

# Programação – *Working Papers* (Pôster)

24/10/2019 – Quinta-feira Horário: 18h45min – 20:30h

Local: Quadra FGV

Artigo	Título	Autor / Instituição
7111	As teorias de persuasão constantes na literatura acadêmica que se aplicam no contexto da comunicação de marketing	Lucas Coimbra Araújo*, Universidade FUMEC Cid Gonçalves, Universidade FUMEC
7123	Curtidas e compartilhamentos: A gestão de marcas pela visão dos gestores	Levy Henrique Barbosa dos Santos, FAMA Beatriz Gondim Matos, UFCA Francieudo Sampaio da Silva, UFCA Letícia Linhares Saraiva de Alencar*, UFCA
7131	O efeito “entourage” na percepção do <i>status vip</i> no comportamento de consumo	João Henriques de Sousa Júnior*, UFSC Gabriela Pastre, UFSC Matin de La Martiniere Petroll, UFSC Rudimar Antunes da Rocha, UFSC
7147	A influência do bairrismo no comportamento de consumo em Pernambuco e no rio grande do sul	João Henriques de Sousa Júnior*, UFSC Weverson Soares Santos, UFSC Rudimar Antunes da Rocha, UFSC
7173	Características que influenciam a adoção do mobile banking na região amazônica	Aline Cristina Lobo Nogueira*, Unama Everaldo Marcelo Souza da Costa, Unama Emílio J. M. Arruda Filho, UNAMA/FUMEC
7176	Atributos varejistas relevantes em supermercados: Um olhar sobre a percepção dos consumidores idosos	José Munhoz Fernandes Elis Angela dos Anjos Adriana Bastos Costa José Ricardo Scareli Carrijo* Paulo Sérgio Rosalim Moreno, Centro Universitário de Bauru - ITE
7182	Aplicação de realidade aumentada em um produto: Intenção de compra e segmentação psicográfica	Sandra Maria Rodrigues, UNIFOR José Sarto Freire Castelo*, UNIFOR
7192	Jornada de compra do <i>webroomer</i> em um varejo multicanal	Gabriela Pastre*, UFSC Martin de La Martiniere Petroll, UFSC
7199	A influência do <i>top of mind</i> no <i>brand equity</i>	Angela Satiko Yojo, FEA USP Giu Odone, ESPM Thelma Valéria Rocha*, ESPM Marcelo D'Emidio, ESPM
7207	Comportamento negligente com smartphones: Implicações frente à disponibilidade de novas atualizações.	Alexandre Tiago Kieling*, IFRS Gilmar D'Agostini Oliveira Casalinho, IFRS
7218	Análise dos motivadores do boca a boca virtual ( <i>e-wom</i> ) através do <i>stories</i> da rede social Instagram	Leticia Klering*, IFRS
7230	The effects of a price tag presentation on the purchase intention of new products	Francine Zanin Bagatini*, IMED Rafael Luís Wagner, IMED Eduardo Rech, IMED
7233	O ato de presentear no dia dos namorados: Análise das dimensões de influência de compra de presentes entre homens e mulheres	João Henriques de Sousa Júnior*, UFSC Gabriela Pastre*, UFSC Bianca Gabriely Ferreira Silva, UFPE Miriam Leite Farias, UFPE

7235	Hospitalidade no varejo na cidade de São Paulo	Auhana Nardini Margutti*, Universidade Anhembi Morumbi Roseane Barcellos Marques, Universidade Anhembi Morumbi
7239	A influência da transformação digital na decisão de compra entre as gerações	Genésio Renovato Silva Neto*, FMU
7240	A acreditação hospitalar influencia na satisfação dos seus atores e clientes?	Weverson Soares Santos*, UFSC Rudimar Antunes Da Rocha, UFSC
7250	Aceitação e uso de um <i>Enterprise Resource Planning</i> (ERP): Modelagem de equações estruturais do modelo da teoria unificada da aceitação e uso da tecnologia.	Raul Afonso Pommer Barbosa*, UNIR
7251	Rupturas na modalidade de compra <i>omnichannel</i>	Cristiano Henrique Antonelli da Veiga, UFU Adriano Francisco Campos Dutra, UFU Jean Carlos Domingos, UFU Leonardo Caixeta de Castro Maia*, UFU
7258	Mobile marketing aliado a gamificação como estratégia	Norberto Almeida de Andrade*, FMU Fernando Rodrigues da Silva, FMU Giuliano Carlo Rainatto, FMU
7263	O público homossexual masculino na compra e consumo de produtos de beleza e <i>personal care</i>	Lucien Jacques Gergeoura*, UFU Caroline Mallman Cruz, UFU
7296	A “onda” da <i>gourmetização</i> : (Re)pensando as motivações do fenômeno a partir das formas de isomorfismo	Nilmar Diogo dos Reis*, UFLA Maria Olívia Silva e Vasques, UFLA Marina de Barros, UFLA Luiz Gonzaga de Castro Junior, UFLA Gustavo Clemente Valadares, IFSULDEMINAS
7303	O impacto da internet das coisas no agronegócio	Raul Afonso Pommer Barbosa*, Unir Artur Virgílio Simpson Martins, Unir

