regionais para embasamento do processo de elaboração do PEP-Unemat.

A palestra de abertura do evento na manhã do dia 29 contou com a adesão da comunidade acadêmica. Aproximadamente 150 pessoas dos segmentos docentes, técnicos e discentes assistiram a professora Thereza Christina Mertens Veloso da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) abordar o tema “Contexto atual da Universidade Pública destacando o Estado de Mato Grosso”.

Já os trabalhos desenvolvidos durante os dois dias de Seminário para a construção do PEP-Unemat foram realizados exclusivamente com os representantes dos campi de Alto Araguaia, Luciara e Nova Xavantina, que serão os multiplicadores locais.

A professora Elizeth Gonzaga Lima, do Comitê Gestor do PEP-Unemat, fez avaliações positivas do primeiro dos cinco seminários regionais. “A discussão do planejamento estratégico está sendo significativa para pensar coletivamente a função da Unemat no contexto da atualidade, projetando suas metas a curto, médio e longo prazo, levando em consideração a missão e os princípios que serão repensados pela comunidade acadêmica e que devem sustentar todas as ações de ensino, pesquisa, extensão e gestão da instituição para os próximos 10 anos”.

O I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat - 2015/2025 reuniu representantes dos três campi que envolvem o Polo de Nova Xavantina e representantes do Comitê Gestor do PEP-Unemat, entre eles: os professores Francisco Lledo dos Santos e Elizeth Gonzaga dos Santos Lima; a gestora governamental Gisele Fontes e a técnica Valci Aparecida Barbosa.

Próximos seminários regionais

Alta Floresta - 06 e 07/07 - Campi de Alta Floresta e Colíder

Tangará da Serra - 09 e 10/07 - Campi de Tangará da Serra, Barra do Bugres e Diamantino

Sinop - 13 e 14/07 - Campi de Sinop, Nova Mutum e Juara

Cáceres - 04 e 05/08 - Campi de Cáceres, Sede Administrativa e Pontes e Lacerda

Visitas: 4082 | Impressões: 103



Tweetar



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

- 03/02/2016 Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia
- 02/02/2016 Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso
- 30/01/2016 Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição
- 29/01/2016 Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin
- 28/01/2016 Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal
- 27/01/2016 Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal
- 27/01/2016 Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5
- 26/01/2016 Unemat adquire veículo aéreo não-piloto para projeto de pesquisa
- 26/01/2016 Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia
- 26/01/2016 Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

- 05/08/2010 Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta 143283 vezes **1**
- 29/11/2004 Unemat publica edital de concurso 107927 vezes **2**
- 01/03/2006 Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat 104017 vezes **3**
- 31/10/2012 Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos 103232 vezes **4**
- 14/12/2012 Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado 67716 vezes **5**

Sobre a UNEMAT

- Histórico
- Reitoria
- Estatuto
- Legislação
- Conselhos Superiores
- Identidade visual
- Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

- Alta Floresta
- Alto Araguaia
- Barra do Bugres
- Cáceres
- Colíder
- Diamantino
- Juara
- Luciara
- Nova Mutum
- Nova Xavantina
- Pontes e Lacerda
- Sinop
- Tangará da Serra

Sistemas

- Sistema Acadêmico
- Biblioteca
- Gestão de Pesquisa Online
- Consulta de Processos Online
- Inscrições para Eventos e Cursos
- Acompanhamento do Egresso
- Gestão Patrimonial
- Ambiente Virtual de Aprendizagem
- Atendimento SAGU/GNUTECA
- Gestão de viagens
- WebMail
- Licitação
- Protocolo

Multimídia

- Notícias
- Vídeos
- Rádio
- Galeria de Fotos
- Imprensa

Rede Social



[- Voltar a página anterior](#)

PEP-UNEMAT

Seminário em Alta Floresta dá continuidade ao ciclo de seminários para construção do PEP-Unemat (Atualizada)

07/07/2015 12:43:24
por Hemília Maia

Foto por: Alex Kane/Multiassessoria



[MAIS FOTOS](#)

[VER O VÍDEO](#)

O I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat - 2015/2025 que está sendo realizado no campus de Alta Floresta desde ontem (6) é o segundo do ciclo de cinco seminários regionais para embasamento do processo de elaboração do PEP-Unemat. O primeiro aconteceu em Nova Xavantina nos dias 29 e 30 de junho.

A professora Maria José de Jesus Alves Cordeiro da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS) ministrou a palestra de abertura do evento na manhã do dia 6 com a presença da comunidade acadêmica. Cerca de 100 pessoas dos segmentos docentes, técnicos e discentes do campus de Alta Floresta assistiram a apresentação sobre o tema "Contexto das Universidades Públicas destacando as Universidades Estaduais de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul".

O professor Francisco Lledo, do Comitê Gestor do PEP-Unemat, lembrou a importância da participação coletiva na construção do PEP. "O envolvimento da comunidade acadêmica com a elaboração do Planejamento é de suma importância para que tenhamos uma proposta construída coletivamente. Esta forma de elaboração faz com que todos sejam corresponsáveis em pensar e planejar as ações de ensino, pesquisa, extensão e gestão da Universidade para os próximos dez anos, bem como para sua concretização".

Os trabalhos desenvolvidos durante estes dois dias de Seminário para a elaboração do PEP-Unemat estão sendo realizados exclusivamente com os representantes dos campi de Alta Floresta e Colíder, que serão os multiplicadores locais. O I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat - 2015/2025 reuniu 22 representantes dos campi que envolvem o Polo de Alta Floresta e representantes do Comitê Gestor do PEP-Unemat, entre eles: os professores Francisco Lledo dos Santos e Rinalda Bezerra Carlos mais o gestor governamental Julio Cezar de Lara.

Próximos seminários regionais

Tangará da Serra - Em data a ser confirmada - Campi de Tangará da Serra, Barra do Bugres e Diamantino

Sinop - 13 e 14/07 - Campi de Sinop, Nova Mutum e Juara

Cáceres - 04 e 05/08 - Campi de Cáceres, Sede Administrativa e Pontes e Lacerda

Visitas: 3744 | Impressões: 105



Tweetar



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta

143283 vezes

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso

107927 vezes

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat

104017 vezes

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos

103232 vezes

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado

67716 vezes

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colíder
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



[← Voltar a página anterior](#)

PEP-UNEMAT

Seminário em Sinop é o terceiro do ciclo de seminários para construção do PEP-Unemat

14/07/2015 13:00:05
por Hemília Maia

Foto por: Beatriz Warmling



[MAIS FOTOS](#) [VER O VÍDEO](#)

O I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat - 2015/2025 que está sendo realizado no campus de Sinop desde ontem (13) é o terceiro do ciclo de cinco seminários regionais para embasamento do processo de elaboração do PEP-Unemat. O primeiro aconteceu em Nova Xavantina nos dias 29 e 30 de junho e o segundo em Alta Floresta nos dias 06 e 07 de junho.

De acordo com o professor Adil Antonio Alves de Oliveira, diretor Político-Pedagógico e Financeiro do campus de Sinop, sediar o I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo, no polo de Sinop, significa uma possibilidade e uma vontade de debater e refletir a realidade da Unemat. "Além de prospectar um desenvolvimento em 10 anos, que corresponda com nossas necessidades e anseios de uma Universidade que atenda o povo matogrossense", concluiu Adil Oliveira.

O professor da Universidade Federal de Goiás (UFG), João Ferreira de Oliveira, doutor em Educação, ministrou a palestra "Políticas Atuais para universidades públicas" na abertura do Seminário, ontem (13). A diretora Político-Pedagógica e Financeira do campus de Nova Mutum, professora Maria Eloisa Mignoni, salientou: "A palestra realizada pelo professor João Ferreira de Oliveira demonstrou que a Unemat está caminhando em sintonia com as discussões da Educação Superior do país".

Os trabalhos desenvolvidos durante estes dois dias para a elaboração do PEP-Unemat estão sendo realizados exclusivamente com os representantes selecionados nos campi de Sinop, Nova Mutum e Juara, como multiplicadores locais. "Nossas expectativas são que a partir deste primeiro seminário tenhamos condições de discutir na comunidade acadêmica, afim de que possamos planejar com mais assertividade as ações da Unemat para atuarmos em condições mais adequadas nos cenários sócio-político, econômico e cultural do estado e do país", comentou o diretor Político-Pedagógico e Financeiro do campus de Juara, professor Gildete Evangelista.

Próximos seminários regionais

Cáceres - 04 e 05/08 - Campi de Cáceres, Sede Administrativa e Pontes e Lacerda

Tangará da Serra - Em data a ser confirmada - Campi de Tangará da Serra, Barra do Bugres e Diamantino




 Visitas: 4067 | Impressões: 93





Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

- 03/02/2016**
Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia
- 02/02/2016**
Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso
- 30/01/2016**
Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição
- 29/01/2016**
Cineclubes Zumbis exibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin
- 28/01/2016**
Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal
- 27/01/2016**
Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal
- 27/01/2016**
Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5
- 26/01/2016**
Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa
- 26/01/2016**
Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia
- 26/01/2016**
Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

- 05/08/2010**
Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes
- 29/11/2004**
Unemat publica edital de concurso
107927 vezes
- 01/03/2006**
Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104017 vezes
- 31/10/2012**
Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103232 vezes
- 14/12/2012**
Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67716 vezes

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



[- Voltar a página anterior](#)

PEP-UNEMAT

Cáceres sedia I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat

03/08/2015 09:59:23
por Hemília Maia

Nos dias 04 e 05 de agosto, o campus de Cáceres, sedia o I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso (PEP-Unemat-2015/2025), no auditório Edival dos Reis. O professor da Universidade Federal de Goiás (UFG), Nelson Amaral, doutor em Educação, fará a palestra de abertura do Seminário com o tema "Prospecção e Tendências das Universidades Públicas".

As discussões da primeira etapa do PEP são iniciadas por palestrantes externos à Unemat sempre com a temática da universidade pública e seus desafios e abertas a comunidade acadêmica e ao público em geral. Pensado para os próximos 10 anos, o PEP-Unemat será construído em conjunto com a comunidade acadêmica da Universidade.

A Unemat vem realizando estes seminários nos cinco polos que englobam os 13 campi da Unemat mais a sede administrativa, que foram assim divididos, para a realização das ações do PEP-Unemat. Os eventos já aconteceram nos polos de Nova Xavantina, Alta Floresta e Sinop; Cáceres é o quarto polo a realizar o Seminário; e o último encontro acontecerá em Tangará da Serra nos dias 11 e 12 de agosto.

Compõe o polo de Cáceres o próprio campus, a sede administrativa da Unemat e o campus de Pontes e Lacerda. As palestras e ações que envolvem o I Seminário do PEP-Unemat-2015/2025, embasarão o processo de construção do PEP que traçará os rumos da Unemat para a próxima década.

Programação Polo Cáceres

04 de agosto 2015

08h Abertura

09h Palestra com Prof. Dr. Nelson Amaral - UFG - "Prospecção e Tendências das Universidades Públicas".

10h30 Intervalo

10h45 Debate

12h Encerramento

13h30 Entrega de material aos servidores designados pelos campi

14h Apresentação dos dados gerais da Unemat - Comissão de Coordenação do PEP

15h Exibição de dados demográficos da região em que o campus está inserido

15h30 Intervalo

16h Discussão sobre os dados apresentados

18h Encerramento

05 de agosto 2015

08h Apresentação de técnicas para o diagnóstico e a análise para a construção da estratégia

09h Dimensões e variáveis da Unemat

09h30 Intervalo

10h Unemat no ambiente externo

11h Debate

12h Encerramento

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclub Zumbis exibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes

1

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso
107927 vezes

2

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104017 vezes

3

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103232 vezes

4

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67716 vezes

5

14h Oficina

15h Exercício

16h Intervalo

16h30 Definição dos representantes dos campi nas demais etapas do planejamento

18h Encerramento

Visitas: 3370 |
Impressões: 66

Tweeter



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

UNEMAT - Universidade do Estado de Mato Grosso

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



Copyright 2011 - Universidade do Estado de Mato Grosso
Av. Tancredo Neves, 1095 - Cavalhada II
78200-000 - Cáceres - Mato Grosso
PABX +55 (65) 3221-0000

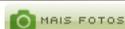
[- Voltar a página anterior](#)

METAS

Unemat discute planejamento para os próximos 10 anos

04/08/2015 17:04:50
por Lygia Lima

Foto por: Lygia Lima


A Universidade do Estado de Mato Grosso está realizando o Planejamento Estratégico Participativo (PEP) para os próximos 10 anos. Com a participação da comunidade acadêmica, a proposta é traçar metas que possam nortear as ações da Unemat a curto médio e longo prazo. As discussões nesse sentido estão sendo realizadas em diferentes polos, e nesta semana está acontecendo em Cáceres e envolve também o campus de Pontes e Lacerda.

O Seminário do Planejamento Estratégico Participativo no campus de Cáceres teve início na manhã desta terça-feira (04) e contou com a presença da reitora da Unemat, professora Ana Di Renzo, secretário Adjunto de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação (Seciteci), Elias Andrade, diretor Político-pedagógico e Financeiro do campus de Cáceres, Antônio Malheiros, pró-reitores de Planejamento de Tecnologia da Informação; Pesquisa e Pós-graduação; Extensão e Cultura e de Administração: Francisco Lledo, Rodrigo Zanin, Alexandre Porto e Valter Danzer respectivamente e ainda dos dirigentes sindicais da Associação de Docentes e Sindicato dos Servidores Técnico-administrativos da Unemat: Luiz Jorge da Silva e Luiz Wanderlei dos Santos, além da professora Elizeth Gonzaga dos Santos Lima que é membro do comitê de coordenação.

A reitora da Unemat destacou a importância da participação coletiva na construção da Universidade. “Temos que saber propor ações que vão se concretizar. Nós precisamos refinar e regravar o que chamamos de exercício da autonomia. Nosso esforço nos próximos quatro anos é ajustar nossas ações para fazer um trabalho profissional, e para isso precisamos de planejamento”, afirmou. Ana Di Renzo lembrou ainda que esse é um trabalho intenso para todos os que estão imbuídos de ouvir a comunidade acadêmica e se tornarem multiplicadores na construção desse planejamento estratégico. “Que tenhamos um produto final em que a comunidade acadêmica se enxergue nesse lugar”, desejou.

O pró-reitor de Planejamento de Tecnologia da Informação, Francisco Lledo, que está conduzindo o PEP refletiu que é fundamental realizar um planejamento possível de ser realizado, com base nos números e no orçamento da Universidade, para não gerar o sentimento de frustração. Já o diretor Político-pedagógico e Financeiro do campus de Cáceres, professor Antônio Malheiros, lembrou que esse é um trabalho de guerra em que a Educação é quem sai ganhando por meio da participação coletiva na construção de um planejamento.

O secretário adjunto de Ciência, Tecnologia e Inovação de Mato Grosso, Elias Andrade, parabenizou a Unemat pela iniciativa de construir não um planejamento de gestão, mas de Estado, com vista a garantir políticas públicas claras no que diz respeito a Ciência, Tecnologia e Inovação. Ele lembrou ainda a Unemat tem papel fundamental nas discussões estaduais graças ao seu quadro de profissionais altamente qualificados e ações e pesquisas que podem contribuir em diferentes áreas, daí a necessidade de construir um planejamento estratégico de médio e longo prazo.

A professora Elizeth explicou que a proposta da gestão é capacitar a comunidade acadêmica a entender e a conhecer a universidade a fim de propor as ações e o planejamento. “Temos que saber onde queremos ir, quem seremos a partir do que somos. Nesse processo estamos conhecendo quem somos e quem queremos ser”, afirmou.

Como metodologia de trabalho o PEP divide as ações de momentos distintos, como a realização de seminários em diferentes polos em que são propostas reflexões com a temática da universidade pública e seus desafios a fim de capacitar os multiplicadores. Ainda haverá outras etapas como a análise diagnóstica, construção de diretrizes e construção das estratégias, a partir do trabalho dos membros de trabalho de cada campus, a fim de estabelecer os mecanismos de controle, acompanhamento e a consolidação do Planejamento Estratégico Participativo.

No seminário que está sendo realizado em Cáceres, nesta terça e quarta-feira, o professor Nelson Amaral, da Universidade Federal de Goiás (UFG) e a professora Tereza Christina Aguiar Veloso, da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) falaram respectivamente sobre as temáticas: “Universidade Pública e seus desafios: o PNE (2014-2024)” e “Universidade Pública e seus desafios: o contexto de Mato Grosso”.

Os trabalhos do Seminário seguem no período da tarde desta terça-feira com a apresentação dos números e dados da Universidade. Na quarta-feira, serão formadas equipes de trabalho. A Unemat ainda vai realizar mais um seminário no polo de Tangará da Serra nos dias 11 e 12 de agosto. Toda a construção do Planejamento Estratégico Participativo tem o financiamento do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) e a Assessoria e Consultoria da Multi.

Mais notícias

- 03/02/2016**
Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia
- 02/02/2016**
Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso
- 30/01/2016**
Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição
- 29/01/2016**
Cineclub Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin
- 28/01/2016**
Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal
- 27/01/2016**
Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal
- 27/01/2016**
Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5
- 26/01/2016**
Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa
- 26/01/2016**
Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia
- 26/01/2016**
Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

- 05/08/2010**
Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes **1**
- 29/11/2004**
Unemat publica edital de concurso
107927 vezes **2**
- 01/03/2006**
Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104018 vezes **3**
- 31/10/2012**
Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103232 vezes **4**
- 14/12/2012**
Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67717 vezes **5**



Visitas: 3549 | Impressões: 110



Tweetar



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

**Sobre a UNEMAT**

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social

Copyright 2011 - Universidade do Estado de Mato Grosso
Av. Tancredo Neves, 1095 - Cavalhada II
78200-000 - Cáceres - Mato Grosso
PABX +55 (65) 3221-0000

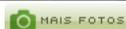
[- Voltar a página anterior](#)

PEP-UNEMAT

Planejamento Estratégico proposto pela Unemat é inovador

06/08/2015 12:48:38
por Hemília Maia

Foto por: Hemília Maia


Em 32 anos de carreira entre empresas privadas e a academia, o professor Evandro Luiz Lopes, um dos palestrantes do I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso - 2015/2025, em Cáceres, destacou ser a segunda vez que se depara com uma instituição a demandar um Planejamento Estratégico Participativo (PEP).

“É um desafio bastante grande porque a teoria apontada em livros e manuais só indica a realização de planejamentos estratégicos convencionais que partem da alta direção para a base. No caso do planejamento estratégico participativo a lógica é totalmente inversa, parte das bases” comentou o consultor Evandro Lopes que também é professor da

Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), pós-doutor em Marketing e doutor em Administração.

Evandro Lopes aprova a escolha da Unemat. “O modelo convencional é mais fácil. No planejamento estratégico participativo a discussão é ampla e o consenso mais difícil de ser atingido, porém o resultado final tende a ser muito melhor”.

O I Seminário PEP/Unemat foi realizado no polo Cáceres nos dias 4 e 5 de agosto, com os representantes dos campi de Cáceres e Pontes e Lacerda e da Sede Administrativa da Instituição.

O ciclo I Seminário do PEP-Unemat encerrará no polo Tangará da Serra (Tangará da Serra, Barra do Bugres e Diamantino) nos dias 10 e 11 de agosto. Os multiplicadores selecionados durante este ciclo darão continuidade às etapas do processo em seus respectivos campi.




 Visitas: 3629 | Impressões: 170

[Tweeter](#)


Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes

1

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso
107927 vezes

2

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104018 vezes

3

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103232 vezes

4

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67718 vezes

5

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



[- Voltar a página anterior](#)

PEP-UNEMAT

Seminários do primeiro ciclo para construção do PEP-Unemat terminam em Tangará da Serra

11/08/2015 11:55:20
por Hemília Maia



[MAIS FOTOS](#)

[VER O VÍDEO](#)

Nesta terça-feira (11), encerra no polo de Tangará da Serra, o ciclo do I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat - 2015/2025 que foi realizado, desde o mês de junho nos campi polo Nova Xavantina, Alta Floresta, Sinop e Cáceres. O quinto e último polo o de Tangará da Serra inclui os campi de Barra do Bugres e Diamantino. Os multiplicadores selecionados durante este ciclo, representantes de todos os campi e da sede administrativa, darão continuidade às etapas do processo em seus respectivos campi.

O vice-reitor da Unemat, professor Ariel Lopes, que esteve presente ontem durante o Seminário em Tangará da Serra citou que é notável, em todos os campi, a discussão propositiva em prol da Universidade. "A gestão acredita muito na construção desse Planejamento Estratégico Participativo. A primeira etapa já foi vencida e a colaboração de cada um tem sido fundamental nesse processo", pontuou Ariel Lopes.

Nessa tarde os últimos representantes, agora do polo de Tangará da Serra, serão definidos para atuarem como multiplicadores na próxima etapa do PEP-Unemat.




 Visitas: 3613 | Impressões: 185



Tweetar



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-pilotado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes

1

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso
107927 vezes

2

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104018 vezes

3

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103232 vezes

4

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67718 vezes

5

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



[- Voltar a página anterior](#)

PEP/UNEMAT

Subsite é implantado como facilitador do Planejamento Estratégico Participativo

01/09/2015 11:51:43
por Hemília Maia



O Comitê de Coordenação do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso (PEP/Unemat) disponibiliza [subsite](#) criado exclusivamente para o PEP como facilitador das ações que envolvem todo o planejamento, no portal da Instituição. A terceira fase do Planejamento Estratégico Participativo inicia suas atividades com a nova ferramenta que fornece os conteúdos discutidos nos seminários regionais realizados; além de fotos; slides; planos; projetos; portarias; planilhas; e o Sistema de Informações Gerenciais (SIG) que darão suporte a todo o PEP.

Nessa fase as equipes técnicas de trabalho convocarão toda a comunidade acadêmica para participação das discussões que definirão ou revisarão os Princípios Essenciais da Unemat. E ainda na terceira fase haverá a coleta de dados internos e externos pelas equipes técnicas de trabalhos.

Todos os cursos, faculdades, diretorias, supervisões e demais unidades estarão mobilizados para as discussões sobre planejamento e terão até o dia 11 de setembro para inserir os dados discutidos referentes ao ambiente externo. A inserção dos dados do ambiente interno no sistema está agendada para o dia 25 de setembro.

Quanto as discussões cada campus terá liberdade de realizar suas reuniões da forma mais adequada a própria realidade. De acordo com o gestor Julio Cezar de Lara, membro do Comitê de Coordenação "As equipes poderão optar por reuniões com toda a comunidade acadêmica do campus, em um único momento, ou por realizar reuniões segmentadas por faculdade, curso ou até mesmo por unidade administrativa".

No mês de outubro começa um novo ciclo de seminários com a participação de todos os membros das equipes técnicas de trabalho com o objetivo de discutir e consolidar os dados e informações repassadas pelos campi.

Acesse o subsite PEP/Unemat através do endereço eletrônico: <http://pep.unemat.br>




 Visitas: 3495 | Impressões: 91



Tweetar



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta

143283 vezes

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso

107927 vezes

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat

104018 vezes

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos

103232 vezes

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado

67718 vezes

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



[- Voltar a página anterior](#)

PLANEJAMENTO

Unemat discute os rumos da universidade para os próximos 10 anos

15/09/2015 12:48:33
por Lygia Lima

Foto por: Moisés Bandeira



[MAIS FOTOS](#)

[VER O VÍDEO](#)

A Universidade do Estado de Mato Grosso está realizando em todos os campi da Instituição e Reitoria reuniões de planejamento para os próximos 10 anos. A ação faz parte das atividades do Planejamento Estratégico Participativo (PEP) que está em andamento.

Durante esse mês de setembro, os campi estão reunindo os diferentes segmentos da comunidade acadêmica para rediscutir e pensar a missão, a visão, os princípios e valores da universidade. A comunidade acadêmica também está refletindo sobre suas potencialidades e fragilidades a fim de definir que rumos serão adotados a partir de metas de curto, médio e longo prazo.

Os primeiros encontros aconteceram a partir do dia 10 de setembro e as rodadas de planejamento seguem até o dia 25 deste mês. Após essas análises, o Comitê de Coordenação do Planejamento Estratégico da Unemat juntamente com as equipes técnicas de cada unidade administrativa da Instituição, apoiados pela Consultoria contratada vão se reunir, em outubro, para consolidar as informações e definir os objetivos, metas e ações que serão adotadas.

Em cada campus e unidade administrativa está sendo adotada uma metodologia de trabalho que inclui exposição, palestras, debates com a participação dos membros da academia. A intenção é que cada equipe técnica de trabalho tenha autonomia de coordenar as atividades de forma a garantir a participação efetiva.



Visitas: 3710 |
Impressões: 139



Tweetar



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes

1

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso
107927 vezes

2

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104018 vezes

3

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103232 vezes

4

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67718 vezes

5

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



[- Voltar a página anterior](#)

PEP

Unemat promove 2º Seminário do Planejamento Estratégico Participativo

09/11/2015 15:55:14
por Nataniel Zanferrari



A Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat) realiza amanhã (10) e quarta-feira (11) a 2ª edição do Seminário de Formação de Multiplicadores do Planejamento Estratégico Participativo (PEP) da Unemat 2015/2025.

O evento tem como objetivo apresentar e consolidar os dados institucionais organizados pelas equipes técnicas dos 13 *campi* e da Sede Administrativa quanto à identidade e aos propósitos da Universidade a curto, médio e longo prazo. Durante esta edição será realizada a validação dos dados e informações da Unemat que se referem à missão, à visão, aos

valores, aos princípios e às análises do ambiente interno e externo, a partir das discussões desencadeadas por toda a comunidade acadêmica após o a 1ª edição do Seminário, realizado nos polos de Alta Floresta, Cáceres, Nova Xavantina, Tangará da Serra e Sinop.

O Seminário será realizado no Hotel Mato Grosso Palace, em Cuiabá, e tem como público-alvo as equipes técnicas do PEP, os diretores político-pedagógico e financeiro e diretores administrativos de cada campus, além da gestão central da Unemat (reitoria e pró-reitorias).

O Comitê Gestor do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat esclarece que resultados a serem apresentados neste 2º Seminário possibilitam vivenciar os princípios da participação e da democracia propostos pelo PEP, à medida que cada equipe técnica representa as diversas vozes que constituem e integram a Unemat, legitimam as ações de gestão, ensino, pesquisa e extensão, e asseguram a autonomia institucional, aspecto que identifica a universidade pública como promotora do conhecimento como um bem social.

Para maiores informações, basta acessar o site do Planejamento Estratégico Participativo.



Visitas: 5009 |
Impressões: 83



Tweeter



Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes

1

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso
107927 vezes

2

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104018 vezes

3

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103234 vezes

4

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67718 vezes

5

Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



[- Voltar a página anterior](#)

PEP

Unemat conclui atividades do 2º Seminário do Planejamento Estratégico Participativo

11/11/2015 17:58:29
por Nataniel Zanferrari

Foto por: Nataniel Zanferrari



Entre as atividades do Seminário do PEP, houve uma oficina de construção de objetivos estratégicos

 MAIS FOTOS

 VER O VÍDEO

Chegaram ao fim as atividades da 2ª edição do Seminário de Formação de Multiplicadores do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso 2015-2025 (PEP-Unemat). O Seminário teve início na manhã de ontem (10), no Mato Grosso Palace Hotel, em Cuiabá, e terminou na tarde de hoje (11).

Realizado pela Unemat em parceria com o Fundo Nacional do Desenvolvimento da Educação (FNDE) e pela Multi Assessoria, o evento tem como objetivo apresentar e consolidar os dados institucionais organizados pelas equipes técnicas dos 13 campi e da Sede Administrativa quanto à identidade e aos propósitos da Universidade a curto, médio e longo prazo. Durante esta edição será realizada a validação dos dados e informações da Unemat que se referem à missão, à visão, aos valores, aos princípios e às análises do ambiente interno e externo, a partir das discussões desencadeadas por toda a comunidade acadêmica após o a 1ª edição do

Seminário, realizado nos polos de Alta Floresta, Cáceres, Nova Xavantina, Tangará da Serra e Sinop.

Participaram do Seminário a reitora Ana Maria di Renzo; os pró-reitores de Ensino de Graduação, Vera Lúcia da Rocha Maquêa; de Pesquisa e Pós-Graduação, Rodrigo Bruno Zanin; de Extensão e Cultura, Alexandre Gonçalves Porto; de Administração, Valter Gustavo Danzer; de Gestão Financeira, Ezequiel Nunes Fonseca; e de Planejamento e Desenvolvimento Institucional, Francisco Lledo dos Santos, que também é coordenador do Comitê de Gestão do PEP. Além deles, também participam do evento o presidente do Sindicato dos Técnicos da Educação Superior da Universidade do Estado de Mato Grosso (Sintemat), Luiz Wanderlei dos Santos, e o técnico Guilherme Vargas, representando o Conselho Curador (Concur) da Unemat. O evento também conta com a participação dos diretores político-pedagógicos e financeiros, diretores administrativos e equipes técnicas dos campi de Alto Araguaia, Alta Floresta, Barra do Bugres, Cáceres, Colíder, Diamantino, Luciara, Juara, Nova Mutum, Nova Xavantina, Pontes e Lacerda, Sinop e Tangará da Serra e da Sede Administrativa.

O segundo dia do Seminário teve início com a discussão e validação em plenária sobre as dimensões de ambiente externo da Instituição, dando sequência à discussão iniciada ontem. As discussões sobre o ambiente externo foram divididas em oito temas: tecnologia, meio ambiente, forças competitivas, governo e política, cultura, economia, estrutura demográfica e estrutura social.

Também foi discutido o orçamento da Instituição, onde foram expostos dados e retiradas as dúvidas dos participantes, baseadas nas projeções até 2018. Os dados serão disponibilizados no site do PEP no decorrer desta semana.

Na parte da tarde, os participantes também foram instruídos sobre o Sistema de Informações Gerenciais (SIG) da Unemat, um concentrador de informações obtido do ambiente institucional e transformado em informações consistentes e atualizadas com o objetivo de retirar conhecimento relevante aplicável que trará resultados tanto a curto quanto a médio e longo prazo, amparando os tomadores de decisão e oportunizando a transparência da administração pública da Universidade junto à sociedade.

O professor Otávio Freire, da Multi Consultoria, apresentou a priorização e metodologia de construção dos objetivos, além do Sistema Dialógico de Identificação das Relações (Sidir) da Unemat. Na sequência, professor Otávio ministrou uma oficina de construção de objetivos estratégicos.

Os resultados apresentados nesta edição do Seminário possibilitam vivenciar os princípios da participação e da democracia propostos pelo PEP, à medida que cada equipe técnica representa as diversas vozes que constituem e integram a Unemat, legitimam as ações de gestão, ensino, pesquisa e extensão e asseguram a autonomia institucional, aspecto que identifica a universidade pública como produtora do conhecimento como um bem social.



Visitas: 5189 | Impressões: 78



Tweetar



Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta

143283 vezes

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso

107927 vezes

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat

104018 vezes

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos

103234 vezes

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado

67718 vezes

Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio

Rede Social

[- Voltar a página anterior](#)

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARTICIPATIVO

III Seminário do PEP/Unemat acontecerá nos dias 8 e 9

02/12/2015 10:34:10
por Hemília Maia



Nos dias 8 e 9 de dezembro será realizado, em Cuiabá, o III Seminário de Elaboração do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso (PEP/Unemat-2015/2025). O foco do III Seminário é a consolidação dos objetivos estratégicos para os próximos dez anos, emergentes das discussões realizadas em cada campus e sede administrativa.

Durante estes dois dias serão analisados, consolidados e validados os objetivos estratégicos da Unemat de curto, médio e longo prazo, referentes às dimensões que compõem o ambiente interno da Unemat: técnicos administrativos; docentes; discentes; infraestrutura; orçamento e finanças; gestão; ensino/currículo; inovação e tecnologia; e fornecer subsídios para elaboração do Plano de Ação para implementação das estratégias a serem desenvolvidas entre 2015 e 2025.

As sete etapas do (PEP/Unemat-2015/2025) compreendem o período preparatório, a formação de multiplicadores, a análise diagnóstica, a construção das diretrizes, a construção da estratégia, a construção dos meios de acompanhamento, a consolidação e finalização da consultoria do PEP.

“Os resultados a serem apresentados neste III Seminário nos possibilitam vivenciar os princípios da participação e da democracia propostos pelo PEP, à medida em que cada equipe técnica representa as diversas vozes que constituem e integram a Unemat, legitimam as ações de gestão, ensino, pesquisa e extensão e asseguram a autonomia institucional, aspecto que identifica a universidade pública como promotora do conhecimento como um bem social”, explica Rinalda Bezerra Carlos, membro do Conselho Gestor.

Programação III Seminário de Elaboração do PEP/Unemat

08 de dezembro 2015

7h30 às 8h Credenciamento

8h Cerimônia de Abertura

8h30 às 9h30 Apresentação da Metodologia de trabalho do evento

9h30 Sorteio das dimensões internas a ser analisada pelos grupos

9h45 Intervalo

10h às 12h30 Reunião dos grupos para análise dos objetivos agrupados por dimensão interna

12h30 às 14h Almoço

14h às 16h30 Validação das dimensões internas

16h30 às 16h45 Intervalo

16h45 às 20h Continuidade da validação das dimensões internas

09 de dezembro 2015

8h às 10h Continuidade da validação das dimensões internas

10h às 10h15 Intervalo

10h15 às 12h Finalização da validação das dimensões internas

12h às 13h30 Almoço

13h30 às 14h Apresentação da proposta de elaboração do documento final

14h às 17h Encaminhamentos de continuidade do PEP; Elaboração do Plano de Ação (oficina); Informações lançamento do PEP-fevereiro de 2016 (Documento final)

17h Encerramento

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclub Zumbis exibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta

143283 vezes

1

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso

107927 vezes

2

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat

104018 vezes

3

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos

103234 vezes

4

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado

67719 vezes

5



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada



Sobre a UNEMAT

- Histórico
- Reitoria
- Estatuto
- Legislação
- Conselhos Superiores
- Identidade visual
- Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

- Alta Floresta
- Alto Araguaia
- Barra do Bugres
- Cáceres
- Colider
- Diamantino
- Juara
- Luciara
- Nova Mutum
- Nova Xavantina
- Pontes e Lacerda
- Sinop
- Tangará da Serra

Sistemas

- Sistema Acadêmico
- Biblioteca
- Gestão de Pesquisa Online
- Consulta de Processos Online
- Inscrições para Eventos e Cursos
- Acompanhamento do Egresso
- Gestão Patrimonial
- Ambiente Virtual de Aprendizagem
- Atendimento SAGU/GNUTECA
- Gestão de viagens
- WebMail
- Licitação
- Protocolo

Multimídia

- Notícias
- Videos
- Rádio
- Galeria de Fotos
- Imprensa

Rede Social



Copyright 2011 - Universidade do Estado de Mato Grosso
Av. Tancredo Neves, 1095 - Cavalhada II
78200-000 - Cáceres - Mato Grosso
PABX +55 (65) 3221-0000

[- Voltar a página anterior](#)

PEP/UNEMAT

III Seminário de Formação de Multiplicadores PEP/Unemat está sendo realizado em Cuiabá

 08/12/2015 11:36:54
 por Hemília Maia

Foto por: Deivid Fontes



Começou esta manhã (8) o III Seminário de Formação de Multiplicadores do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso (PEP/Unemat). O evento que é a quinta etapa da estratégia do PEP/Unemat acontece em Cuiabá com a presença de representantes de todos os campi e da sede administrativa da Instituição. A proposta para este encontro é a construção e a validação dos objetivos estratégicos da Universidade.

Durante a cerimônia de abertura compuseram a mesa a reitora, Ana Di Renzo; o vice-reitor, Ariel Lopes e todos os pró-reitores da Unemat e o secretário adjunto de Gestão da Secretaria de Estado de Ciência e Tecnologia (Secitec), Elias Alves de Andrade, que vem participando dos encontros do PEP.

O coordenador do comitê do PEP e pró-reitor de Planejamento e Tecnologia da Informação (PRPTI) da Unemat, Francisco Lledo, deu as boas vindas ao grupo de trabalho falou da importância de conhecer, revisar e reescrever os pilares da Instituição assim como reaproximar uma instituição multicampi através destes encontros. A reitora, Ana Di Renzo lembrou que no encontro desta terça e quarta-feira a amostra da comunidade acadêmica que discute o PEP/Unemat representa cerca de 25 mil pessoas em dois dias de trabalhos intensos.

“Não é fácil construir uma ferramenta coletivamente, dá muito trabalho, mas por outro lado legítima”, completou o secretário adjunto. Em sua fala, Elias Alves de Andrade, registrou que a reitora da Unemat tomou posse como membro do Conselho Estadual de Ciência e Tecnologia há quatro dias e que o professor Dionei Silva, ex-reitor da Unemat, tem colaborado substancialmente na construção da Agenda Estratégica de Ciência, Tecnologia e Inovação. “Cada um em seu segmento, Secitec e Unemat, estão trabalhando em conjunto na consolidação de estratégias que são um projeto de Estado”, citou Elias Andrade.

Ana Di Renzo aproveitou a cerimônia para parabenizar os diretores Políticos-pedagógicos e Financeiros: Luiz Fernando Caldeira Ribeiro e Eurico Lucas de Souza Neto e os diretores de Unidade Regionalizada Administrativa: Cristiano Bensone; Ranher Rodrigues Esmério; Reinaldo Norberto da Silva; Mérick Rocha Silva; Manoel Wespthalen Vescia; Jorge Silveira e Diego Brandão, recentemente eleitos. A nova equipe que toma posse em 2016 participou da reunião para avaliação das atividades no exercício de 2015 e ações para 2016 das atividades de gestão, realizada ontem (7) com os atuais gestores.




 Visitas: 9597 | Impressões: 100


 Tweetar
 

Mais notícias

- 03/02/2016**
 Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia
- 02/02/2016**
 Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso
- 30/01/2016**
 Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição
- 29/01/2016**
 Cineclub Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin
- 28/01/2016**
 Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal
- 27/01/2016**
 Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal
- 27/01/2016**
 Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5
- 26/01/2016**
 Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa
- 26/01/2016**
 Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia
- 26/01/2016**
 Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

- 05/08/2010**
 Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
 143283 vezes **1**
- 29/11/2004**
 Unemat publica edital de concurso
 107927 vezes **2**
- 01/03/2006**
 Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
 104018 vezes **3**
- 31/10/2012**
 Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
 103234 vezes **4**
- 14/12/2012**
 Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
 67719 vezes **5**

Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Sobre a UNEMAT

Histórico
 Reitoria
 Estatuto
 Legislação
 Conselhos Superiores
 Identidade visual
 Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
 Alto Araguaia
 Barra do Bugres
 Cáceres
 Colider
 Diamantino
 Juara
 Luciara
 Nova Mutum
 Nova Xavantina
 Pontes e Lacerda
 Sinop
 Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
 Biblioteca
 Gestão de Pesquisa Online
 Consulta de Processos Online
 Inscrições para Eventos e Cursos
 Acompanhamento do Egresso
 Gestão Patrimonial
 Ambiente Virtual de Aprendizagem
 Atendimento SAGU/GNUTECA
 Gestão de viagens
 WebMail
 Licitação
 Protocolo

Multimídia

Notícias
 Vídeos
 Rádio
 Galeria de Fotos
 Imprensa

Rede Social





Copyright 2011 - Universidade do Estado de Mato Grosso
Av. Tancredo Neves, 1095 - Cavahada II
78200-000 - Cáceres - Mato Grosso
PABX +55 (65) 3221-0000

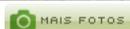
[- Voltar a página anterior](#)

PEP/UNEMAT

Os pilares da Unemat, já validados, foram apresentados no III Seminário

08/12/2015 21:15:40
por Hemília Maia

Foto por: Deivid Fontes


Os pilares da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat) foram discutidos e validados no processo de elaboração do Planejamento Estratégico Participativo (PEP) que vem sendo realizado desde fevereiro de 2015. Esses pilares do PEP/Unemat 2015-2025 foram apresentados no III Seminário de Formação de Multiplicadores que começou nesta terça-feira (8).

Os pilares essenciais: Visão, Missão, Valores e Princípios norteiam as ações da Instituição. De acordo com o professor da Universidade de São Paulo, Otávio Freire, doutor em Comunicação e consultor do PEP/Unemat, os fundamentos para o desenvolvimento dos pilares seguiram metodologias que garantiu a participação da comunidade acadêmica.

Otávio Freire ressalta, ainda, que “O desenvolvimento de um trabalho de planejamento estratégico participativo envolvendo o contingente de docentes, técnicos e demais representantes da comunidade da Unemat é extremamente corajoso, pois, apesar de garantir representatividade, é bastante ousado e inovador em termos de tamanho, amplitude e profundidade de seu impacto. Não é comum envolver tantas pessoas em um processo tão complexo como este. Nesse sentido, a Unemat está de parabéns”.

Ao final do III Seminário de Formação de Multiplicadores os objetivos estratégicos estarão definidos e validados e sustentarão a elaboração dos planos de ação da Instituição e de cada campus e suas unidades. De acordo com a professora Elizeth Gonzaga dos Santos Lima, integrante do Comitê Gestor do PEP/Unemat, “a elaboração dos planos de ação será realizada em todos os campi envolvendo a comunidade acadêmica.

Unemat

Visão: Ser uma instituição multicampi de excelência em ensino, pesquisa, extensão e gestão com reconhecimento nacional e internacional, contribuindo para o desenvolvimento e disseminação do conhecimento.

Missão: Oferecer educação superior pública de excelência, promovendo a produção do conhecimento por meio do ensino, da pesquisa e da extensão de maneira democrática e plural, contribuindo com a formação de profissionais competentes, éticos e comprometidos com a sustentabilidade e com a consolidação de uma sociedade mais humana e democrática.

Valores: Comprometimento; Democracia; Sustentabilidade; Responsabilidade Social; Humanismo; Qualidade; Pluralidade.

Princípios: Autonomia didático-pedagógica, científica, administrativa, financeira, orçamentária e política; Equidade e igualdade; Descentralização; Democracia; Indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; Laicidade; Multidimensionalidade do conhecimento; Pluralidade de ideias e conceitos; Respeito; Ética; Valorização humana e profissional; Sustentabilidade; Gestão participativa.



Visitas: 10770 | Impressões: 64



Tweeter



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes

1

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso
107927 vezes

2

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104018 vezes

3

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103234 vezes

4

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67719 vezes

5

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

WebMail
Licitação
Protocolo



Copyright 2011 - Universidade do Estado de Mato Grosso
Av. Tancredo Neves, 1095 - Cavahada II
78200-000 - Cáceres - Mato Grosso
PABX +55 (65) 3221-0000

[- Voltar a página anterior](#)

PEP/UNEMAT

Ações de análise e validação dos Objetivos Estratégicos continuam nesta quarta-feira

09/12/2015 10:17:59
por Hemília Maia

Foto por: Deivid Fontes



Os representantes dos campi e da sede administrativa da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat) que participam, desde ontem (8), do III Seminário de Formação de Multiplicadores do Planejamento Estratégico Participativo (PEP) continuam a análise e validação das dimensões dos Objetivos Estratégicos a curto, médio e longo prazo para uma década de gestão na Unemat (2015-2025).

Divididos em oito grupos, os representantes analisam nesta quarta-feira (9), as dimensões Ensino-Curriculo; Gestão; Docente; e Infraestrutura que são validadas por todos. As dimensões: Discente; Inovação Tecnológica; Orçamento e Finanças; e Técnico Administrativo já foram analisadas e validadas durante os trabalhos do primeiro dia.

Os grupos compostos pelos representantes dos campi e da sede administrativa foram divididos pelo mesmo número de dimensões e cada grupo recebeu a dimensão de análise por meio de sorteio. O término do evento é previsto para as 17 horas desta quarta-feira.




 Visitas: 10781 | Impressões: 106


Tweeter



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

Mais notícias

03/02/2016

Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia

02/02/2016

Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso

30/01/2016

Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição

29/01/2016

Cineclube Zumbis exibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin

28/01/2016

Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal

27/01/2016

Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal

27/01/2016

Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5

26/01/2016

Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa

26/01/2016

Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia

26/01/2016

Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

05/08/2010

Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes

1

29/11/2004

Unemat publica edital de concurso
107927 vezes

2

01/03/2006

Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104018 vezes

3

31/10/2012

Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103235 vezes

4

14/12/2012

Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67719 vezes

5

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social





Copyright 2011 - Universidade do Estado de Mato Grosso
Av. Tancredo Neves, 1095 - Cavahada II
78200-000 - Cáceres - Mato Grosso
PABX +55 (65) 3221-0000



Copyright 2011 - Universidade do Estado de Mato Grosso
Av. Tancredo Neves, 1095 - Cavahada II
78200-000 - Cáceres - Mato Grosso
PABX +55 (65) 3221-0000

GESTÃO

Reitora avalia 2015 e fala de perspectivas

23/12/2015 11:09:21
por Assessoria Unemat

Foto por: Moisés Bandeira - Assessoria Unemat



2015 foi um ano de muitas incertezas e inseguranças para todos os brasileiros quando consideramos os acontecimentos internacionais, nacionais e estaduais. Conduzir a gestão universitária neste contexto se constituiu num grande desafio. Apesar de tudo isto, a reitora da Unemat, professora Ana Di Renzo, avalia a performance do primeiro ano de gestão como positivo, mesmo com as condições socioeconômicas e políticas instaladas.

Nesse sentido, a reitora destaca ações que corroboraram para este pensamento, como por exemplo, a realização de todas as sessões dos conselhos superiores: 03 (três) sessões ordinárias Conselho Universitário (Consuni); 03 (três) do Conselho de Ensino Pesquisa e Extensão (Conepe) e 01 (uma) sessão extraordinária e 03 (três) do Conselho Curador (Concur), Assim, afirma Ana Di Renzo: “sentimo-nos responsáveis e cumpridores dos espaços de democracia interna que legitimam as tomadas de decisões. Ações que vamos dar continuidade no ano de 2016”.

Além disso, ela destaca alguns aspectos que tocam ações de reorganização de atos e procedimentos internos. Para isso, foram criadas várias comissões de trabalho, sejam elas constituídas nas sessões dos conselhos ou por ações da reitoria e das pró-reitorias. Entre as comissões criadas estão: comissão para regulamentação do regime do trabalho docente; comissão para remoção temporária; comissão de estudo sobre cursos com baixa procura; comissão para Regimento do III Congresso Universitário; comissão de estudo sobre o Campus de Alto Araguaia, etc.

Neste ano realizou-se também o V Encontro de Gestores da graduação, I Encontro do GT-Pós, Encontro de formação para Diretores Políticos, Pedagógicos e Financeiros, Diretores Administrativos e Supervisores de RH de todas as Unidades Regionalizadas, bem como a realização da VI Jornada Científica. “Essas ações já produziram efeitos no cumprimento dos prazos internos, ainda que tenhamos um longo caminho a percorrer nesse sentido. Esse foi o primeiro passo dado com vistas a iniciar o primeiro semestre letivo com professores substitutos e interinos devidamente contratados. Ação que ainda temos muito a aprimorar”, afirma a professora Ana Di Renzo.

Outra ação que merece destaque, segundo a reitora, é o trabalho desenvolvido no sentido de resolução de problemas tanto com a Finep (Financiadora de Estudos e Projetos) quanto com a Fapemat (Fundação de Amparo a Pesquisa de Mato Grosso) a fim de atacar as necessidades de infraestrutura da Universidade.

“Desde o dia 07 de janeiro, na primeira reunião com o Governador Pedro Taques, já tratamos dos contingenciamentos sofridos pela IES, valores que chegam a 50 milhões, reconhecido pelo próprio governador”, afirma Ana Di Renzo. Nesse sentido, a reitoria em parceria com os 13 (treze) diretores de Campus, entregou ao governador no mês de abril, um documento assinado pelos diretores de campus e reitoria, elencando as primeiras 10 prioridades em caráter de urgência, com as quais o governador se comprometeu em viabilizar durante sua gestão. Entre as prioridades elencadas estão salas de aula, bibliotecas, acervo bibliográfico, auditórios, laboratórios, áreas experimentais, redes tecnológicas, internet, etc.

A Reitoria da Unemat também realizou também gestão na presidência da Finep para viabilizar 06 (seis) obras, das quais 04 (quatro) delas estão finalizando ajustes para serem licitadas já no mês de janeiro de 2016. Em relação a Fapemat a ação buscou resgatar 02(dois) centros de pesquisa que já foram licitados. “Também providenciamos a licitação do bloco de laboratórios do campus de Cáceres, já em construção, além de outras ações como a finalização da reforma elétrica do campus de Sinop e de Colíder. “Apesar das incertezas no ano de 2015, ações importantes foram desencadeadas”, disse.

Assim, o planejamento torna-se a bússola que deve nortear todas as ações. Razão pela qual a reitoria desencadeou a realização do Planejamento Estratégico Participativo (PEP) que estabeleceu desde a visão, missão, valores, princípios e objetivos estratégicos de curto, médio e longo prazo, para os próximos 10 anos. Processo que está na fase de construção do plano de ação para cada objetivo. Uma ação que envolveu representação de todos os campus. “Nós temos que saber que Unemat nós visualizamos para definirmos nossos alvos, e isso deve ser feito com a participação de toda a comunidade acadêmica”, explica a reitora.

Vale destacar ainda a reorganização da Faespe (Fundação de Apoio ao Ensino Superior Público). “Nesse sentido, foram recompostos seus conselhos, elaborado seu regimento para que possamos dar transparência as suas ações. Um processo que requer ainda mais dedicação, mas já conseguimos realizar, neste ano, um edital de apoio à realização de eventos. Ações semelhantes a essas queremos dar continuidade nos próximos anos, de forma a resgatar a credibilidade da instituição que tem papel importante na relação com a Universidade”, afirma.

Nessa direção, queremos fazer uma gestão de muito diálogo, transparente e participativa. Temos muito trabalho para os próximos anos, mas certamente teremos uma Universidade mais célere e mais pragmática. “Temos muita responsabilidade no exercício desta função, uma vez que é o maior patrimônio dos mato-grossenses e dos brasileiros que por aqui passam. Agradecemos a todos os segmentos pela colaboração e pelo trabalho prestado a nossa querida Unemat, seja ele de que natureza for. Desejamos a todos um Feliz Natal e um Feliz Ano Novo, com muita sinergia e muito entusiasmo, sentimento que nos alimentam para dar continuidade às ações que desejamos realizar no próximo ano. Muito Obrigado a todos!!!!”.

Profa. Ana Di Renzo

Mais notícias

- 03/02/2016**
Acadêmicos da Unemat recebem treinamento do Ministério de Minas e Energia
- 02/02/2016**
Parceria entre Unemat e UFG pesquisa espécies de bambu de Mato Grosso
- 30/01/2016**
Unemat chora a morte do professor Maldonado, o primeiro reitor da Instituição
- 29/01/2016**
Cineclube Zumbis exhibe 'Luzes da Cidade', clássico de Charlie Chaplin
- 28/01/2016**
Projeto de pesquisa sobre erosões se encerra com seminário em Reserva do Cabaçal
- 27/01/2016**
Está aberta solicitação aos recursos da Chamada Universal
- 27/01/2016**
Inscrições para cursos de teatro e coral vão até dia 5
- 26/01/2016**
Unemat adquire veículo aéreo não-tripulado para projeto de pesquisa
- 26/01/2016**
Professor da Unemat apresentará trabalho em Conferência na Grécia
- 26/01/2016**
Unemat tem mudanças na esfera administrativa

Mais lidas

- 05/08/2010**
Resultado do Vestibular será divulgado nesta sexta
143283 vezes **1**
- 29/11/2004**
Unemat publica edital de concurso
107927 vezes **2**
- 01/03/2006**
Divulgado edital do concurso público para professor da Unemat
104018 vezes **3**
- 31/10/2012**
Unemat oferta 18 cursos de extensão a distância gratuitos
103235 vezes **4**
- 14/12/2012**
Três egressos de Geografia são aprovados em programas de mestrado
67719 vezes **5**

Visitas: 7671 |
Impressões: 117



Tweeter



Notícias relacionadas

Nenhuma notícia relacionada

UNEMAT - Universidade do Estado de Mato Grosso

Sobre a UNEMAT

Histórico
Reitoria
Estatuto
Legislação
Conselhos Superiores
Identidade visual
Comitê de Ética em Pesquisa

Campi

Alta Floresta
Alto Araguaia
Barra do Bugres
Cáceres
Colider
Diamantino
Juara
Luciara
Nova Mutum
Nova Xavantina
Pontes e Lacerda
Sinop
Tangará da Serra

Sistemas

Sistema Acadêmico
Biblioteca
Gestão de Pesquisa Online
Consulta de Processos Online
Inscrições para Eventos e Cursos
Acompanhamento do Egresso
Gestão Patrimonial
Ambiente Virtual de Aprendizagem
Atendimento SAGU/GNUTECA
Gestão de viagens
WebMail
Licitação
Protocolo

Multimídia

Notícias
Vídeos
Rádio
Galeria de Fotos
Imprensa

Rede Social



Copyright 2011 - Universidade do Estado de Mato Grosso
Av. Tancredo Neves, 1095 - Cavalhada II
78200-000 - Cáceres - Mato Grosso
PABX +55 (65) 3221-0000

0594

EDIÇÃO

Jornal Expressão

7
Ano

CÁCERES/MT DOMINGO 26 DE JULHO DE 2015

Expressão

CÁCERES/MT DOMINGO 26 DE JULHO DE 2015

05

POLO DE CÁCERES

I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Unemat



Foto: Agência

Assessoria / Hércilia Maia

A Universidade do Estado de Mato Grosso iniciou as discussões sobre a elaboração do Planejamento Estratégico Participativo da Instituição. Pensado para os próximos 10 anos, o PEP-Unemat será construído em conjunto com a comunidade acadêmica da Universidade.

Nos dias 04 e 05 de agosto, o campus de Cáceres, sedia o I Seminário do Planejamento Estratégico Participativo da Universidade do Estado de Mato Grosso (PEP-

Unemat-2015/2025), no auditório Edival dos Reis.

A abertura de cada Seminário, conta com a presença de um palestrante externo cujos estudos são referência para a compreensão do contexto da universidade pública e dos seus desafios. O professor da Universidade Federal de Goiás (UFG), Nelson Cardoso Amaral, doutor em Educação, fará a palestra de abertura do Seminário no polo de Cáceres com o tema "Prospecção e Tendências das Universidades Públicas". A palestra é aberta à participação da comunidade acadêmica e ao público em geral.

Ao todo serão cinco seminários, realizados cada um

em um campus polo, que englobam os 13 campi da Unemat e a sede administrativa.

Os Seminários já aconteceram nos polos de Nova Xavantina, Alta Floresta e Sinop. Cáceres será o quarto polo a realizar o Seminário e o último acontecerá em Tangará da Serra nos dias 11 e 12 de agosto. Compõe o polo de Cáceres o próprio campus, a sede administrativa da Unemat e o campus de Pontes e Lacerda.

As palestras e ações que envolvem o I Seminário do PEP-Unemat-2015/2025 têm por objetivo subsidiar e orientar a comunidade acadêmica na discussão sobre a função da Unemat e proposição de metas para os próximos dez anos.

1º Jantar com Churrasco "Fogo de Chão"

DIA 15 DE AGOSTO ROTARY CLUBE

Jantar Acompanha Farofa, Vinagrete, Mandioca e Arroz

O Jantar será servido a partir das 19:30 hs

Animação: Banda "Os Pantaneiros" entre outras

EM PROL DO HOSPITAL O BOM SAMARITANO

O OBJETIVO DE SERVIR SE FORTALECE COM O SEU APOIO. AJUDE-NOS A AJUDAR!

O BOM SAMARITANO

#Eu Faço Pós

Pós-Graduação em:

• Fisiologia do Exercício e Personal Training

MATRÍCULAS ABERTAS

(65) 3223-1777/3038 pos@fapan.edu.br auxpos@fapan.edu.br

FAPAN

Programação Polo Cáceres

04 de agosto 2015

08h Abertura; 09h Palestra com Prof. Dr. Nelson Cardoso Amaral - UFG - com o tema "Prospecção e Tendências das Universidades Públicas"; 10h30 Intervalo; 10h45 Debate; 12h Encerramento; 13h30 Entrega de material aos servidores designados pelos campi; 14h Apresentação dos dados gerais da Unemat - Comitê de Coordenação do PEP; 15h Exibição de dados demográficos da região em que o campus está inscrito; 15h30 Intervalo; 16h Discussão sobre os dados apresentados; 18h Encerramento.

05 de agosto 2015

09h Apresentação de técnicas para o diagnóstico e a análise para a construção da estratégia; 09h Dimensões e variáveis da Unemat; 09h30 Intervalo; 10h Unemat no ambiente externo; 11h Debate; 12h Encerramento; 14h Oficina; 15h Exercício; 16h Intervalo; 16h30 Definição dos representantes dos campi nas demais etapas do PEP; 18h Encerramento do Seminário.



Joalheria Sil J S

Pedro Neto da Silva (Neto) Jóias, Relógios, Artigos p/ presentes, Anéis de Formatura, Concertos e Assistência 1 Jóia, o amor sempre presente

Telefax: (65) 3223-3249 (65) 9607-6249

Rua Cel Faria, 129 - Centro Cáceres

UNEMAT COMUNICA

Universidade do Estado de Mato Grosso

Mato Grosso / Brasil

Ano I / Edição I

Junho/Julho

O Planejamento Estratégico Participativo para a próxima década da Unemat ganha seus primeiros contornos

Hemília Maia

O Comitê de Coordenação, instituído pela Reitoria da Unemat para traçar e orientar o desenvolvimento do Planejamento Estratégico Participativo (PEP) da Instituição, vem trabalhando na primeira etapa da ação, 'Preparação e mobilização'. Pensado para os próximos 10 anos, o PEP-Unemat será construído em conjunto com a comunidade acadêmica da Universidade. Nas próximas semanas serão iniciadas as atividades de formação de multiplicadores e as demais ações que se estenderão até o final de 2015, com a elaboração de um planejamento com metas e ações que subsidiarão os rumos da Unemat para a próxima década.

Nesta primeira etapa, entre as ações do Comitê de Coordenação, estão: a constituição dos comitês de trabalho; a definição das regras para a seleção e capacitação dos representantes da comunidade acadêmica da Unemat com garantias de representatividade de todos os setores da Unemat e dos seguimentos docente e profissionais técnicos do ensino superior (PTES); organização da agenda de programação das capacitações e palestras; definição e convite aos palestrantes; elaboração da identidade

visual; e, preparação do material de apresentação do PEP, assim como o projeto piloto da dinâmica de seu desenvolvimento.

Para embasamento da comunidade acadêmica durante todo o processo de elaboração do PEP-Unemat, as discussões da primeira etapa serão abertas, com a presença de palestrantes externos à Unemat sobre a temática da universidade pública e seus desafios.

O slogan 'Participar, planejar, concretizar' evidencia a importância da participação de todos durante o processo de construção do PEP-Unemat, que será desenvolvido em sete etapas: Preparação e mobilização; Formação de multiplicadores; Análise diagnóstica; Construção das diretrizes; Construção das estratégias e ações; e Acompanhamento, monitoramento, avaliação, consolidação e retroalimentação. Fora a de Preparação e mobilização, que antecede as demais, todas as outras etapas são interdependentes e acontecerão de maneira simultânea.

De acordo com a professora Elizeth Gonzaga dos Santos Lima, integrante da comissão de Coordenação, a Unemat concebe o planejamento como instrumento fundamental para as tomadas de decisão da Instituição. "Nessa concepção de universidade, o PEP só pode ser elaborado de forma participativa contando com o compromisso e o empenho da comunidade acadêmica nas discussões, na busca de seu autoconhecimento e na construção de metas a curto, médio e longo prazo, a fim de potencializar a qualidade institucional", explica Elizeth.



MEC-FNDE

**Fundo Nacional de
Desenvolvimento da Educação**



Convênio FNDE-UNEMAT N^o. 771800/2012
Contrato UNEMAT – MULTI N^o. 154/2014

APÊNDICE VI

LISTA DE PRESENÇA DOS PARTICIPANTES

Elaboração do Plano de Comunicação

Lista de Presença do Dia 23/09/2015

Unidade	Participante	Carreira	Assinatura
Assessoria de Comunicação	Deivid Sulzbacher Fontes	PTES	
Assessoria de Comunicação	Hemilia Maia	PTES	<i>Hemilia Maia Ribeiro</i>
Assessoria de Comunicação	Lygia Lima	PTES	<i>Lygia</i>
Assessoria de Comunicação	Moises Ribeiro de Oliveira	PTES	
Assessoria de Comunicação	Nataniel Zanferrari	PTES	<i>Nataniel Zanferrari...</i>



Planejar, participar, concretizar.

UNEMAT
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MATO GROSSO

MULTI
MATERIAIS E SERVIÇOS

Elaboração do Plano de Comunicação

Lista de Presença do Dia 24/09/2015

Unidade	Participante	Carreira	Assinatura
Assessoria de Comunicação	Deivid Sulzbacher Fontes	PTES	
Assessoria de Comunicação	Hemilia Maia	PTES	Hemilia Maia Ribeiro
Assessoria de Comunicação	Lygia Lima	PTES	
Assessoria de Comunicação	Moises Ribeiro de Oliveira	PTES	
Assessoria de Comunicação	Nataniel Zanferrari	PTES	

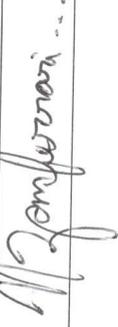
Elaboração do Plano de Comunicação

Lista de Presença do Dia 25/09/2015

Unidade	Participante	Carreira	Assinatura
Assessoria de Comunicação	Deivid Sulzbacher Fontes	PTES	
Assessoria de Comunicação	Hemília Maia	PTES	Hemília Maia Ribeiro
Assessoria de Comunicação	Lygia Lima	PTES	Lygia Lima
Assessoria de Comunicação	Moises Ribeiro de Oliveira	PTES	
Assessoria de Comunicação	Nataniel Zanferrari	PTES	Nataniel Zanferrari ...

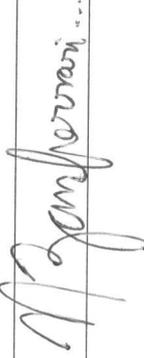
Validação das ações de comunicação planejadas

Lista de Presença do Dia 28/09/2015

Unidade	Participante	Carreira	Assinatura
Assessoria de Comunicação	Deivid Sulzbacher Fontes	PTES	
Assessoria de Comunicação	Hemilia Maia	PTES	
Assessoria de Comunicação	Lygia Lima	PTES	
Assessoria de Comunicação	Moises Ribeiro de Oliveira	PTES	
Assessoria de Comunicação	Nataniel Zanferrari	PTES	

Validação das ações de comunicação planejadas

Lista de Presença do Dia 29/09/2015

Unidade	Participante	Carreira	Assinatura
Assessoria de Comunicação	Deivid Sulzbacher Fontes	PTES	
Assessoria de Comunicação	Hemília Maia	PTES	
Assessoria de Comunicação	Lygia Lima	PTES	
Assessoria de Comunicação	Moises Ribeiro de Oliveira	PTES	
Assessoria de Comunicação	Nataniel Zanferrari	PTES	

Validação das ações de comunicação planejadas

Lista de Presença do Dia 30/09/2015

Unidade	Participante	Carreira	Assinatura
Assessoria de Comunicação	Deivid Sulzbacher Fontes	PTES	
Assessoria de Comunicação	Hemilia Maia	PTES	Hemilia Anais Ribeiro
Assessoria de Comunicação	Lygia Lima	PTES	
Assessoria de Comunicação	Moises Ribeiro de Oliveira	PTES	
Assessoria de Comunicação	Nataniel Zanferrari	PTES	

MEC-FNDE

Fundo Nacional de

Desenvolvimento da Educação



Convênio FNDE-UNEMAT N^o. 771800/2012

Contrato UNEMAT – MULTI N^o. 154/2014

APÊNDICE VII

CERTIFICADOS DA CAPACITAÇÃO

MEC-FNDE

**Fundo Nacional de
Desenvolvimento da Educação**



Convênio FNDE-UNEMAT N^o. 771800/2012
Contrato UNEMAT – MULTI N^o. 154/2014

APÊNDICE VIII

MEMÓRIAS DE REUNIÕES

