

MANUAL DO ESTUDANTE MPCC-ESPM

Organizado por:
Profa. Dra. Luciana Florêncio de Almeida
Prof. Dr. Ricardo Zagallo Camargo

2020

MANUAL DO ESTUDANTE MPCC-ESPM

Organizado¹ por:
Profa. Dra. Luciana Florêncio de Almeida
Prof. Dr. Ricardo Zagallo Camargo

2020

¹ Documento elaborado a partir do Manual do Estudante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo - PPGCOM-ESPM e do Guia do Aluno do Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor - MPCC-ESPM (versão 2020).

Sumário

1. QUEM SOMOS	6
1.1. Coordenação	7
1.2. Professores orientadores e área de atuação	7
1.3. Secretaria.....	10
1.4. EPAP – Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa	10
1.5. Financeiro.....	10
1.6. Telefones úteis.....	10
2. INFORMAÇÕES QUE VOCÊ PRECISA SABER AO	11
INGRESSAR NO MPCC-ESPM?	11
2.1. Matrícula e rematrícula	11
2.2. Cartão de acesso	11
2.3. Primeiro acesso à área restrita no site da ESPM	11
2.4. Acesso a documentos importantes	11
2.5. E-mail acadêmico	12
2.6. Plataforma Canvas	12
2.7. Biblioteca de Dissertações e Teses da ESPM.....	13
2.8. Transporte entre a ESPM e a estação de metrô Vila Mariana.....	13
3. COMO SERÁ A SUA VIDA ACADÊMICA NO MPCC-ESPM.....	14
3.1. Créditos	14
3.2. Disciplinas.....	14
3.3. Disciplinas em outros programas stricto sensu da ESPM	16
3.4. Nucleações com outras universidades	16
3.5. Atividades complementares obrigatórias	17
3.6. Comunicação das Atividades Complementares Obrigatórias	17
3.7. Minicursos.....	18
3.8. Viagens de estudo e módulo internacional	18
3.9. Atualização do currículo Lattes.....	18
3.10. Publicação e disseminação da pesquisa.....	19
3.11. Solicitação de apoio para participação em eventos acadêmicos	19
3.12. Orientação	20
3.13. Monitoria pedagógica.....	20
3.14. Grupos de Pesquisa.....	20
4. QUALIFICAÇÃO E DEFESA	22
4.1. Exame de Qualificação	22
4.2. Elementos Textuais – Projeto de Qualificação.....	22
4.3. Manual de normatização	22
4.4. Defesa da Dissertação	23

4.5.	CRONOGRAMA PARA TURMAS 2019 E 2020.....	23
4.6.	Formato do relatório FINAL DA DISSERTAÇÃO	24
4.7.	Formulário de autorização de entrega.....	25
4.8.	Sugestão de Cronograma para projeto de Qualificação	25
4.9.	Capa e Ficha Catalográfica.....	26
4.10.	Regras e dicas para exame de Qualificação e Banca de Defesa	26
5.	ORGÃOS DE REPRESENTAÇÃO DO MPCC	28
5.1.	Colegiado	28
5.2.	Comitê de ética em pesquisa	28
5.3.	Comissão Própria de Avaliação (CPA)	28
5.4.	Representação Discente	29
5.5.	Papo com a Coordenação.....	29
6.	INTERNACIONALIZAÇÃO	30
7.	PROCEDIMENTOS IMPORTANTES PARA ESTUDANTES	31
	DO MPCC-ESPM.....	31
7.1.	Trancamento de matrícula	31
7.2.	Desistência de disciplinas	31
7.3.	Prorrogação de prazo	31
8.	AÇÕES DO STRICTO SENSU ESPM QUE VALE A PENA.....	32
	CONHECER.....	32
8.1.	Revistas publicadas pela ESPM	32
8.2.	Memorial do Consumo	33
8.3.	Pesquisa com egressos (as).....	33
8.4.	Cátedras de Pesquisa.....	34
8.5.	Plataforma de mídias de imigrantes de São Paulo	34
8.6.	Observatório de Multinacionais da ESPM	34
8.7.	Páginas dos Grupos de Pesquisa da ESPM	34
9.	INFRAESTRUTURA	35
9.1.	Auditórios	35
9.2.	Mapa da escola (Unidade Álvaro Alvim).....	35
9.3.	Salas de estudo	35
9.4.	A Biblioteca	35
9.5.	Acervo e base de dados.....	36
9.6.	Media Lab	37
9.7.	Retail Lab.....	37
9.8.	EC Lab	37
9.9.	Game Lab.....	37
9.10.	Núcleo de imagem e som (NIS)	38
9.11.	Laboratórios de informática.....	38

9.12.	Sala de Focus Group	38
9.13.	Outros recursos oferecidos pela escola.....	38

1. QUEM SOMOS

O **Programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (MPCC)** tem como objetivo principal formar profissionais capacitados a compreender o papel do consumo e dos consumidores na sociedade contemporânea, destacando seus fundamentos sociais e culturais com o intuito de contribuir para o aumento da competitividade das organizações e melhoria do bem-estar coletivo. Pretende ainda desenvolver habilidades na interpretação, análise e avaliação das decisões do consumidor, bem como promover a verticalização de saber sobre as relações marketing/consumo visando preparar profissionais para atuar nessas áreas com a aplicação dos conhecimentos em situações de mercado, bem como em pesquisa.

O programa possui duas linhas de pesquisa:

Comportamento do Consumidor e Marketing: Investiga indivíduos, grupos e organizações e suas manifestações de consumo para entender como escolhem, compram, usam e descartam bens, serviços, ideias e experiências. Inclui estudos sobre os diversos papéis que os atores possuem bem como suas facetas sociais, econômicas e políticas. Busca também o desenvolvimento de estudos aplicados com o apoio de metodologias diversificadas.

Estratégia e Inteligência de Mercado: Envolve estudos e pesquisas de formação interdisciplinar e integrada por meio do conhecimento da inovação e da estratégia em ambiente domésticos e internacionais. Inclui estudos que compreendem formas de obtenção de informação, seu uso e aplicação na compreensão de como os indivíduos se constituem como consumidores e o mercado como cenário de consumo, permitindo o levantamento de insights sobre situações de compra e consumo.

É importante que todos os alunos conheçam o regulamento interno do curso, que é o documento que rege o funcionamento geral do MPCC-ESPM.

Site do MPCC

<https://www.espm.br/doutorado/sao/mestrado-em-comportamento-do-consumidor/>

1.1. Coordenação

A função da coordenação do MPCC-ESPM é estruturar e gerir as atividades do programa, bem como zelar pelo cumprimento do regimento, das deliberações do Colegiado e de outras instâncias administrativas que compõem a escola.

Prof^a. Dr^a. Luciana Florêncio de Almeida (coordenadora) lflorencio@espm.br

Prof. Dr. Ricardo Zagallo Camargo (vice-coordenador) ricardo.camargo@espm.br

1.2. Professores orientadores e área de atuação

Veja os professores, suas linhas de atuação, seu currículo e endereço de e-mail.

Linha de atuação: Estratégia e Inteligência de Mercado

Cristina Helena Pinto de Mello
chmello@espm.br



Desenvolvimento e Padrões de Consumo

Estudo das relações entre crescimento econômico, desenvolvimento e consumo agregado. Investiga decisões de compras, escolhas racionais e racionalidade limitada.

<http://lattes.cnpq.br/6805014673629900>

Rafaela Almeida
rafaela.cordeiro@espm.br



Tomada de Decisão

Desenvolve estudos sobre comportamento do consumidor com foco em tomada de decisão

<http://lattes.cnpq.br/6018856324787742>

Julio Figueiredo
jfigueiredo@espm.br



Transformação Digital, Data Science e Métodos Analíticos Aplicados à Administração

Tecnologias Emergentes e Ambiente de Inovação; Métricas do Processo de Transformação Digital e Indústria 4.0; Simulação computacional de sistemas sociais; Modelos de programação baseada em agentes e dinâmica de sistemas; Estudos da Difusão de Inovações e Tecnologias

<http://lattes.cnpq.br/0259183104678819>

Luciana Florêncio de Almeida
lflorencio@espm.br



Parcerias e Alianças Estratégicas, Consumo de Alimentos, Marketing de Relacionamento

Cadeias globais de valor – do campo ao prato; Estratégias de adição de valor e Parcerias estratégicas; Estratégias de marketing de relacionamento e seus principais construtos como confiança, comprometimento e lealdade. Engajamento e jornada do consumidor; Impacto das estratégias de relacionamento na relação com as marcas (brand love, brand attachment)

<http://lattes.cnpq.br/4386920978138039>

Mateus Caniatti



Ponchio

mponchio@espm.br

Bem-estar financeiro e vulnerabilidade de consumo

Relação entre educação financeira, alfabetização financeira e bem-estar financeiro dos indivíduos; Relação entre materialismo e endividamento de consumo; Vulnerabilidade de consumo; Estudos internacionais comparados; Outros temas associados às finanças comportamentais, orientação temporal e psicologia econômica voltados ao bem-estar financeiro dos indivíduos e de sociedades.

<http://lattes.cnpq.br/7557039992369545>

Mario Ogasavara

mogasavara@espm.br



Estratégia de internacionalização de empresas multinacionais e subsidiárias estrangeiras

Foco em subsidiárias brasileiras e asiáticas; Localização (nível subnacional, cidades globais); Modos de entrada; Investimentos sequenciais; Velocidade de internacionalização e Estratégias em período de crise econômica.

<http://lattes.cnpq.br/7985065366684340>

Linha de atuação: Comportamento do consumidor e Marketing

Fabio Mariano Borges

fborges@espm.br



Consumo e Cultura

Investiga o consumo e o consumidor como um fenômeno social e cultural com inspiração nas Ciências Sociais, em especial a Sociologia e Antropologia, abordando o consumidor como uma das facetas do comportamento humano. Pesquisa os significados do consumo a fim de compreender os aspectos comportamentais para geração de insights e inovação nos negócios.

<http://lattes.cnpq.br/0909743321948836>

Ricardo Zagallo

Camargo

zagallo@espm.br



Consumo, estilos de vida e teorias da prática

Estudos de temáticas variadas tendo em comum o entendimento do consumo como parte das práticas cotidianas e estilos de vida, e a ênfase no ponto de vista do consumidor/praticante. Atualmente orienta pesquisas sobre consumidor 60+ e pets, cultura geek, cultura sneaker, movie-going, consumo de Netflix e produção-consumo de informação de negócios.

<http://lattes.cnpq.br/5541427733296949>

Suzane Strehlau

sstrehlau@espm.br



Bem-estar do consumidor e consumo

Investigar o bem-estar subjetivo do consumidor aliado ao consumo. Dentro deste tema são abordados aspectos relacionados ao consumo de produtos, ideias, serviços, locais, bem como aspectos que dificultam o acesso ao bem-estar como vulnerabilidades diversas e comportamentos desviantes como uso negligente ou errôneo de produtos, fraude, compulsão, vício, enfim o lado obscuro do consumidor.

<http://lattes.cnpq.br/7001960538148118>

Thelma V. Rocha

tvrocha@espm.br



Marketing e relacionamento

Gestão de marketing no ambiente internacional; Marketing para exportação e franquias; Marketing de

relacionamento; Construção da Lealdade;
Relacionamento na área da Saúde.

<http://lattes.cnpq.br/3934915662621397>

Vivian Iara Strehlau
vstrehlau@espm.br



Consumidores e Marcas no ambiente internacional

Marca- país e da importância da imagem do país em suas diversas facetas; Marcas Globais vs. Marcas Regionais; Marcas brasileiras no exterior e influência da cultura na construção de marcas; Relação entre marcas e o comportamento do consumidor;

<http://lattes.cnpq.br/8492161402371563>

1.3. Secretaria

A secretaria faz a intermediação entre estudantes e coordenação, assim como é responsável por: renovação de matrícula; recebimento das atividades complementares; protocolo da qualificação e dissertação; inscrição para realização de disciplinas em outros programas; elaboração de requerimentos; entre outras atividades. Funciona no 4º andar do bloco C, de segunda a sexta, das 9h às 18h.

Contatos: ppga-sp@espm.br | (11) 5085-4689

1.4. EPAP – Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

O MPCC mantém diálogo institucional com agências de fomento (CAPES, CNPq e FAPESP) no que diz respeito ao apoio à pesquisa, eventos e publicação; e com a ANPAD, por meio do Conselho dos coordenadores, no que se refere à agenda da área.

A CAPES é também o órgão responsável pela regulação e avaliação dos cursos de pós-graduação stricto sensu no Brasil.

O EPAP é o órgão interno da ESPM, responsável pela gestão e relacionamento com as agências de fomento (CAPES, CNPq, FAPESP, entre outras). Implementa e gere bolsas e projetos que obtiveram apoio financeiro. Funciona no 4º andar do bloco C, de segunda a sexta, das 9h às 18h.

Contatos: epap@espm.br | (11) 5085-4791

1.5. Financeiro

O setor financeiro é responsável pelo atendimento aos estudantes quando o assunto é pagamento dos cursos, emissão de 2ª via de boletos ou parcelas em atraso. O horário de atendimento é de segunda a sexta, das 8h00 às 19h30.

Contatos: cobranca@espm.br | (11) 5085-4626

1.6. Telefones úteis

ESPM Geral (11) 5085-4600 Portaria central (11) 5085-4616

Achados e perdidos (11) 5085-6666 Biblioteca (11) 5085-4554

Bombeiros (11) 5085-4755 Segurança (11) 5085-4616

Tesouraria (11) 5085-4655

2. INFORMAÇÕES QUE VOCÊ PRECISA SABER AO INGRESSAR NO MPCC-ESPM?

2.1. Matrícula e rematrícula

O estudante do Programa deverá efetuar obrigatoriamente a matrícula no primeiro semestre em que ele entra no curso, nas épocas e prazos fixados no Calendário Escolar MPCC. Na matrícula, o estudante deverá realizar o pagamento do boleto e assinar o contrato de prestação de serviços, seguindo as instruções da Secretaria. Após a matrícula ter sido efetuada no primeiro semestre do curso, no início dos demais semestres, as rematrículas são feitas automaticamente mediante o pagamento do boleto bancário referente aos meses de julho e janeiro. O não cumprimento dessas etapas implica no desligamento do Programa.

2.2. Cartão de acesso

O cartão de acesso (necessário para a entrada nas dependências da ESPM Álvaro Alvim e ESPM Joaquim Távora) deve ser retirado na secretaria assim que estiver disponível.

2.3. Primeiro acesso à área restrita no site da ESPM

Na Área Restrita do Aluno no Portal da ESPM, você irá encontrar uma série de informações que serão necessárias para a sua vida acadêmica. Para o seu primeiro acesso, você deve entrar no site da ESPM (www.espm.br) e clicar em “SOU ALUNO”. Nesse espaço, é necessário inserir o login informado pela secretaria e, como primeira senha, deverá ser utilizado o CEP de sua residência informado no ato da matrícula.

Posteriormente, você deverá fazer a alteração dessa senha para ter acesso à sua área restrita. Esse login é o mesmo a ser utilizado nos laboratórios de informática.

2.4. Acesso a documentos importantes

Alguns documentos necessários para a sua vida acadêmica podem ser solicitados diretamente na Área Restrita do Aluno no Portal da ESPM (www.espm.br), na aba secretaria / requerimento online como, por exemplo:

- Atestado de escolaridade;
- Carta de apresentação;
- Histórico escolar;
- Segunda via do cartão de acesso, entre outros.

O pedido deve ser feito no site e os documentos devem ser retirados na secretaria após três dias úteis. Os documentos são impressos e a secretaria não se responsabiliza por sua digitalização.

Atenção: os certificados referentes a eventos realizados pelo MPCC-ESPM são emitidos pela secretaria do programa, mediante assinatura da lista de presença. A entrega é feita, em média, até 30 dias após a realização do evento.

2.5. E-mail acadêmico

Cada aluno recebe uma conta de e-mail exclusiva para a ESPM. Este endereço será o utilizado pelos sistemas da ESPM e para todas as comunicações oficiais. Para acessar o seu e-mail, entre com sua matrícula no site www.espm.br ou faça diretamente no endereço acad.espm.br, utilizando o login de seu e-mail e a mesma senha que você usa no acesso à área restrita do aluno no site da ESPM.

O e-mail acadêmico dispõe de uma função que permite que você redirecione o mesmo para o seu e-mail pessoal. Caso opte por esse serviço, consulte as opções nas configurações do seu e-mail e fique atento às possíveis alterações.

2.6. Plataforma Canvas

O Canvas é uma plataforma utilizada para a comunicação entre estudantes, professores, secretaria e demais instâncias da ESPM. Nesse espaço, o professor disponibilizará o material didático e o plano de ensino de cada disciplina. É importante salientar que os trabalhos das disciplinas deverão ser enviados pelo aluno via CANVAS, respeitando os prazos estipulados no Calendário Escolar. É também via CANVAS que você tem acesso à biblioteca e suas bases de dados, documentos compartilhados, e pode consultar suas notas finais e faltas. Vale lembrar que toda a comunicação oficial é feita por meio do e-mail institucional que você recebeu, consulte-o regularmente. Para acessar o CANVAS: canvas.espm.br. O estudante pode ainda baixar o aplicativo CANVAS Student no Apple Store e Google Play.

Para o seu primeiro acesso ao sistema CANVAS, acesso o site da ESPM www.espm.br. Clique na área restrita do aluno. O login será o número de matrícula e a Senha para primeiro acesso é o CEP informado na matrícula.

2.7. Biblioteca de Dissertações e Teses da ESPM

A ESPM disponibiliza de forma digital um banco de teses e dissertações de todos seus programas de stricto sensu. Essa biblioteca pode ser acessada pelo link <https://tede2.espm.br/handle/tede/248>

2.8. Transporte entre a ESPM e a estação de metrô Vila Mariana

A ESPM disponibiliza vans que realizam o trajeto entre a ESPM Álvaro Alvim (A.A.) e a estação de metrô da Vila Mariana. Os horários disponíveis são os seguintes:

- 6h30 às 9h30 - Ininterrupto ida e volta ESPM/metrô Vila Mariana;
- 9h30 às 14h - Van permanece no estacionamento do Auditório Kotler para atender a demanda ESPM/Metro Vila Mariana;
- 17h30 às 20h - Ininterrupto ida e volta ESPM/metrô Vila Mariana;
- 20h às 23h30 - Van permanece no estacionamento do Auditório Kotler para atender a demanda ESPM/Metro Vila Mariana.

3. COMO SERÁ A SUA VIDA ACADÊMICA NO MPCC-ESPM

3.1. Créditos

O Mestrado profissional totaliza 40 créditos, equivalendo a 420 horas, entre disciplinas (24 créditos, dos quais 10 em disciplinas obrigatórias e 14 em disciplinas eletivas), Atividades Programadas Obrigatórias (4 créditos) e a Dissertação (12 créditos). As disciplinas obrigatórias e eletivas são oferecidas com carga horária Mínima de 30 horas/aula (2 créditos), sendo um crédito equivalente a 15 horas/aula, conforme o acordo de Bolonha.

O aluno deve cursar pelo menos 14 créditos em disciplinas eletivas, podendo optar (de comum acordo com seu orientador) dentre as disciplinas eletivas oferecidas a cada semestre.

A Tabela 1. Ilustra uma periodização sugerida na distribuição dos créditos ao longo dos 2 anos do curso.

Tabela 1. Distribuição de Créditos (Sugestão)

Número de Disciplinas	1o SEM	2o SEM	3o SEM	4o SEM
OBRIGATÓRIAS	4	-	1	-
ELETIVAS	-	4	3	-

3.2. Disciplinas

As **disciplinas obrigatórias** do MPCC-ESPM validam dois créditos cada e são organizadas para oferecer os fundamentos teórico-metodológicos do curso.

As **disciplinas eletivas** abordam conteúdos se organizam tanto a partir de aprofundamentos específicos das composições teórico-metodológica do curso quanto na apresentação dos alicerces teóricos das pesquisas desenvolvidas pelos professores do Programa. A escolha das disciplinas deverá ser feita em conjunto com o orientador.

A tabela 2 ilustra a Matriz Curricular do Programa. Ressaltamos que novas disciplinas podem ser adicionadas à matriz disponibilizada neste manual.

Tabela 2

Matriz Curricular Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor 2019

Disciplinas	Bim	LINHAS Comp. do Consumidor e Marketing Estratégia e Inteligência de Mercado	Carga horária Hora/aula	Créditos	Professores	e-mail
Obrigatórias Comuns	1º	Fundamentos do Comportamento do Consumidor	30	2	Vivian Strehlau	vstrehlau@espm.br
		Metodologia Qualitativa I	30	2	Luciana Florêncio	lflorencio@espm.br
	2º	Metodologia Quantitativa I	30	2	Mateus Ponchio	mponchio@espm.br
		Projeto de Pesquisa	30	2	Suzane Strehlau	sstrehlau@espm.br
	3º	Seminários Avançados de Pesquisa em Comportamento do Consumidor	30	2	Mateus Ponchio	mponchio@espm.br

Eletivas Comuns 7 Disciplinas (14 Créditos)	Análise Multivariada de dados	30	2	Julio Figueiredo	jfigueiredo@espm.br
	Comportamento do Consumidor Internacional	30	2	Vivian Strehlau	vstrehlau@espm.br
	<i>Consumer Insights</i>	30	2	Fabio Mariano	fborges@espm.br
	Cultura e Consumo	30	2	Fabio Mariano	fborges@espm.br
	Data Science & Inteligência Analítica	30	2	Julio Figueiredo	jfigueiredo@espm.br
	Desenvolvimento Econômico	30	2	Cristina Helena	chmello@espm.br
	Economia do Consumo	30	2	Cristina Helena	chmello@espm.br
	Estilo de vida e consumo	30	2	Ricardo Zagallo	ricardo.camargo@espm.br
	Experimentos em Marketing e Neurociência	30	2	Rafaela Almeida	rafaela.cordeiro@espm.br
	Inclusão da diversidade e causas nas organizações	30	2	Fabio Mariano	fborges@espm.br
	Marketing de Relacionamento	30	2	Luciana Florêncio	lflorencio@espm.br
	Marketing Internacional	30	2	Thelma Rocha	tvrocha@espm.br
	Métodos de Pesquisa Qualitativa Avançada	30	2	Thelma Rocha	tvrocha@espm.br
	O Lado Obscuro do Marketing e do Consumidor	30	2	Suzane Strehlau	sstrehlau@espm.br
	Práticas Inovadoras	30	2	Ricardo Zagallo	ricardo.camargo@espm.br
	Tópicos avançados em Comportamento do Consumidor	30	2	Pedro di Santi	psanti@espm.br

No início de cada semestre, a secretaria informará a grade de disciplinas disponíveis para que os alunos realizem sua inscrição por meio do Portal do Aluno. Juntamente com a Grade de disciplinas são enviadas também as respectivas ementas das disciplinas.

Tanto nas disciplinas obrigatórias como nas disciplinas eletivas, será considerado aprovado o aluno que obtiver nota igual ou acima de **7,0** e que tenha frequência mínima de **75%** às aulas. Ao final de cada semestre, os alunos devem avaliar as disciplinas cursadas. Trata-se de uma atividade obrigatória.

A Secretaria envia a todos os alunos o link para a realização da avaliação docente. Trata-se de um instrumento imprescindível para a melhoria contínua do curso e análise do Programa.

3.3. Disciplinas em outros programas stricto sensu da ESPM

Além das disciplinas oferecidas pelo MPCC, o aluno pode cursar disciplinas nos outros programas da ESPM como disciplinas ELETIVAS:

- Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA)
<https://www.espm.br/doutorado/sao/doutorado-em-marketing-inovacao-e-estrategia/>
- Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM)
<https://www.espm.br/doutorado/sao/mestrado-em-comunicacao-e-praticas-de-consumo/>
- Programa de Mestrado em Gestão da Economia Criativa (no Rio de Janeiro)
<https://www.espm.br/doutorado/rio/mestrado-profissional-em-gestao-da-economia-criativa/>

3.4. Nucleações com outras universidades

O MPCC-ESPM possui convênios acadêmicos com instituições de ensino nacionais, o que permite que o (a) estudante realize disciplinas em outros programas. Atualmente o MPCC possui nucleação com a FEA-USP, FGV, Mackenzie e FEI.

Todo início de semestre a secretaria irá enviar e-mail com a grade de disciplinas disponíveis das universidades parceiras com as instruções para inscrição. Os alunos do MPCC poderão cursar até o limite de 8 créditos em disciplinas por meio da nucleação e o limite permitido para validação por disciplina será de 4 créditos².

² Há disciplinas ofertadas nas Universidades Conveniadas que podem ter 6 créditos ou mais. Nestes casos, apenas 4 créditos serão validados para o MPCC.

3.5. Atividades complementares obrigatórias

A realização de atividades complementares é requisito necessário para a formação do estudante no curso de Mestrado Profissional. **Para a realização da quanto Exame de QUALIFICAÇÃO quanto da DEFESA**, o estudante deve comprovar realização de atividades programadas que totalizem **no mínimo 4 créditos**, compostos pelas seguintes atividades:

Categoria	Créditos
Submissão de trabalho em um congresso ³	0,5 crédito por trabalho
Aceite e apresentação de trabalho completo ou pôster em congresso	1,5 créditos por trabalho
Participação em Exame de Qualificação e Banca de Defesa do MPCC	0,5 crédito por banca
Publicação em Periódico Qualis Capes	2 créditos por publicação
Palestras oferecidas pelo curso (de até 4 horas)	0,5 crédito a cada 4 horas
Minicursos e oficinas de técnica de pesquisa oferecidas pelo curso (entre 4 e 12 horas)	0,50 crédito a cada 4 horas
Viagens de estudo organizadas pelo programa	2 créditos
Monitoria em disciplinas da graduação e ou pós-graduação	1 cré. por monitoria
Estágio de Interesse Curricular	2 créditos
Palestras ministradas pelo estudante (relacionadas ao tema do Comportamento do Consumidor)	0,5 crédito a cada 4 horas

¹ Submissões de artigos para Congressos e Revistas devem estar acompanhadas da Anuência do(a) orientador(a) do(a) estudante

**Alunos que fizerem o módulo internacional, as visitas técnicas realizadas durante o curso serão contabilizadas com 2 créditos.*

3.6. Comunicação das Atividades Complementares Obrigatórias

A comunicação das Atividades complementares s deve ser feita por meio do Formulário de Registro de atividades programadas disponível na Plataforma CANVAS. Todos os comprovantes das atividades e o formulário devem ser enviados pelo sistema CANVAS.

O prazo final de envio do formulário de Atividades Programadas é no momento de depósito da dissertação. A não entrega do formulário e devidos comprovantes, implica

³ Submissões de artigos para Congressos e Revistas devem estar acompanhadas da Anuência do(a) orientador(a) do(a) estudante.

em não Aprovação do estudante no Mestrado Profissional.

3.7. Minicursos

A área de comportamento do consumidor é bastante ampla e com muitos temas potencialmente interessantes que não cabem em uma grade horária restrita. Para atender à demanda por esses assuntos todo semestre são oferecidos minicursos, oficinas e palestras com carga horária entre 4 e 12 horas. Recomenda-se aos alunos a participação nesses cursos, pois é a forma mais rápida e interessante de se obter créditos para as atividades programadas.

A divulgação dos minicursos ocorre por meio de mensagens direcionadas aos e-mails cadastrados dos alunos.

3.8. Viagens de estudo e módulo internacional

Desde janeiro de 2016, o MPCC oferece a seus alunos a opção de cursar uma disciplina de 2 créditos no exterior de forma intensiva (12 dias) que é denominada Módulo Internacional.

As disciplinas ministradas e o local foram os seguintes: 2016 - Consumer behavior and Macroeconomics (França), 2017 - Genealogia do Consumo (França), 2018 - Big Data e Comportamento do Consumidor (França/Inglaterra), 2019 - Consumer Journey and Made in Italy Experience (Itália). A realização do módulo permite aos alunos e professores o acesso a docentes e discentes de instituições internacionais com as quais o MPCC possui convênio ou parceria acadêmica tais como Universidade Heidelberg, École de Management de Strasbourg, Universidade Paris 1 Sorbonne, Universidade de Macerata, Universidade de Bologna e Universidade de Firenze. Além disso, a experiência permite a oportunidade de ampliar a rede de contatos dos professores envolvidos, intensificando a capacidade de participação em projetos e estágios internacionais.

A divulgação do Módulo Internacional acontece no 1º semestre.

3.9. Atualização do currículo Lattes

O currículo Lattes (<http://lattes.cnpq.br/>) é amplamente usado no meio acadêmico, tanto por estudantes como por professores. É a maneira de informar aos públicos de interesse o que você faz, o que você já fez e pelo o que se interessa. É o principal veículo de busca por professores e pesquisadores de um assunto. Além dessa

forma de divulgação sobre quem você é, o programa necessita desse currículo constantemente atualizado, pois o programa é avaliado também pela produção discente.

NUNCA pense que “eu não tenho nada para colocar”, você sempre tem! Uma palestra que você deu ou assistiu, um congresso que participou (técnico ou não), suas atividades profissionais e acadêmicas de qualquer tipo.

A primeira coisa a fazer é informar que você é mestrando no Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor de ESPM. A nossa sugestão é a cada coisa que você fizer pense: como posso colocar isso no Lattes? E coloque! Na dúvida converse com seu (sua) orientador (a).

3.10. Publicação e disseminação da pesquisa

Em um programa de mestrado espera-se que haja produção de conhecimento e é fundamental que essa produção seja disseminada por meio de apresentação de trabalhos em congressos e posterior publicação tanto em revistas técnicas como acadêmicas.

O programa de Pós-graduação em Administração (PPGA), formado pelo Doutorado em Administração e o Mestrado em Comportamento do Consumidor, organiza bienalmente um importante evento da área de administração: o Simpósio e Congresso de Administração da ESPM.

Além dos eventos organizados pela Escola, sugere-se a participação em congressos específicos que podem apoiar o desenvolvimento da dissertação e a introdução no mundo acadêmico, como EnANPAD, ENAMPRAD e SEMEAD, entre outros. Oportunamente, os (as) estudantes recebem comunicações informando sobre a chamada de trabalhos e período de submissão para estes e outros congressos nacionais e internacionais de relevância para área de Comportamento do Consumidor, Marketing e Inteligência de Mercado.

3.11. Solicitação de apoio para participação em eventos acadêmicos

Os mestrandos poderão solicitar financiamento para apresentação de trabalhos elaborados que atendam às seguintes condições:

- Trabalho em coautoria com o orientador.
- Justificativa do orientador, sobre qualidade e potencial de publicação.

A solicitação, a ser concedida com recursos orçados para participação de doutorandos em congressos, será avaliada pela coordenação do PPG e Pró-Reitoria. O formulário para solicitação de Apoio está disponível na Plataforma CANVAS. Deve ser encaminhado ao e-mail da secretaria com a ciência do orientador.

3.12. Orientação

As orientações são encontros do (a) estudante com o (a) orientador (a) para a discussão da pesquisa em curso. Todas as pesquisas devem estar alinhadas com a pesquisa do (a) orientador (a) e à especificidade temática do MPCC-ESPM, programa da área da Administração que se dedica ao estudo do marketing, inteligência de mercado e comportamento do consumidor. O calendário de encontros e atividades é combinado diretamente com cada orientador (a) e organizado conforme o andamento do trabalho.

3.13. Monitoria pedagógica

A ESPM possui um programa de Monitoria organizado pelo Núcleo de Inovação Pedagógica (NIP), coordenado pela professora Manolita Correia Lima. A realização destas atividades é obrigatória para os cursos de mestrado acadêmico e doutorado em Administração e Comunicação. No mestrado profissional a participação em uma monitoria é uma decisão do estudante (atividade eletiva). A monitoria na ESPM justifica-se ao “propiciar uma formação acadêmica mais ampla e aprofundada ao estudante ao criar condições para a iniciação da prática da docência por meio da realização de atividades de caráter pedagógico, desenvolvendo habilidades e competências que concernem a esta atividade” e “despertar no estudante universitário e do stricto sensu, o interesse pela docência e desta forma colaborar com a formação de professores para o ensino superior”. Para maiores informações peça o regulamento na secretaria do curso ou escreva para o e-mail do NIP: nip@espm.br.

3.14. Grupos de Pesquisa

As pesquisas realizadas no âmbito do MPCC-ESPM são articuladas a Grupos de Pesquisa cadastrados no CNPq. Um grupo de pesquisa é caracterizado pela reunião de

pesquisadores (as) (docentes e discentes) que tem como objetivo o compartilhamento de experiências de pesquisa em torno de um núcleo temático e de um foco de interesses comuns. Trata-se de um espaço para o compartilhamento tanto de instalações e equipamentos quanto de leituras, questionamentos e ajuda mútua em torno de um recorte específico dentro da temática da comunicação e consumo.

Os grupos de pesquisa do MPCC-ESPM são liderados por docentes do programa e sua temática e recorte está relacionada à pesquisa desenvolvida por esses docentes. Dessa forma, cada grupo possui um foco de interesse bastante específico e congrega as pesquisas feitas por docentes e discentes em um espaço de diálogo e de produção conjunta.

Todos os alunos do MPCC estão convidados a participar dos grupos de pesquisa. Mais informações sobre os grupos, bem como seus membros e principais objetivos podem ser consultados a partir do link: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/escritorio-projetos-apoio-a-pesquisa/>

4. QUALIFICAÇÃO E DEFESA

4.1. Exame de Qualificação

O exame de qualificação tem por objetivo a avaliação da competência acadêmica em sua área de investigação para o término de sua pesquisa. O exame é feito por meio de uma banca composta pelo (a) orientador (a), que atuará como presidente, e 2 professores (as) doutores (as) convidados (as) que tenham conhecimento sobre o tema pesquisado pelo aluno, sendo um (a) deles (as) do MPCC e outro (a) externo (a) aos quadros da ESPM.

O exame de qualificação é feito por meio de uma arguição oral do relatório apresentado e sua aprovação pela banca é condição obrigatória para que o (a) estudante possase submeter à fase posterior de desenvolvimento e de defesa de sua pesquisa.

Quanto aos prazos, o (a) estudante deverá ser aprovado no exame de qualificação até seis meses antes do prazo máximo para o depósito da dissertação. Caso haja reprovação no exame de qualificação, uma nova banca deverá ocorrer num prazo máximo de 45 dias.

4.2. Elementos Textuais – Projeto de Qualificação

Os itens que devem constar no Projeto de Qualificação são descritos abaixo de forma esquemática.

1. Introdução
 - 1.1. Problema de Pesquisa
 - 1.2. Objetivo central e secundários
 - 1.3. Justificativa
 - 1.4. Dilema profissional ou contexto profissional do pesquisador (opcional)
 - 1.5. Estrutura do trabalho
2. Revisão da Literatura
3. Metodologia de Pesquisa
 - 3.1. Abordagem metodológica
 - 3.2. Amostragem e Técnicas de coleta
 - 3.3. Procedimentos de análise dos dados
4. Cronograma da Pesquisa
- Referências Bibliográficas

4.3. Manual de normatização

A **formatação do documento** deve respeitar a normatização da ABNT em

conformidade com o Manual da ESPM que está disponível no Blackboard > link Biblioteca > Serviços > NORMAS PARA APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS. No seu login acesse o link:

<https://normas-abnt.espm.br/index.php?title=Normas para Apresenta%C3%A7%C3%A3o de Trabalhos Acad%C3%AAmicos>

4.4. Defesa da Dissertação

Nas dissertações é obrigatória a presença de um (a) dos (as) participantes da banca de qualificação, além do (a) orientador (a). As bancas de mestrado são compostas por três examinadores doutores vinculados à área de pesquisa desenvolvida: orientador (a), professor (a) do MPCC e convidado (a) externo (a), além dos membros suplentes.

Após as arguições, cada examinador irá expressar a sua avaliação e o (a) candidato (a) será considerado aprovado ou reprovado. Em caso de aprovação pela banca, o (a) estudante receberá o título de mestre. O diploma de mestrado leva em média um ano para ser expedido. O (a) estudante pode solicitar a emissão de um certificado de conclusão de curso.

4.5. CRONOGRAMA PARA TURMAS 2019 E 2020



TURMA 2020

Depósito do Documento de QUALIFICAÇÃO: até 28 de Fevereiro/2021

Os exames de qualificação devem ocorrer no mês de Março de 2021

DEPÓSITO da DISSERTAÇÃO: até 31 de Janeiro de 2022

As bancas devem ocorrer no mês de Fevereiro de 2022



TURMA 2019/1

Depósito do Documento de QUALIFICAÇÃO: até 28 de Fevereiro/2020

Os exames de qualificação devem ocorrer no mês de Março de 2020

DEPÓSITO da DISSERTAÇÃO: até 31 de JANEIRO/2021

As bancas devem ocorrer no mês de Fevereiro de 2021



TURMA 2019/2

Depósito da QUALIFICAÇÃO: até SETEMBRO/2020

Os exames de qualificação devem ocorrer no mês de Outubro de 2020

DEPÓSITO da DISSERTAÇÃO: até 31 de JUNHO/2021

4.6. Formato do relatório FINAL DA DISSERTAÇÃO

As dissertações apresentadas para defesa final devem seguir a formatação sugerida pelo Colegiado conforme consta deste Manual. Atendendo os artigos 11 e 12 da Portaria 60 (20/3/19), é permitido aos trabalhos de conclusão de curso a utilização de “formatos inovadores, com destaque para a relevância, inovação e aplicabilidade desses trabalhos para o segmento da sociedade na qual o egresso poderá atuar”. No que tange a formatação geral, espera-se que a dissertação apresente conteúdo que contemple os seguintes itens:

Sumário executivo

Abstract/ Resumo

1. Introdução

1.1. Problema de Pesquisa

1.2. Objetivo central e secundários

1.3. Justificativa

1.4. *Dilema profissional ou contexto profissional do pesquisador (opcional)*

1.5. Estrutura do trabalho

2. Revisão da Literatura e Referencial Teórico

3. Metodologia de Pesquisa

3.1. Abordagem metodológica

3.2. Amostragem e Técnicas de coleta

3.3. Procedimentos de análise dos dados

4. Resultados e discussão

5. Conclusões

6. *Recomendações aplicadas para empresas, organizações do 3o setor e/ou gestores públicos (e/ou Descrição do Produto Tecnológico)*

Referências

Apêndices

Destaca-se nesta estrutura a exigência do *Sumário Executivo*, onde espera-se que o aluno resuma o trabalho utilizando de linguagem jornalística e contextualizada. O

objetivo do presente texto é facilitar a apresentação dos objetivos e resultados da dissertação para o mercado e sociedade, ou ainda mais expressamente para os gestores da empresa na qual o profissional que realizou o mestrado trabalha. Além disso, o sumário pode ser também peça chave para outras peças de comunicação como *press release* à imprensa, ou ainda para divulgação em eventos da área específica do estudo.

Outro item também em destaque é o *Dilema profissional ou contexto profissional do pesquisador*. Muitos dos alunos partem de suas realidades para construir o problema de pesquisa. Desta forma, entende-se ser enriquecedor destacar para o ambiente científico suas experiências e construções mentais que levaram à formulação do problema de pesquisa e hipóteses.

Por fim, o item *Recomendações aplicadas para empresas, organizações do 3º setor e/ou gestores públicos (e/ou Descrição do produto tecnológico)*, objetiva a descrição pormenorizada das contribuições práticas da dissertação para os públicos que dela podem se beneficiar. A depender do grau de desenvolvimento das contribuições ou factibilidade contextual, pode-se gerar um produto tecnológico de fato como os exemplos citados no item anterior.

4.7. Formulário de autorização de entrega

O formulário de autorização de entrega encontra-se disponível no CANVAS. Ele deve ser preenchido pelo aluno, assinado pelo orientador e inserido na Plataforma CANVAS para análise e aprovação da Coordenação.

4.8. Sugestão de Cronograma para projeto de Qualificação

Para a qualificação será necessária a apresentação de um cronograma de atividades a serem desenvolvidas após vencida esta etapa. Além da ilustração, o aluno deve descrever as atividades que compõem cada grupo de tarefas.

O Apêndice A traz uma sugestão de Cronograma que é proposto de forma invertida - da defesa para o início das atividades no mestrado. Espera-se auxiliar o aluno no dimensionamento das etapas e tarefas a serem desempenhadas ao longo dos dois anos do curso. Lembramos que essa é uma sugestão e deve ser validada com o orientador.

4.9. Capa e Ficha Catalográfica

Para a entrega do documento final da dissertação, os alunos devem utilizar a capa customizada para o curso. O Modelo da capa encontra-se na Plataforma CANVAS. O formato final da dissertação deve estar em PDF.

Ficha Catalográfica

As fichas catalográficas são automáticas, e devem ser preenchidas em formulário no Portal do Aluno > Biblioteca > Serviços > Normalização/Ficha Catalográfica. É preciso estar logado no Portal da ESPM para acessar o link.

Upload do arquivo no site

O Arquivo final (em PDF) deve ser enviado por meio da Plataforma CANVAS.

Após a defesa

Após a defesa, o aluno tem 30 dias para entregar a versão final.

4.10. Regras e dicas para exame de Qualificação e Banca de Defesa

Quanto à estrutura e conteúdo, listamos algumas recomendações.

- 1) Os avaliadores já leram o trabalho, portanto, a apresentação serve para relembra-los dos pontos mais importantes.
- 2) A apresentação não pode exceder 15 minutos. São suficientes 15 slides (no máximo).
- 3) Utilizem marcadores, figuras e tabelas. Evitem textos longos.
- 4) Para a qualificação, elaborem um slide com um resumo da sua atuação profissional e quais os dilemas/situações da sua vida profissional que lhe conduziram a realizar esta pesquisa.
- 5) A estrutura de slides pode ser da seguinte forma: 1) contexto/motivações (1 a 3 slides) 2) problema de pesquisa (a pergunta) e premissas/hipóteses da pesquisa 3) objetivo central e secundários 4) justificativa 5) referencial teórico (1 a 3 slides) com os principais conceitos/constructos que norteiam o trabalho 6) metodologia (1 a 3 slides) 7) principais resultados esperados 8) cronograma.
- 6) Treinem a apresentação para terem certeza que não irão ultrapassar os 15 min.
- 7) Iniciem a apresentação agradecendo a presença e interesse dos avaliadores em qualificar o trabalho.
- 8) Se quiserem trazer algum material ilustrativo fiquem à vontade para distribuir

para banca no início do exame.

- 9) Cheguem pelo menos 30 minutos antes do horário marcado para instalar a apresentação, e se certificar que todo equipamento esteja funcionando.
- 10) Tragam a dissertação impressa e caderno para acompanhar os comentários e fazer anotações.

5. ORGÃOS DE REPRESENTAÇÃO DO MPCC

5.1. Colegiado

O Colegiado é formado por todos os (as) professores (as) que integram o corpo docente do PPGA-ESPM (que incluiu o MPCC) e se caracteriza por ser o órgão máximo decisório do Programa. Ele tem caráter consultivo e deliberativo e sua função é implantar, discutir e executar processos acadêmicos, pedagógicos e administrativos, bem como zelar pelo cumprimento das normas estabelecidas pelo Regimento do Programa e da ESPM. É no âmbito do colegiado que são feitas projeções, análises de dados e circunstâncias relativas a deliberações necessárias para o Programa, bem como para a resolução de conflitos e julgamento de recursos.

5.2. Comitê de ética em pesquisa

O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da ESPM tem por objetivo garantir os direitos e a dignidade dos (as) participantes de pesquisa, bem como zelar pelo cumprimento dos parâmetros éticos expressados no Código de Boas Práticas Científicas da ESPM, regendo-se por seu Regulamento e pelas normas estipuladas pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa – CONEP/MS e pela Resolução nº 510/2016 - Ética na Pesquisa da área de Ciências Humanas e Sociais. Maiores informações podem ser obtidas em <http://cep.espm.br>.

5.3. Comissão Própria de Avaliação (CPA)

Constituída em junho de 2004, em atendimento ao art. 11º da Lei nº10.861/2004, com as atribuições de **condução dos processos de avaliação interna** da Instituição, tendo em vista o **aperfeiçoamento acadêmico**, a melhoria da **gestão educacional** e a **prestação de contas de seu desempenho** para a sociedade. Desde agosto de 2015, a CPA na unidade de São Paulo é coordenada pela profa. Dra. Denise Fabretti. A Comissão realiza anualmente pesquisas que são respondidas de forma voluntária pelo corpo discente, corpo docente, técnico administrativo e sociedade externa. Na última edição, referente à coleta de 2018, foram obtidos 1445 respondentes válidos com aumento de 58% em relação ao ano anterior. Como resultado, são encaminhados relatórios com recomendações para Presidência, Coordenadores (Graduação, Pós Lato e Stricto), Vice-

Presidência Administrativa, Diretoria de Operações, Departamento de Recursos Humanos e Gestores de Infraestrutura.

5.4. Representação Discente

A participação dos (as) estudantes nas esferas de deliberação do MPCC-ESPM acontece por meio de representação discente.

É recomendável que todas as turmas elejam seu representante no início do período letivo de cada ano que pode ter seu mandato renovável por mais um período a critério do grupo de estudantes.

Todos (as) estudantes regularmente matriculados no Programa podem se candidatar. Após a escolha dos representantes, os (as) estudantes devem encaminhar um comunicado para o e-mail do (a) coordenador (a) e da secretaria do curso para formalizar a indicação.

O (a) representante discente representa os interesses dos (as) estudantes do curso, de forma que ele estabelece a mediação entre as deliberações estudantis e os professores nos órgãos colegiados. Os (as) estudantes têm em seus representantes um instrumento que lhes garante não apenas transparência e equidade nos processos deliberativos do MPCC-ESPM, como também uma fonte de informação para dirimir eventuais dúvidas ou apresentar qualquer questão de seus interesses.

5.5. Papo com a Coordenação

Os encontros com a Coordenação têm como objetivo estabelecer um diálogo aberto, sistemático e contínuo com o Colegiado. São realizados mensalmente em data previamente delimitada e publicada no Calendário escolar divulgado a cada novo semestre.

6. INTERNACIONALIZAÇÃO

1) **Parcerias acadêmicas.** O departamento de Relações Internacionais da ESPM possui um excelente e consolidado trabalho de parcerias e convênios com 29 Universidades nas Américas, Europa e Ásia. O MPCC por meio do seu corpo docente vem trabalhando para ampliar essas parcerias com vistas à geração de intercâmbios acadêmicos de docentes e discentes. Um exemplo atual é a realização de intercâmbio acadêmico do aluno Marcelo Linardi na Universidade Católica do Porto durante o ano de 2019.

2) **Estágios internacionais.** O MPCC tem buscado ampliar as oportunidades internacionais a seus alunos e egressos por meio de estágios profissionais em empresas parceiras. A título de exemplo, tem-se a aluna Ana Julia Butner que realizou estágio profissional na empresa Simonetta responsável pela confecção infantil de marcas globais como a Fendi, durante o período de férias escolares em 2019.

7. PROCEDIMENTOS IMPORTANTES PARA ESTUDANTES DO MPCC-ESPM

7.1. Trancamento de matrícula

Em caráter excepcional, será permitido o trancamento de matrícula com total cessação das atividades escolares do curso de Mestrado por prazo global não superior a seis meses, quando existir motivo relevante, devidamente comprovado, que impeça a continuidade das atividades acadêmicas normais limitadas a esse período. O pedido será dirigido ao Colegiado por meio do formulário disponível na Secretaria, devidamente assinado pelo orientador contendo:

- Justificativa circunstanciada do pedido; não serão aceitos pedidos onde conste apenas o “de acordo” do orientador;
- Motivo do estudante, solicitando e justificando o trancamento;
- Comprovante do motivo alegado, em que conste o período do impedimento.

Quando o motivo alegado estiver ligado a problemas de saúde do interessado, esse, deverá juntar laudo médico exarado por médico especialista no problema em tela. Não será concedida a renovação do trancamento de matrícula.

7.2. Desistência de disciplinas

O pedido de desistência de disciplinas deverá ser feito em até trinta dias após o início das aulas. Não serão aceitos pedidos feitos após esse prazo, previsto no Calendário Escolar MPCC. Para isso, é necessário que o (a) estudante encaminhe um ofício para a secretaria, com cópia para a coordenação do programa.

7.3. Prorrogação de prazo

Em caráter extraordinário, a pedido do estudante aprovado no Exame de Qualificação, o Coordenador, em face das justificativas apresentadas pelo orientador, poderá conceder a prorrogação de prazo máximo de seis meses, uma única vez, para conclusão da pesquisa e depósito da Dissertação. Após este prazo, ou seja, completado o período de 30 meses para o Mestrado, o estudante será desligado automaticamente do programa. O pedido de prorrogação será instruído com o parecer do orientador e com o cronograma indicativo das atividades a serem desenvolvidas pelo estudante no período da prorrogação. Há incidência de pagamento adicional conforme contrato de prestação de

serviço. O Formulário está disponível no CANVAS.

8. AÇÕES DO STRICTO SENSU ESPM QUE VALE A PENA CONHECER

8.1. Revistas publicadas pela ESPM

International Journal of Business & Marketing

Periódico científico com edições semestrais cuja missão é fomentar e disseminar a produção do conhecimento sobre Marketing e Negócios e promover a integração das comunidades científicas nesses campos. Criado e mantido pela ESPM Sul desde 2016, passa, a partir de 2019, a ser uma publicação de toda a ESPM, vinculada ao Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor, com estímulo à publicação de artigos aplicados, relatos tecnológicos e casos de negócios. Recebe textos em português, inglês e espanhol, avaliados por pares pelo sistema *blind review* e é atualmente classificado como B4 pelo Qualis Capes. Saiba mais em: www.ijbmkt.org

Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (InterNext) *Review of International Business*

A InterNext nasceu em 2006, como instrumento acadêmico de discussão de questões da área de gestão internacional no Brasil. É o único periódico brasileiro especializado na área de gestão internacional. Trata-se, desse modo, de um importante veículo de divulgação e propagação dessa área científica dentro do campo da administração. Desde 2014 todos os artigos são publicados em português e inglês. Está aberta a professores, pesquisadores e estudantes de pós-graduação para a divulgação de artigos científicos, ensaios e estudos de caso didáticos. Classificada como A3 na lista Qualis Capes. Saiba mais em: <http://internext.espm.br/internext>

Comunicação, Mídia e Consumo

A revista Comunicação, Mídia e Consumo é editada pelo PPGCOM-ESPM desde 2004, sendo publicada exclusivamente no formato digital desde 2014. Com periodicidade quadrimestral e avaliada como Qualis A2 na área de Comunicação e Informação, a revista CMC tem como objetivo divulgar a produção acadêmica nacional e internacional de excelência, relacionada com o campo da comunicação e do consumo, em perspectiva sociocultural e crítica. Esse enfoque do debate sobre comunicação e consumo está em

sintonia com a abordagem desenvolvida no âmbito do PPGCOM-ESPM.

Saiba mais em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc>

Revista Diálogo com a Economia Criativa

A Revista é um periódico digital quadrimestral, publicado pelo Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa da ESPM-Rio, com a proposta de lançar uma perspectiva interdisciplinar sobre o campo da Economia Criativa. Além disso, visa ampliar as relações entre pesquisadores brasileiros e internacionais por meio do alcance da mídia eletrônica. A Revista Diálogo aceita para publicação trabalhos produzidos por autores nacionais e estrangeiros, membros do corpo docente e discente de IES, que tratem de temas relacionados à Economia Criativa, resultantes de estudos teóricos, pesquisas, reflexões sobre práticas empresariais, debates etc.

Saiba mais em: <http://dialogo.espm.br/>

Revista da ESPM

Linha editorial desta revista equilibra os mundos acadêmico e dos negócios. O objetivo principal da Revista é o de estimular a geração de artigos e estudos produzidos por professores da ESPM, especialistas do mercado e grandes nomes do mercado nacional nas áreas de administração, marketing e comunicação. É avaliada como Qualis C.

Saiba mais em: <https://www.espm.br/a-espm/bibliotecas-espm/revista-da-espm/>

8.2. Memorial do Consumo

O Memorial do Consumo é um acervo digital que reúne narrativas memorialísticas e afetivas sobre o consumo, bem como produções artísticas, jornalísticas e acadêmicas sobre temáticas relativas ao consumo. Consiste num projeto de extensão criado pelo PPGCOM-ESPM em 2011 e desenvolvido pelos professores do Programa, com a colaboração de bolsistas. O Memorial do Consumo constitui-se na interface entre as pesquisas realizadas no âmbito do PPGCOM-ESPM e a sociedade. Link de acesso em <http://memorialdoconsumo.espm.br.>

8.3. Pesquisa com egressos (as)

O MPCC-ESPM desenvolve regularmente pesquisa com egressos (as), a fim de acompanhar a trajetória acadêmica e profissional dos (as) mestres e doutores (as) titulados (as) pelo Programa.

8.4. Cátedras de Pesquisa

A cátedra Comunicação, Educação e Consumo (feita em parceria com o Instituto Palavra Aberta) foi criada em 2017 com objetivo dar visibilidade para a necessidade da educação para os meios. Para isso, desenvolve cursos para professores–formadores e multiplicadores das redes particular e estadual e divulga material educativo sobre o uso dos meios em mídia digital, com acesso livre, para a população em geral.

Já a Cátedra “Memória – Instituto Cultural ESPM” tem como objetivo organizar e catalogar centenas de peças publicitárias, radiofônicas, televisivas, revistas, folhetos, entre outros materiais únicos de grande interesse para pesquisadores da comunicação e disponibilizá-los para o público externo.

8.5. Plataforma de mídias de imigrantes de São Paulo

Trata-se de um projeto de extensão do PPGCOM-ESPM, desenvolvido em parceria com o Museu da Imigração do Estado de São Paulo que reúne um acervo de mídias produzidas e/ou dirigidas a migrantes internacionais de diferentes nacionalidades em São Paulo a partir do ano de 1990. O projeto contou com recursos do Edital de Ciências Humanas e Sociais do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico). A Plataforma, cujo desenvolvimento se iniciou em 2015 e mantém ativa até o presente, conta com atualização permanente e está disponível para consulta pública. Pode ser acessada em <http://midiasdemigrantesdesp.com.br>

8.6. Observatório de Multinacionais da ESPM

O Observatório de Multinacionais da ESPM (OBMN/ESPM) é um *think tank* internacional de referência em pesquisa acadêmica e estudos de mercado, cujo objetivo é agrupar pesquisadores e executivos brasileiros e estrangeiros na reflexão e debate multidisciplinar sobre o fenômeno da internacionalização de empresas. Pode ser acessado em <http://multinacionais.espm.br/>

8.7. Páginas dos Grupos de Pesquisa da ESPM

Alguns Grupos de Pesquisa da ESPM possuem páginas para comunicar as pesquisas e discussões associadas às suas temáticas e linhas de estudo. Podem ser acessadas pela página do EPAP no site da ESPM: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/escritorio-projetos-apoio-a-pesquisa/>

9. INFRAESTRUTURA

9.1. Auditórios

A escola possui quatro auditórios que são comumente usados pela comunidade acadêmica da escola (localize no mapa em seguida):

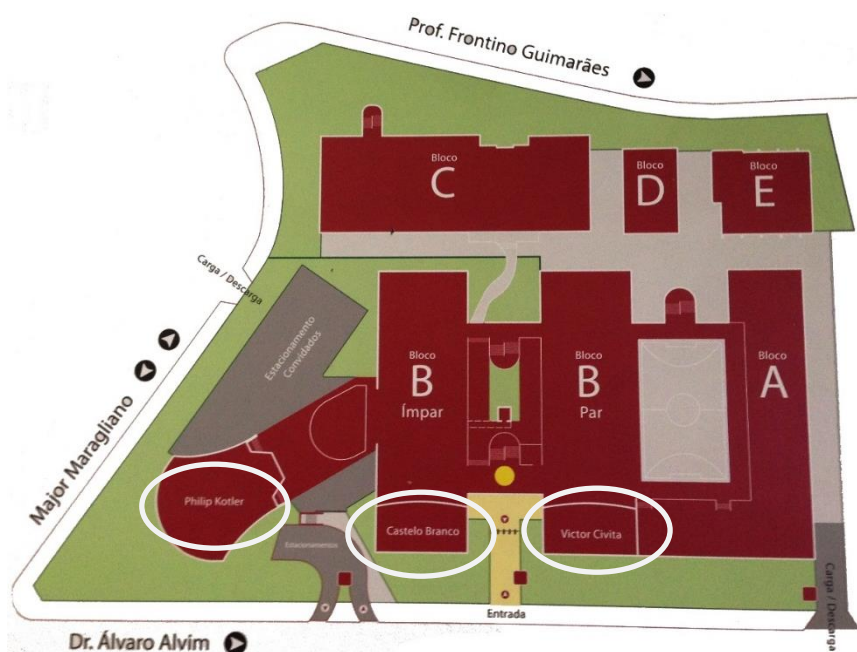
Auditório Castelo Branco (no bloco B ímpar)

Auditório Victor Civita (no Bloco B par)

Auditório Philip Kotler (no prolongamento do Bloco B)

Auditório Aylza Munhoz (fica na ESPM da Rua Joaquim Távora)

9.2. Mapa da escola (Unidade Álvaro Alvim)



9.3. Salas de estudo

As salas de estudo estão espalhadas pela escola. Em frente ao auditório Castelo Branco, no 1º subsolo da biblioteca, no 1º. andar do bloco C. Dica: uma sala tranquila encontra-se no prédio da biblioteca (acesso pelo elevador do hall de entrada).

9.4. A Biblioteca

Explore a página da biblioteca, são inúmeros os serviços que ela presta e que podem ser muito úteis para o seu trabalho. A Biblioteca da ESPM-SP atende de segunda a sexta-feira, das 7h30 às 22h30; e sábado, das 9h às 14h — exceto no período de férias, quando esses horários são alterados. No mapa você pode localizá-la no bloco E.

9.5. Acervo e base de dados

Como aluno de mestrado você pode retirar até sete livros por até 10 dias, que podem ser renovados online. Além do acervo de livros a biblioteca possui diversas bases de dados que podem e devem ser acessadas pelos alunos; A seguir encontra-se uma breve lista de algumas dessas bases, tanto de publicações acadêmicas como profissionais. Algumas são acessadas remotamente outras apenas em computadores da escola.

Biblioteca digital de teses e dissertações da ESPM (TEDE/IBICT)	Reúne o texto completo das dissertações do mestrado, por meio de busca simples e avançada por autor, título, orientador, membros da banca, assunto, resumo e data
JSTOR - Journal Storage The Scholarly Journal Archive	Arquivo com coleções que armazenam e tornam disponíveis periódicos com texto integral, desde o primeiro número.
EBSCOhost	Gerencia e dá acesso a periódicos por meio de várias bases de dados, tais como: Business Source Complete; Communication & Mass Media Complete; ERIC – Educational Resources Information Center; Newspaper Source; Professional Development Collection; Regional Business Review; Film&Television Literature Index with Full Text.
SAGE JOURNALS ONLINE	Fornece periódicos eletrônicos e disponibiliza as coleções em texto completo de comunicação e administração: Communication Studies (de 1955 até o presente) e Management & Organization Studies (de 1947 até o presente).
EMERALD	Base de dados com mais de 110 títulos de periódicos eletrônicos nas áreas de administração, negócios, marketing e economia. Arquivos com texto completo desde 1994 e resumos desde 1989.
WEB OF SCIENCE	Permite acesso a referências e resumos em todas as áreas do conhecimento. Por meio da Web of Science estão disponíveis ferramentas para análise de citações, referências, índice h, permitindo análises bibliométricas. Cobre aproximadamente 12.000 periódicos. Acesso por meio da base de dados do CAPES disponível na biblioteca.
BRASIL EM FOCO – IPC TARGET	informações sobre o consumo das populações urbanas e rurais, dados demográficos de todos os municípios brasileiros, atualizados para a nova malha municipal brasileira
ARQUIVO DA PROPAGANDA	Banco de dados contendo as campanhas de propaganda de televisão, revistas, jornais, rádio, outdoor e outras mídias, desde 1999
EUROMONITOR INTERNATIONAL	Constitui um acervo de informações e estatísticas por país que incluem variáveis demográficas, econômicas e indicadores de estilo de vida
DATAMONITOR	mais abrangente e mais detalhada fonte de informação dos últimos lançamentos de bens de consumo em massa no mercado global
IPSOS MARPLAN	Fornece o perfil de vários segmentos do mercado brasileiro, reúne informações que permitem processamentos cruzados, tanto em hábitos de consumo e uso de serviços, atitudes de compra, hábitos de lazer, assuntos de interesse pessoal e mídia
PYXIS	Base de dados que apresenta o potencial de consumo (demanda) por família ou grupo de produtos de todos os municípios brasileiros. Esta base permite ao usuário identificar diferenças entre os 16 setores disponibilizados, as

9.6. Media Lab

O ESPM Media Lab é um laboratório que investiga, através de pesquisas básicas e aplicadas, as principais transformações na comunicação contemporânea e na cultura digital. É um espaço produtor de estudos para diferentes segmentos da sociedade e um polo difusor de conhecimento que aproxima os universos acadêmico e mercadológico. O laboratório é operado por pesquisadores efetivos e associados, estudantes da pós-graduação e da graduação.

Página: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/nucleos-de-pesquisa/espm-media-lab/>

9.7. Retail Lab

O objetivo é desenvolver novos conhecimentos em varejo e colocá-los à disposição de empresas, alunos, professores e demais stakeholders. O Retail Lab – Laboratório Experimental de Varejo, primeiro do país em instituições de ensino. Neste espaço são ministradas aulas e pesquisas com utilização de equipamentos de exposição, vendas e mercadorias de categorias como alimentos, higiene e limpeza, refrigerados e congelados, eletroeletrônicos, moda esportiva, farma, cosméticos, entre outros.

Páginas: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/nucleos-de-pesquisa/nucleo-de-varejo-e-retail-lab/> e <http://varejo.espm.br/quem-somos>

9.8. EC Lab

Foi criado em 2017 para realização de pesquisas no campo da neurociência, especialmente usando equipamentos do Media Lab para experimentos de “eye tracking” em parceria com a empresa EDGEGROUP. Como exemplo, é possível conduzir experimentos que envolvam a medição da posição e o comportamento do movimento ocular do usuário quando acessa as páginas de internet.

9.9. Game Lab

Laboratório experimental com espaço para pesquisa e experimentação lúdica por meio de jogos. Tem como objetivos: conhecer os conceitos, mecânicas, interfaces e outros elementos sobre jogos diversos.; produzir inteligência sobre o mercado brasileiro de games e game design nas frentes de interesse da comunicação e do marketing.

Página: <https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/nucleos-de-pesquisa/espm-game-lab/>

9.10. Núcleo de imagem e som (NIS)

Infraestrutura completamente integrada digitalmente e amparada com modernos equipamentos de áudio e de vídeo, para produção de spots, trilhas, jingles, vídeos, curtas, comerciais, formatos e produtos jornalísticos e outros trabalhos, que permitem, inclusive, experimentar linguagens e conteúdos para novas mídias. Este espaço é integrado digitalmente com os estúdios fotográficos destinados à realização de trabalhos de várias linguagens publicitárias, tanto em tecnologia química (laboratórios) quanto digital. Todos os laboratórios possuem professores e monitores para garantir o atendimento e segurança na utilização dos equipamentos disponíveis. Estes espaços podem vir a ser usados por alunos do MPCC como um formato alternativo ou mesmo como suporte no desenvolvimento de material de apoio em suas dissertações

9.11. Laboratórios de informática

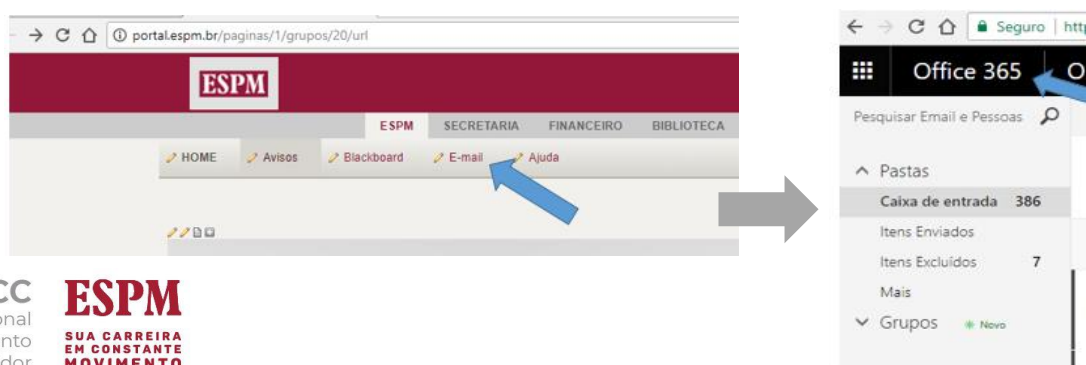
A unidade Álvaro Alvim da ESPM de São Paulo, onde se está localizado o MPCC, conta com 14 laboratórios de informática, totalizando mais de 500 computadores entre MAC, PC e notebooks. Os laboratórios de informática estão divididos da seguinte forma: 1 laboratório de atendimento com 3 impressoras, 12 PCs e 6 MACs; 4 laboratórios para aula com MACs; 9 laboratórios para aula com PCs e Lousas Touch. Todas estas máquinas estão interligadas à máquina do professor e com monitoramento por telão. Os laboratórios, quando não utilizados em aula, ficam abertos para estudo ou realização de trabalhos

9.12. Sala de Focus Group

A ESPM conta com sala adaptada para focus group, localizada no bloco A.

9.13. Outros recursos oferecidos pela escola

O Microsoft office é oferecido gratuitamente aos alunos na escola. O aluno entra no site com seu login e senha, clica e-mail e depois no Office 365.



Apendice A

Sugestão de Cronograma* para projeto de qualificação

Cronograma geral da dissertação - Sugestão	Ano 2												Ano 1									
	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3
Banca de defesa	dia 15																					
Depósito da dissertação Entrega do Formulário de Atividades Programadas Entrega do Formulário de Autorização de entrega da Dissertação		dia 15																				
Revisão idioma e ABNT		x																				
Última entrega		dia 1																				
feedback do orientador e alterações necessárias			x																			
entrega primeira versão final p/orientador				dia 30																		
Elaboração do capitulo final - Conclusão/considerações finais					x																	
Redação dos Resultados						x	x															
Análise dos dados						x	x	x	x													
Coleta dos dados								x	x	x												
Adequação da proposta aos pedidos da banca											x	x										
Exame de qualificação													x									
Depósito do Projeto Entrega do Formulário de Atividades Programadas Entrega do Formulário de Autorização de entrega do Projeto de qualificação														x								
Entrega do Cap 3 - Método														x								
Redação do método														x	x							
Estudo do método a ser utilizado															x	x						
Refinamento dos objetivos - 1a entrega Revisão literatura																dia 1						
Redação Cap 1 - Introdução/justificativa/objetivo																x	x					
Leitura e redação preliminar capítulo revisão de literatura																x	x	x	x			
Levantamento de literatura																				x	x	x
Definição do tema e objetivo preliminar																					x	x

* Sugestão de cronograma elaborada com a colaboração da professora Suzane Strehlau.