

## CHAMADA DE TRABALHOS Nº 01/2024

### X ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD - EMA 2024

**LOCAL** – ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo

**DATA** – 15, 16 e 17 de maio de 2024

#### 1. APRESENTAÇÃO

O X Encontro de Marketing da ANPAD - EMA 2024 será realizado nos dias 15, 16 e 17 de maio de 2024, em São Paulo - SP, sob promoção da **Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD** e de responsabilidade da **Divisão Acadêmica de Marketing - MKT**.

O EMA é um espaço de discussão de temas científicos no âmbito da Divisão. Esta Chamada de Trabalhos é um convite aos pesquisadores, alunos de pós-graduação e professores de quaisquer instituições do país e do exterior. O objetivo do evento é fomentar o desenvolvimento da área de Marketing, considerando os diferentes subsistemas e dimensões de análise, observando, preferencialmente, os Temas de Interesse da divisão.

#### 2. TIPOS DE SUBMISSÕES

Os(As) interessados(as) poderão submeter trabalhos **teórico-empíricos, ensaios teóricos e artigos tecnológicos**.

- 2.1. **Artigo teórico-empírico** - envolve a apresentação de resultados de estudos ou pesquisas, fundamentados em diferentes perspectivas teóricas e metodológicas na análise do tema abordado, com consistência, relevância e com alguma contribuição para o desenvolvimento da área.
- 2.2. **Ensaio teórico** - abrange a discussão de determinado tema a partir de um posicionamento teórico relevante e consistente para a área do conhecimento, com pressupostos que fundamentam os argumentos favoráveis e/ou contrários e que caracterizam a posição do(a) autor(a) em relação a uma ou várias teorias abordadas. Um ensaio teórico geralmente demanda uma análise profunda da literatura existente sobre o assunto abordado e pode ser caracterizado pela reflexão crítica, densidade de interpretação e proposições alternativas para analisar o tema e contribuir para a realização de futuros estudos.
- 2.3. **Artigo tecnológico** - denominado relato tecnológico em eventos anteriores da ANPAD, é um texto destinado a descrever e discutir casos gerenciais de (i) aplicação de tecnologias ou processos, (ii) desenvolvimento de tecnologias administrativas, contábeis e afins, (iii) metodologias de implantação ou aplicação e (iv) *softwares* relacionados com gestão de organizações e fomentadores de algum tipo de intervenção em organizações. Assim, sua natureza é sempre de aplicação. Os artigos tecnológicos devem observar os rigores metodológicos, conceituais e de redação válidos para outras modalidades de textos científicos.

#### 3. PREMIAÇÕES

Neste evento serão reconhecidos pesquisas e pesquisadores(as) por meio de prêmios institucionais da ANPAD, conforme segue:

- 3.1 Prêmio Raimar Richers, para o Melhor Trabalho da Divisão, uma homenagem à inestimável contribuição do acadêmico ao desenvolvimento da área de Marketing no Brasil, a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação da Divisão e Diretoria Científica e ao menos um convidado externo, a partir da indicação de melhor trabalho em cada tema.
  - i. O trabalho premiado terá, direito a regime de fast track no processo de avaliação em um dos periódicos da ANPAD (RAC e BAR).
  - ii. Todos os indicados ao prêmio receberão certificado de “menção honrosa”.
- 3.2 Prêmio de melhor trabalho decorrente de uma tese de doutorado (ANEXO I), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica.
- 3.3 Prêmio de melhor trabalho decorrente de uma dissertação de mestrado (ANEXO I), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica.
- 3.4 Prêmio de melhor avaliador (ANEXO II), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, entre os indicados pelos líderes de cada tema.
- 3.5 Prêmio de Melhor Artigo Tecnológico ou Melhor Trabalho decorrente de Dissertação de Mestrado/Tese de Doutorado Profissional (ANEXO III), a ser escolhido pelo Comitê Científico e Coordenação de Divisão.
- 3.6 Prêmio Jovem Pesquisador (ANEXO IV), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, a partir dos seguintes critérios:
  - i. Atuação na academia a ser avaliada em termos de editoria de periódico, revisão de periódicos ou trabalhos de eventos, liderança de temas, coordenação de divisão, atuação junto à CAPES, CNPq, e ou fundações de apoio e ações afins. Todas essas ações devem refletir a atuação ad honorem do premiado, para o avanço dos temas relativos à Divisão;
  - ii. O indicado deve ter no máximo 8 anos desde sua última titulação de doutor.
  - iii. Aderência dos temas de pesquisa à Divisão;
  - iv. Relevância da produção científica dos últimos oito (8) anos;
- 3.7 Prêmio de Trajetória Acadêmica – Lifetime Achievement (ANEXO V), a ser escolhido pela Diretoria Científica e pela Presidência da ANPAD, a partir de uma lista tríplice indicada pela Divisão, a partir dos seguintes critérios:
  - i. Atuação na Academia, a ser avaliada em termos de editoria de periódico, revisão, liderança de temas, coordenação ou ter sido membro de divisão da ANPAD, atuação junto à CAPES, CNPq, e ou fundações de apoio e ações afins. Todas essas ações devem refletir a atuação ad honorem do premiado, para o avanço dos temas relativos à Divisão;
  - ii. Reconhecimento externo, a partir da aprovação de bolsa DT, PQ ou similar; e ou de ao menos três projetos com financiamento extra IES;
  - iii. Relevância da produção científica dos últimos dez anos;
- 3.8 Prêmio de Reconhecimento por Serviços Prestados à Academia Brasileira de Marketing – MARKETING FELLOW (ANEXO VI), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão, Diretoria Científica e Presidência da ANPAD, com o propósito de homenagear o pesquisador de marketing com a maior contribuição para o engrandecimento da academia de marketing brasileira através de serviços prestados à esta, a partir dos seguintes critérios:
  - i. Possuir o título mínimo de doutor;
  - ii. Ser brasileiro ou estrangeiro com situação regular no País;
  - iii. Poderá ser aposentado, desde que mantenha atividades acadêmico-científicas oficialmente vinculadas a instituições de pesquisa e ensino;
  - iv. Ter participação frequente e efetiva nos encontros da ANPAD;
  - v. Ter sido participante ativo em diretorias, editorias, comitês científicos e editoriais, comitês especiais, comitês de representação nacionais e internacionais, entre outros, relevantes para a o engrandecimento da academia de marketing no Brasil;

- vi. Ser reconhecido pela Comissão como um efetivo pesquisador que contribui para o desenvolvimento da área;
  - vii. Ter um tempo mínimo de atuação acadêmica de 20 anos em ensino e pesquisa;
  - viii. Ser membro individual da ANPAD.
- 3.9 Prêmio de melhor artigo em marketing publicado em periódicos internacionais (ANEXO VII), por autores vinculados a programas de pós-graduação de instituições brasileiras, a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, entre os três trabalhos que obtiverem as melhores notas do comitê de avaliação constituído para o prêmio. Os seguintes critérios serão levados em consideração:
- i. Identificação da contribuição para o avanço do conhecimento em marketing;
  - ii. Rigor metodológico empregado;
  - iii. Impacto da Produção;
  - iv. Estrutura e consistência do artigo.
- 3.10 Prêmio de melhor artigo em marketing publicado em periódicos nacionais (ANEXO VIII), por autores vinculados a programas de pós-graduação de instituições brasileiras, a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, entre os três trabalhos que obtiverem as melhores notas do comitê de avaliação constituído para o prêmio. Os seguintes critérios serão levados em consideração:
- i. Identificação da contribuição para o avanço do conhecimento em marketing;
  - ii. Rigor metodológico empregado;
  - iii. Impacto da produção;
  - iv. Estrutura e consistência do artigo.
- 3.11 Prêmio Distinção na Formação de Recursos Humanos de Pesquisadores da Área de Marketing (ANEXO IX), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, a partir dos seguintes critérios:
- i. Possuir o título mínimo de Doutor;
  - ii. Ser brasileiro ou estrangeiro com situação regular no País;
  - iii. Poderá ser aposentado, e ter tido ou tenha atividades acadêmico-científicas oficialmente vinculadas a Instituições de Ensino;
  - iv. É desejável que tenha sido bolsista PQ ou Sênior no CNPq ou de outro órgão de fomento;
  - v. Ter produção científica relevante;
  - vi. Ter destacada formação de recursos humanos na área que, por sua vez, continuaram a atuar e formar novos recursos humanos, considerando o tempo de atuação na pós-graduação do professor e a região do país onde atua;
  - vii. ter participação frequente e efetiva nos encontros da ANPAD;
  - viii. ser membro individual da ANPAD.
- 3.12 Prêmio Discente de Destaque em Marketing (ANEXO X), a ser escolhido pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, dentre os discentes indicados pelos respectivos orientadores, a partir dos seguintes critérios:
- i. Inovação e relevância da pesquisa: originalidade e o impacto potencial da pesquisa desenvolvida pelo discente durante sua trajetória acadêmica para avanços teóricos ou práticos no campo de Marketing;
  - ii. Desempenho acadêmico: avaliação das notas e participação ativa em cursos e seminários;
  - iii. Publicações e apresentações: qualidade e quantidade de trabalhos publicados e apresentados em conferências ou periódicos;
  - iv. Engajamento com a comunidade acadêmica: participação em grupos de pesquisa, assistência na docência, ou outras atividades que contribuem para a comunidade acadêmica.

**Importante ressaltar que trabalhos que tenham como autor(a) um(a) diretor(a), coordenador(a) de Divisão ou membro de Comitê Científico não poderão concorrer a prêmios na sua Divisão.**

#### **4. DATAS IMPORTANTES**

20/12/2023 – Divulgação da Chamada de Trabalho;  
23/01/2024 – Abertura do endereço eletrônico para receber as submissões;  
~~05/03/2024~~ **11/03/2024** – Data limite para submissão de trabalhos;  
03/04/2024 – Divulgação dos resultados;  
18/04/2024 – Data limite para inscrição de trabalhos selecionados;  
30/04/2024 – Divulgação da programação completa na Internet;  
15/05 a 17/05/2024 – Realização do evento.

#### **5. INSTRUÇÕES PARA A FORMATAÇÃO**

O texto a ser submetido conterá apenas um arquivo de texto completo em PDF com o limite máximo de 10.000 palavras. O trabalho deve conter título, resumo (até 200 palavras) no mesmo idioma do trabalho e referências.

#### **6. INSTRUÇÕES PARA SUBMISSÃO**

- 6.1 Os trabalhos deverão ser submetidos pelo site da ANPAD (<http://www.anpad.org.br>), onde estarão disponíveis: campos de identificação e instruções para encaminhamento do trabalho em PDF.
- 6.2 Os(as) autores(as) são os(as) responsáveis para que os trabalhos estejam de acordo com as características e com os critérios técnicos apresentados nesta chamada.
- 6.3 No ato da submissão os(as) autores(as) devem certificar-se que o cadastro iANPAD de todos os(as) autores(as) estejam com as informações atualizadas. Essas informações constarão na submissão do trabalho. É de exclusiva responsabilidade dos(as) autores(as) os prejuízos advindos da não atualização de dados pessoais e cadastrais.
- 6.4 Se após a submissão houver atualização no cadastro iANPAD, os dados no sistema de submissão não serão alterados. Para isso, a submissão deverá ser cancelada e efetuada novamente, desde que seja realizada dentro do prazo de submissão constante nesta chamada.
- 6.5 Os nomes dos(as) autores(as) não devem constar no arquivo do trabalho. Os dados dos(as) autores(as) devem ser incluídos na página própria do site de submissão.
- 6.6 Os trabalhos não podem, sob hipótese alguma, apresentar identificação explícita (nome digitado no corpo do trabalho, em seu resumo ou nas propriedades do arquivo), identificação oculta ou citação de obra dos(as) próprios(as) autores(as) de forma que permita a sua identificação. Aqueles cuja autoria seja identificada serão excluídos do evento.
- 6.7 Interessados(as) em submeter trabalhos poderão submeter no máximo três trabalhos. A contagem do número de trabalhos não distingue autoria de coautoria.
- 6.8 Cada trabalho pode conter até no máximo 6 autores(as)/coautores(as).
- 6.9 Cada trabalho deve ser submetido uma única vez no evento. Não será aceita múltipla submissão do mesmo trabalho.
- 6.10 São aceitos trabalhos submetidos em português, inglês ou espanhol.
- 6.11 A versão em PDF submetida será a definitiva. Após a submissão não será aceita nenhuma modificação, inclusão, exclusão, substituição, ou alteração de nome, e-mail, instituição ou qualquer outra parte do texto submetido ou das informações dadas na submissão.
- 6.12 Os agradecimentos eventualmente incluídos devem ser exclusivamente institucionais, evitando agradecimentos pessoais.

- 6.13 Antes de realizar o *upload* de trabalhos, os autores(as) devem se certificar de que os arquivos não estejam infectados com vírus. Trabalhos que não atendam a essa exigência serão excluídos.
- 6.14 No ato da submissão dos trabalhos, certifique-se de sua opção de enquadramento: teórico-empíricos, ensaios teóricos ou artigos tecnológicos.
- 6.15 Não serão recebidas submissões após o encerramento do período mencionado no item 4.
- 6.16 A ANPAD não se responsabiliza por submissões não concluídas devido a falha de comunicação, congestionamento das linhas de comunicação, falta de energia elétrica, por lentidão do servidor provocada pelo excesso de acessos simultâneos ou quaisquer outros fatores de ordem técnica que impossibilitem a transferência de dados. Por essa razão, recomenda-se aos(às) interessados(as) que concluam o envio de seus trabalhos com antecedência, evitando eventuais dificuldades técnicas que, porventura, se verifiquem nos últimos dias do prazo de submissão.
- 6.17 Reserve os dias do evento em sua agenda – 15, 16 e 17 de maio de 2024. Caso seu artigo seja aprovado, sua participação poderá ocorrer em uma sessão alocada em qualquer um desses dias, segundo a programação definida pela organização do evento. **A ANPAD não atenderá solicitações de mudança de datas e/ou períodos para apresentação de artigos.**

## 7. INEDITISMO DE TRABALHOS SUBMETIDOS A EVENTOS DA ANPAD

- 7.1. É responsabilidade e dever dos(as) autores(as) informar o ineditismo do trabalho no ato da submissão.
- 7.2. Trabalhos publicados em periódicos ou publicados como capítulos de livros, não são considerados como inéditos para fins dessa chamada, e não devem ser submetidos.
- 7.3. A não consideração desta ressalva poderá acarretar impedimento de apresentação futura de trabalhos em eventos da ANPAD.

## 8. AVALIAÇÃO DOS TRABALHOS

- 8.1. O processo de avaliação dos trabalhos é anônimo. Caso apresente a identificação de um ou mais autores(as), o trabalho será excluído do processo de avaliação.
- 8.2. Cada trabalho será avaliado por, pelo menos, dois avaliadores. Em caso de discrepâncias na avaliação, um terceiro avaliador será designado.
- 8.3. Serão avaliados apenas os trabalhos que cumprirem o prazo e as regras de submissão.
- 8.4. Não será permitida a substituição de arquivos dos trabalhos submetidos ao evento.
- 8.5. A Divisão, sob a coordenação da Diretoria Científica, avaliará as submissões exclusivamente com base na qualidade do trabalho.
- 8.6. O(a) Coordenador(a) da Divisão Acadêmica e Comitê Científico farão uma avaliação inicial dos trabalhos submetidos, antes de enviá-los aos avaliadores. Essa avaliação inicial tem a finalidade de identificar se o trabalho atende aos requisitos mínimos – conceituais, metodológicos, redacionais e de formato – para ser considerado um texto científico.
- 8.7. A Coordenação da Divisão pode permutar os trabalhos entre os temas de interesse da Divisão em que foi submetido, a seu critério.
- 8.8. A seleção final, levará em conta de forma conjunta, (i) o resultado das avaliações, (ii) o número adequado de trabalhos a serem apresentados no Encontro e (iii) o tempo disponível para apresentação de cada trabalho.
- 8.9. Os coordenadores de divisão, membros do comitê científico e líderes de temas não terão acesso aos dados de autoria dos trabalhos submetidos.
- 8.10. Quando ocorre de algum membro do comitê ou líder de tema submeter para a divisão/tema em que atua, o sistema bloqueia o acesso ao trabalho deste usuário, impedindo qualquer ação, como a designação de avaliadores e acompanhamento das avaliações.
- 8.11. Durante o processo de avaliação não será revelado o nome do(a) autor(a) aos pareceristas, nem os nomes destes ao(a) autor(a) (*double-blind review*).

## **9. INSCRIÇÕES E ACESSO AO EVENTO**

- 9.1. A inscrição no evento é individual. Cada participante, autor(a) ou não, deve fazer inscrição para participar do evento.
- 9.2. A inscrição é pessoal, intransferível e não compartilhável.

## **10. INCLUSÃO NO PROGRAMA DO EVENTO E NOS ANAIS ELETRÔNICOS**

- 10.1. Um trabalho aprovado será incluído na programação se e somente se pelo menos um(a) dos (as) autores(as) fizer a inscrição no evento, estando pronto para apresentá-lo na forma de apresentação indicada pela comissão do evento.
- 10.2. O pagamento da taxa de inscrição citada em 10.1 deve ser feito até o dia **18 de abril de 2024** para que o trabalho seja incluído no programa e nos anais do evento.

## **11. FORMATO DAS APRESENTAÇÕES DOS TRABALHOS**

- 11.1. Ao submeter seu trabalho, os(as) autores(as) aceitam que ele seja apresentado em qualquer uma das modalidades de apresentação adotadas (tradicional, interativa ou de aprimoramento).
- 11.2. A decisão final quanto à forma da apresentação de cada trabalho caberá às Divisões Acadêmicas e à Diretoria Científica. A opção será feita em decorrência das inter-relações entre os trabalhos aprovados e a disponibilidade de tempo para apresentações. Não caberá recurso por parte dos(as) autores(as) em relação ao formato escolhido para suas apresentações.

## **12. DISPOSIÇÕES FINAIS**

- 12.1. A submissão do trabalho implica a aceitação total e incondicional de todas as disposições, normas e instruções constantes nesta chamada de trabalhos, nos comunicados e em outros documentos publicados pela ANPAD.
- 12.2. O não comparecimento para apresentação de trabalho incluído na programação do evento implicará o impedimento do(a) autor(a) de submeter trabalhos para qualquer encontro realizado sob o patrocínio e no âmbito da ANPAD até o fim do ano subsequente.
- 12.3. Ao submeter seu trabalho, o(a) autor(a) é convidado(a) a colaborar como avaliador(a) no evento. A seleção dos(as) avaliadores(as) estará a cargo das Divisões Acadêmicas.
- 12.4. Os itens deste edital poderão sofrer modificações e atualizações enquanto não consumada a realização do evento. Todas as modificações e/ou atualizações serão publicadas no site eletrônico da ANPAD, na seção do evento.

## **13. CONTATO ANPAD**

Fone (44) 3354-8545

E-mail: [eventos@anpad.org.br](mailto:eventos@anpad.org.br)

## ANEXO I

### **EDITAIS PARA OS PRÊMIOS DE MELHOR ARTIGO DERIVADO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO ACADÊMICO E MELHOR ARTIGO DERIVADO DE TESE DE DOUTORADO ACADÊMICO**

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em São Paulo - SP, de 15 a 17 de maio de 2024, a Divisão de Marketing da ANPAD voltará a premiar o melhor artigo derivado de dissertação de mestrado acadêmico e o melhor artigo derivado de tese de doutorado acadêmico.

Esses prêmios reconhecem a excelência científica das dissertações e teses de marketing submetidas ao nosso congresso, por meio dos artigos científicos derivados daquelas dissertações ou teses, e que foram aprovados para apresentação durante o Evento.

Os critérios a serem utilizados para a atribuição dos prêmios são *a maior contribuição para o avanço do conhecimento em marketing, rigor metodológico empregado, estrutura e consistência do artigo, aplicação gerencial dos resultados.*

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o orientador da tese/dissertação submeta a candidatura, enviando um e-mail para [divisao.mkt@anpad.org.br](mailto:divisao.mkt@anpad.org.br), até 06/04/2024, informando:

- a. Nome do aluno, última titulação e vínculo institucional da dissertação ou tese (Universidade/Programa de pós-graduação);
- b. Título e ano de defesa da dissertação ou tese da qual se originou o artigo;
- c. Título e número de registro do artigo aprovado no Encontro de Marketing (EMA) (ex: MKT9999);
- d. Justificativa da indicação do artigo.

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

## ANEXO II

### EDITAL PRÊMIO MELHOR AVALIADOR

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em São Paulo - SP, de 15 a 17 de maio de 2024, a Divisão de Marketing da ANPAD premiará o Melhor Avaliador da Divisão de Marketing da ANPAD. A premiação será repetida a cada três anos, durante o EMA.

O objetivo desta premiação é reconhecer o importante trabalho prestado pelos revisores de artigos em nossos eventos científicos. São com base nas contribuições destes revisores que muitos dos trabalhos em andamento avançam em qualidade e se tornam artigos finais em revistas acadêmicas.

Os Líderes de Tema da Divisão de Marketing indicarão os melhores avaliadores dos seus respectivos temas, podendo encaminhar até 3 (três) sugestões de nomes, com as respectivas avaliações feitas para artigos do EMA 2024.

O melhor avaliador será selecionado com base nos seguintes critérios:

- I. O avaliador deverá ter revisado para os eventos da ANPAD nos últimos 2 anos ou 3 eventos;
- II. A qualidade geral das avaliações será estabelecida pelos seguintes critérios:
  - a. avaliações entregues dentro do prazo exigido;
  - b. avaliações contendo críticas assertivas de cada um dos seguintes itens de um artigo: lacuna de pesquisa, fundamentação teórica, rigor dos procedimentos metodológicos, discussão e contribuições da pesquisa. Por avaliação assertiva se entende aquela que mostra pontos fortes, pontos fracos e apresenta sugestões de melhoria;
  - c. homogeneidade na qualidade das diversas avaliações emitidas.
- III. Feedbacks favoráveis dos autores no sistema da ANPAD;
- IV. Como critério de desempate, o avaliador deverá ter regularidade nas revisões, ou seja, ter contribuído com revisões nos últimos dois anos ou três eventos, e ter participado nestes eventos.

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD



## ANEXO III

### EDITAIS PARA OS PRÊMIOS DE MELHOR ARTIGO DERIVADO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL E DE TESE DE DOUTORADO PROFISSIONAL

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em São Paulo - SP, de 15 a 17 de maio de 2024, a Divisão de Marketing da ANPAD voltará a premiar o melhor artigo derivado de dissertação de mestrado profissional e de tese de doutorado profissional.

Esses prêmios reconhecem a excelência científica das dissertações ou teses de programas profissionais submetidas ao nosso congresso, por meio dos artigos científicos derivados destas, e que foram aprovados para apresentação durante o Evento.

Os critérios a serem utilizados para a atribuição dos prêmios são *contribuição para o avanço do conhecimento em marketing, rigor metodológico empregado, estrutura e consistência do artigo, aplicação gerencial dos resultados*.

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o orientador da tese/dissertação submeta a candidatura, enviando um e-mail para [divisao.mkt@anpad.org.br](mailto:divisao.mkt@anpad.org.br), até 06/04/2024, informando:

- a. Nome do aluno, última titulação e vínculo institucional da dissertação ou tese (Universidade/Programa de pós-graduação);
- b. Título e ano de defesa da dissertação ou tese da qual se originou o artigo;
- c. Título e número de registro do artigo aprovado no Encontro de Marketing (EMA) (ex: MKT9999);
- d. Justificativa da indicação do artigo.

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

## ANEXO IV

### EDITAL PARA O PRÊMIO JOVEM PESQUISADOR

A Divisão de Marketing da ANPAD instituiu no ano de 2014 o **Prêmio Jovem Pesquisador em Marketing**. O quinto prêmio será entregue no Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em São Paulo - SP, de 15 a 17 de maio de 2024.

Esse prêmio reconhece a contribuição ao avanço do conhecimento na área de Marketing de pesquisadores brasileiros – associados ou não à ANPAD – que receberam seus títulos de doutores há, no máximo, 8 anos (entre 2016 e 2024).

Serão recebidas inscrições tanto dos próprios candidatos interessados – professores e pesquisadores de Marketing residentes no Brasil – quanto indicações de ex-orientadores.

Os critérios a serem utilizados para o julgamento das inscrições efetuadas incluem *inovação e rigor metodológico em publicações científicas do candidato que avançaram ou tenham potencial para avançar significativamente o conhecimento teórico, metodológico e gerencial no campo de Marketing*.

Para inscrição ao prêmio, o candidato ou seu ex-orientador, deverá enviar um memorial ao coordenador da comissão encarregada de proceder à avaliação dos candidatos inscritos ou indicados. Esse memorial deverá conter os seguintes dados:

- a. Identificação do candidato;
- b. Motivos pelos quais se candidata ou indica o candidato (máximo de 1 página);
- c. Formação do candidato;
- d. Publicações;
- e. Indicação de citações feitas a trabalhos que publicou;
- f. Bolsas, prêmios e distinções recebidos.

As inscrições deverão ser realizadas impreterivelmente até o dia 06/04/2024, por via eletrônica, encaminhando o memorial para o seguinte endereço: [divisao.mkt@anpad.org.br](mailto:divisao.mkt@anpad.org.br)

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

## ANEXO V

### EDITAL PARA O PRÊMIO LIFETIME ACHIEVEMENT EM MARKETING

Com esse Edital, a Divisão de Marketing da ANPAD tem mais uma vez o privilégio de anunciar o **Prêmio Lifetime Achievement**, concedido individualmente, a cada três anos, durante o Encontro de Marketing da ANPAD (EMA). O prêmio tem o propósito de homenagear pesquisadores de marketing com relevante contribuição acadêmica ao longo da vida. Este prêmio será atribuído durante o próximo EMA, a se realizar em São Paulo - SP, de 15 a 17 de maio de 2024.

A indicação inicial dos nomes para a premiação poderá feita pelos membros individuais da área de marketing da ANPAD. O comitê científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o ganhador do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

O pesquisador qualificado para o prêmio deverá:

- a. possuir o título mínimo de doutor;
- b. ser brasileiro ou estrangeiro com situação regular no País;
- c. poderá ser aposentado, desde que mantenha atividades acadêmico-científicas oficialmente vinculadas a instituições de pesquisa e ensino;
- d. é desejável que seja ou tenha sido bolsista PQ ou PQ Sênior no CNPQ ou de outro órgão de fomento;
- e. ter participação frequente e efetiva nos encontros da ANPAD;
- f. ter produção científica em revistas qualificadas e citações;
- g. ter contribuído para a formação de recursos humanos em nível de Pós-Graduação;
- h. ser reconhecido pela Comissão como um efetivo pesquisador que contribui para o desenvolvimento da área;
- i. ter inserção internacional (projetos conjuntos, intercâmbio, professor convidado, etc.);
- j. ter um tempo mínimo de atuação acadêmica de 20 anos em ensino e pesquisa;
- k. ser membro individual da ANPAD.

As indicações deverão ser realizadas impreterivelmente até o dia 06/04/2024, por via eletrônica, encaminhando a indicação e sua justificativa para o seguinte endereço: [divisao.mkt@anpad.org.br](mailto:divisao.mkt@anpad.org.br)

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

## ANEXO VI

### EDITAL PARA O PRÊMIO RECONHECIMENTO POR SERVIÇOS PRESTADOS À ACADEMIA BRASILEIRA DE MARKETING – MARKETING FELLOW

Com esse Edital a Divisão de Marketing da ANPAD tem mais uma vez o privilégio de anunciar o **Prêmio Reconhecimento por Serviços Prestados à Academia Brasileira de Marketing – Marketing Fellow**, concedido individualmente, a cada três anos, durante o Encontro de Marketing da ANPAD (EMA). O prêmio tem o propósito de homenagear pesquisadores de marketing com relevante contribuição para o engrandecimento da academia de marketing brasileira através de serviços prestados à esta, de sua presença em eventos da área no Brasil, participação ativa em órgãos de representação e de fomento, editorias, comitês científicos e editoriais, comitês especiais, comitês de representação nacionais e internacionais, entre outros. Este prêmio será atribuído durante o próximo EMA, a se realizar em São Paulo - SP, de 15 a 17 de maio de 2024.

A indicação inicial dos nomes para a premiação poderá feita pelos membros individuais da área de marketing da ANPAD, enviando as indicações para o e-mail [divisao.mkt@anpad.org.br](mailto:divisao.mkt@anpad.org.br) até o dia 06/04/2024. O comitê científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o ganhador do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

O pesquisador qualificado para o prêmio deverá:

- a. possuir o título mínimo de doutor;
- b. ser brasileiro ou estrangeiro com situação regular no País;
- c. poderá ser aposentado, desde que mantenha atividades acadêmico-científicas oficialmente vinculadas a instituições de pesquisa e ensino;
- d. ter participação frequente e efetiva nos encontros da ANPAD;
- e. ter sido participante ativo em diretorias, editorias, comitês científicos e editoriais, comitês especiais, comitês de representação nacionais e internacionais, entre outros, relevantes para a o engrandecimento da academia de marketing no Brasil;
- f. ser reconhecido pela Comissão como um efetivo pesquisador que contribui para o desenvolvimento da área;
- g. ter um tempo mínimo de atuação acadêmica de 15 anos em ensino e pesquisa;
- h. ser membro individual da ANPAD.

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

## ANEXO VII

### EDITAL PARA O PRÊMIO DE MELHOR ARTIGO EM MARKETING PUBLICADO EM PERIÓDICOS INTERNACIONAIS

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em São Paulo - SP, de 15 a 17 de maio de 2024, a Divisão de Marketing da ANPAD irá premiar o melhor artigo em marketing publicado em periódicos internacionais, publicado por autores vinculados a programas de pós-graduação de instituições brasileiras.

Esse prêmio reconhece a excelência científica dos trabalhos publicados no exterior, por pesquisadores brasileiros, nos últimos 3 anos (de junho 2021 até abril 2024).

Os critérios a serem utilizados para a atribuição dos prêmios são *a maior contribuição para o avanço do conhecimento em marketing, rigor metodológico empregado, estrutura e consistência do artigo*. O comitê científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o ganhador do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o autor principal do trabalho submeta a candidatura, enviando um e-mail para [divisao.mkt@anpad.org.br](mailto:divisao.mkt@anpad.org.br), até 06/04/2024, informando:

- a. Nome dos autores e afiliação;
- b. Título do trabalho publicado;
- c. Cópia do trabalho original publicado com chancela da revista e data de publicação;
- d. Justificativa da indicação do artigo.

Os trabalhos devem ter sido publicados em revistas internacionais (não publicadas no Brasil) do estrato A1 conforme a última classificação emitida pela CAPES.

Cada autor poderá submeter somente 1 trabalho publicado. Cada trabalho deverá ter, pelo menos, um autor que esteja formalmente vinculado a um programa de pós-graduação stricto-sensu brasileiro em 2024.

Somente serão aceitos trabalhos publicados até a data limite de submissão ao prêmio. Não serão aceitos trabalhos em processo de avaliação em qualquer estágio, ou aceitos, mas ainda não publicados (trabalhos publicados online antecipadamente a publicação impressa serão aceitos).

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

## ANEXO VIII

### EDITAL PARA O PRÊMIO DE MELHOR ARTIGO EM MARKETING PUBLICADO EM PERIÓDICOS BRASILEIROS

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em São Paulo - SP, de 15 a 17 de maio de 2024, a Divisão de Marketing da ANPAD irá a premiar o melhor artigo em marketing publicado em periódicos nacionais.

Esse prêmio reconhece a excelência científica dos trabalhos publicados no Brasil, por pesquisadores brasileiros, nos últimos 3 anos (de junho 2021 até abril 2024).

Os critérios a serem utilizados para a atribuição dos prêmios são *a maior contribuição para o avanço do conhecimento em marketing, rigor metodológico empregado, estrutura e consistência do artigo*. O comitê científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o ganhador do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o autor principal do trabalho submeta a candidatura, enviando um e-mail para [divisao.mkt@anpad.org.br](mailto:divisao.mkt@anpad.org.br), até 06/04/2024, informando:

- a. Nome dos autores e afiliação;
- b. Título do trabalho publicado;
- c. Cópia do trabalho original publicado com chancela da revista e data de publicação;
- d. Justificativa da indicação do artigo.

Os trabalhos devem ter sido publicados em revistas do estrato A2 ou A1, conforme a última classificação emitida pela CAPES, ou nas revistas brasileiras de marketing (REMARK, RIMAR e CBR). No caso destas últimas, os responsáveis pela indicação serão os editores dos respectivos periódicos. Estes poderão indicar até 3 trabalhos para concorrer ao prêmio.

Cada autor poderá submeter, no máximo, 1 trabalho publicado (excluindo indicação dos editores dos periódicos supracitados). Caso existam mais trabalhos com um mesmo autor, este deverá escolher qual submeter para apreciação. Se este critério não for observado, todos os trabalhos deste autor serão desconsiderados na avaliação.

Somente serão aceitos trabalhos publicados até a data limite de submissão ao prêmio. Não serão aceitos trabalhos em processo de avaliação em qualquer estágio, ou aceitos, mas ainda não publicados (trabalhos publicados online antecipadamente a publicação impressa serão aceitos).

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD.

## ANEXO IX

### EDITAL PARA O PRÊMIO DE DISTINÇÃO NA FORMAÇÃO DE PESQUISADORES DA ÁREA DE MARKETING

Com esse Edital, a Divisão de Marketing da ANPAD institui o prêmio de Distinção na Formação de Pesquisadores da Área de Marketing, concedido individualmente, a cada três anos, durante o Encontro de Marketing da ANPAD (EMA). O prêmio tem o propósito de homenagear professores que atuam na área de marketing e que se destacam na formação de professores e pesquisadores da área, com marcante papel na orientação em Programas de Pós-graduação Stricto Sensu. Este prêmio será atribuído durante o EMA, a se realizar entre os dias 15 e 17 de maio de 2024.

A indicação inicial dos nomes para a premiação poderá ser feita pelos membros individuais da área de marketing da ANPAD. O comitê científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o ganhador do prêmio, com base nos critérios estabelecidos neste Edital.

O professor/pesquisador qualificado para o prêmio deverá:

- a. Possuir o título mínimo de Doutor;
- b. Ser brasileiro ou estrangeiro com situação regular no País;
- c. Poderá ser aposentado, e ter tido ou tenha atividades acadêmico-científicas oficialmente vinculadas a Instituições de Ensino;
- d. É desejável que tenha sido bolsista PQ ou Sênior no CNPq ou de outro órgão de fomento;
- e. Ter produção científica relevante;
- f. Ter destacada formação de recursos humanos na área que, por sua vez, continuaram a atuar e formar novos recursos humanos, considerando o tempo de atuação na pós-graduação do professor e a região do país onde atua;
- g. ter participação frequente e efetiva nos encontros da ANPAD;
- h. ser membro individual da ANPAD.

As indicações individuais deverão ser realizadas impreterivelmente até o dia 06/04/2024, por via eletrônica, encaminhando a indicação para o seguinte endereço: [divisao.mkt@anpad.org.br](mailto:divisao.mkt@anpad.org.br)

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

## ANEXO X

### EDITAL PARA O PRÊMIO DISCENTE DE DESTAQUE EM MARKETING

A Divisão de Marketing da ANPAD institui o Prêmio Discente Destaque em Marketing. Este novo prêmio será entregue no Encontro de Marketing (EMA), a se realizar entre os dias 15 e 17 de maio de 2024. O objetivo deste prêmio é reconhecer e incentivar a excelência acadêmica e a contribuição inovadora na área de Marketing de discentes atualmente matriculados em programas de Mestrado ou Doutorado de Administração.

As inscrições são abertas a indicações de orientadores. O comitê científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o ganhador do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital. Os critérios de avaliação incluem:

- a. Inovação e Relevância da Pesquisa: originalidade e o impacto potencial da pesquisa desenvolvida pelo discente durante sua trajetória acadêmica para avanços teóricos ou práticos no campo de Marketing;
- b. Desempenho Acadêmico: avaliação das notas e participação ativa em cursos e seminários;
- c. Publicações e Apresentações: qualidade e quantidade de trabalhos publicados e apresentados em conferências ou periódicos;
- d. Engajamento com a Comunidade Acadêmica: participação em grupos de pesquisa, assistência na docência, ou outras atividades que contribuem para a comunidade acadêmica.

Para se inscrever, o orientador do candidato deve enviar um documento contendo:

- a. Identificação do candidato;
- b. Justificativa da candidatura ou indicação, explicitando a relevância da linha de pesquisa do candidato para a área de Marketing (máximo de 1 página);
- c. Histórico acadêmico;
- d. Lista de publicações e apresentações em conferências;
- e. Descrição de contribuições à comunidade acadêmica;
- f. Outros prêmios ou distinções recebidas.

As inscrições devem ser realizadas até o dia 06/04/2024, por meio eletrônico, enviando o dossiê para o endereço: [divisao.mkt@anpad.org.br](mailto:divisao.mkt@anpad.org.br)

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD