

Número	Modalidade	Título
921738	Artigos Científicos	A CONEXÃO COM O INDIVÍDUO COMO MEDIADORA ENTRE A POPULARIDADE DO INFLUENCIADOR E O BOCA A BOCA PARA COMUNICAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS
909756	Artigos Científicos	A Importância do Registro de Desenhos Industriais na Indústria Automobilística: Proteção dos Direitos dos Criadores e seu Impacto na Inovação e Competitividade.
922058	Artigos Científicos	A presença de embaixadores da marca nas comunicações de e-commerce: O caso de uma marca de dermocosméticos
920133	Artigos Científicos	A realização de eventos em “Outlet Centers” e seus impactos no fluxo de pessoas, vendas e performance de lojistas
921948	Artigos Científicos	Aceleração digital e exclusão social: Impactos nas práticas de consumo em supermercados
919595	Artigos Científicos	AI IN THE DECISION-MAKING MARKETING: CONSIDERATIONS AND STRATEGIC APPLICATIONS IN ORGANIZATIONAL CONTEXTS
921818	Artigos Científicos	ANÁLISE DA DECISÃO DO CONSUMIDOR EM LOJAS DE VAREJO: Mapeamento da Atividade Cerebral por meio do EEG e aplicação de Nudge.
905962	Artigos Científicos	Bem-estar Financeiro: Uma Revisão Sistemática de Literatura e Agenda para Pesquisas Futuras
922775	Artigos Executivos	Challenges and Opportunities in Dynamics of Russian Retail Intelligence
905119	Artigos Executivos	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: INFLUÊNCIAS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA) NA COMERCIALIZAÇÃO DE AUTOMÓVEIS POR PARTE DE CONCESSIONÁRIAS.
922709	Working Papers	Comportamento Sustentável com Foco na Redução de Plásticos de Uso Único: Um Modelo Teórico para Exploração Transgeracional
907109	Artigos Científicos	COMPRAS POR IMPULSO E BEM-ESTAR FINANCEIRO: UM ESTUDO COM USUÁRIOS DA PLATAFORMA SHOPEE
915913	Artigos Científicos	Culturas de mercado: a logística de suprimento do Alto Solimões
900815	Working Papers	DECODIFICAÇÃO SIMBÓLICA DE CALÇADOS ATRAVÉS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, UMA PROPOSTA DE PESQUISA: TRANSFORMANDO DADOS VISUAIS PARA A TOMADA DE DECISÃO NO VAREJO INTELIGENTE
907239	Artigos Científicos	DIGITAL DIALOGUES: EXPLORING NESTLÉ’S STRATEGIC BRAND POSITIONING THROUGH SOCIAL MEDIA
908727	Artigos Executivos	Digitalização no pequeno varejo alimentar
908817	Artigos Científicos	É tarde demais? Percepções de consumidores idosos sobre o uso de tecnologias no varejo farmacêutico
922776	Artigos Científicos	Empreendedorismo no Varejo: Análise da Influência da Formação Universitária com Base no Modelo do Evento Empreendedor, de Shapero & Sokol.
922237	Artigos Científicos	Engajamento e performance da marca no varejo digital: Estratégias de engajamento nas redes sociais de marcas de moda e esportes
922874	Artigos Científicos	ENHANCING SALES FORECASTING IN THE FASHION INDUSTRY: A COMPARATIVE STUDY OF MACHINE LEARNING AND TRADITIONAL METHODS FOR SMES
921913	Artigos Científicos	ESTRATÉGIAS DE ANÚNCIOS NA PLATAFORMA FACEBOOK ADS
908942	Artigos Científicos	ESTRATÉGIAS DE VISUAL MERCHANDISING NO COMÉRCIO DE ROUPAS ÍNTIMAS: EXPERIMENTO EM UM AMBIENTE REAL DE FEIRA DE RUA
922026	Artigos Científicos	ESTUDO SOBRE AS PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES NA REGIÃO SUL DO BRASIL EM RELAÇÃO AS ESTRATÉGIAS DE OMNICHANNEL E MULTICHANNEL
922754	Artigos Científicos	HOSPITALIDADE E A SOCIOLOGIA DIGITAL: as relações sociais nas plataformas digitais
922357	Artigos Científicos	HOSPITALIDADE: VANTAGEM COMPETITIVA PARA AGENTES DE VIAGENS
922693	Artigos Científicos	Imagem da diversidade nas marcas: o estudo do caso do processo seletivo de trainee exclusivo para pretos da Magalu
891902	Artigos Científicos	Intangibilidade, investimentos em marketing e market-to-book como drivers da capacidade de inovação no curto e médio prazo
909200	Artigos Científicos	Interatividade e Experiência do Consumidor Varejista em Ambientes de Realidade Aumentada
922178	Artigos Científicos	LINHA DO TEMPO DO VAREJO BRASILEIRO: ANÁLISE HISTÓRICA E PERSPECTIVAS PÓS-PANDEMIA
922712	Working Papers	Managing First Impressions: The Role of Makeup and Gender Stereotypes in Consumer Trust for Female Service Providers
907518	Artigos Científicos	Mapeamento dos estudos no comportamento do consumidor que utilizam o modelo SOR: uma análise bibliométrica.
922471	Iniciação Científica	Mídias Sociais, Desmaterialização das Representações do Consumo Turístico e as Novas Perspectivas de Constituição do Eu Estendido do Viajante na Era Digital
922397	Artigos Científicos	MUITO MARKETING NAS MÍDIAS SOCIAIS É UMA AMEAÇA AOS EFEITOS DO BRAND EQUITY NOS SERVIÇOS DE SAÚDE?
898153	Artigos Científicos	Next-Gen Marketing Insights: Human-AI Collaboration in Analytics
922530	Artigos Científicos	O EFEITO DOS ATRIBUTOS DE EXPERIÊNCIA NO DESEJO DOS TORCEDORES EM FREQUENTAR ESTÁDIOS DE FUTEBOL
922067	Artigos Científicos	O formato de loja física para marcas de luxo: Um estudo sobre a experiência de compra do consumidor brasileiro
922740	Artigos Executivos	O Impacto da IA Generativa no Marketing
908687	Artigos Científicos	O PODER DOS INFLUENCIADORES NAS DECISÕES DE COMPRA DE MARCAS DE BELEZA AUTORAIS
900711	Working Papers	OFERTA DE PLATAFORMAS PARA O VAREJO CALÇADISTA BRASILEIRO: REFLEXÕES PELO FORTALECIMENTO DO ASSOCIATIVISMO
905756	Artigos Científicos	Online Adoption and Consumption in Emerging Markets: A Comparative Study across Socioeconomic Strata
921878	Artigos Científicos	PAPÉL DA CONSCIÊNCIA AMBIENTAL NO COMPORTAMENTO DE COMPRA DE SLOW FASHION: UM ESTUDO SOBRE AS DECISÕES DOS CONSUMIDORES
903878	Artigos Científicos	PLATAFORMAS QUE COLETAM DADOS PESSOAIS: UMA ANÁLISE À LUZ DO MODELO TAM ESTENDIDO
900559	Working Papers	PROCESSOS DE INTERNACIONALIZAÇÃO, EXPORTAÇÕES E MERCADO NA INDÚSTRIA CALÇADISTA BRASILEIRA
922260	Artigos Científicos	QUAIS OS MELHORES TIPOS E FORMATOS DE POSTAGENS EM REDES SOCIAIS NO SETOR FINANCEIRO? PERFIS CORPORATIVOS VS INFLUENCIADORES
908715	Artigos Científicos	REAÇÕES DOS GERENTES INTERMEDIÁRIOS DE UM GRANDE BANCO TRADICIONAL ÀS MUDANÇAS ORIUNDAS DA PROLIFERAÇÃO DE COMPETIDORES NÃO TRADICIONAIS: PERCEPÇÕES, CRIAÇÃO E CONCESSÃO DE SENTIDOS
919978	Artigos Científicos	Realidade Imersiva no Varejo e seu Impacto na Experiência de Compra
922519	Casos de Ensino	RETAIL MEDIA NETWORK: A ESTRATÉGIA DO AMAZON ADS PODE SER REPLICADA NO BRASIL?
907117	Artigos Científicos	Rituais de consumo de café no Brasil e em Portugal
922366	Artigos Científicos	SE CUIDA! ANÁLISE DAS CAMPANHAS DE MARKETING SOCIAL PARA ADESAO AOS HÁBITOS SAUDÁVEIS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19
908906	Artigos Científicos	SLOW FASHION CONSUMPTION: THE ROLE OF CULTURAL AND PERSONAL VALUES IN BEHAVIORAL INTENTIONS
921739	Artigos Científicos	Tendências e estratégias de precificação no varejo: uma análise bibliométrica do food waste, dos efeitos locais e dos canais de vendas
922675	Artigos Científicos	Teoria das Relações Parassociais: Uma Revisão Bibliométrica dos Estudos Internacionais
908885	Artigos Científicos	THE INFLUENCE OF PRODUCT CHARACTERISTICS AND PRICE ON THE PURCHASE INTENTION OF SLOW FASHION
921740	Artigos Científicos	The Role of Sacrifice in Shaping Consumers’ Perception of Authenticity and Moral Authority in Brand Activism
909150	Artigos Científicos	Uma Análise da Interação dos Usuários do Last.fm com a Música de Taylor Swift à Luz da Teoria da Relação Parassocial
903477	Artigos Executivos	VAREJO BRASILEIRO CONTEXTUALIZADO COM AS CADEIAS GLOBAIS DE VALOR (CGV’s)
899464	Artigos Científicos	VAREJO FÍSICO E SEU POSICIONAMENTO DIANTE DOS NOVOS FORMATOS E DINÂMICAS DE COMPRA
922641	Artigos Científicos	VAREJO NA BAIXA RENDA: UMA ANÁLISE SOB A LENTE DA HOSPITALIDADE
922643	Artigos Científicos	VOICE SHOPPING: decisões de compra suportadas por assistentes de voz inteligentes
898255	Artigos Científicos	When Stock Disappears, Psychology Appears: The Moderating Effect of the Regulatory Focus on Consumer Reactions to Out-of-Stock