CHAMADA DE TRABALHOS Nº 01/2027

XI ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD – EMA 2027

LOCAL – ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo
DATA – 11, 12 e 13 de maio de 2027

1. APRESENTAÇÃO

O XI Encontro de Marketing da ANPAD - EMA 2027 será realizado nos dias 11, 12 e 13 de maio de 2027, 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.

A 11ª edição do EMA tem como tema central: **criatividade e ciência no marketing: novas fronteiras entre teoria, tecnologia e prática**.

O Marketing sempre combinou rigor científico com a capacidade criativa de compreender pessoas e mercados. Em um cenário de transformações rápidas no comportamento do consumidor, nas tecnologias e nas expectativas da sociedade, essa combinação se torna ainda mais necessária, tanto para gerar teorias inovadoras quanto para propor soluções que façam sentido no mundo real. O Encontro de Marketing da ANPAD - EMA 2027 convida a comunidade a explorar as fronteiras do conhecimento em Marketing, valorizando abordagens metodológicas diversas, diálogos com outras disciplinas e pesquisas que unam imaginação, evidência e responsabilidade.

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 pelo 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, ao CNPq, e ou a 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, ao CNPq, e ou a 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(a) pesquisador(a) de marketing com a maior contribuição para o

engrandecimento da academia de marketing brasileira através de serviços prestados a esta, a partir dos seguintes critérios:

i. Possuir o título mínimo de doutor;
ii. Ser brasileiro(a) ou estrangeiro(a) com situação regular no País;
iii. Poderá ser aposentado(a), 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 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(as) vinculados(as) 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(as) vinculados(as) 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(a) ou estrangeiro(a) com situação regular no País;
iii. Poderá ser aposentado(a), 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(a) professor(a) 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(a) pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, dentre os(as) discentes indicados(as) pelos respectivos orientadores, a partir dos seguintes critérios:

i. Inovação e relevância da pesquisa: originalidade e o impacto potencial da pesquisa desenvolvida pelo(a) 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.

3.13. Prêmio Avaliador(a) Destaque de Periódicos de Marketing (ANEXO XI), a ser escolhido(a) pelo Comitê Científico, Coordenação de Divisão e Diretoria Científica, entre os(as) avaliadores(as) indicados(as) pelos editores dos periódicos nacionais, a partir dos seguintes critérios:

i. Ser membro individual da ANPAD e filiado(a) à Divisão de Marketing;
ii. Regularidade e volume de colaboração como avaliador(a) do periódico que o(a) indicou nos últimos três anos;
iii. Qualidade das avaliações, entendida como a capacidade de oferecer contribuições substantivas para a melhoria dos manuscritos;
v. Cumprimento dos prazos estabelecidos pelo periódico.

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

27/11/2026 – Divulgação da Chamada de Trabalho;
14/01/2027 – Abertura das submissões;
04/02/2027 – Data limite para submissão de trabalhos;
30/03/2027 – Divulgação dos resultados;
13/04/2027 – Data limite para inscrição de trabalhos selecionados;
23/04/2027 – Divulgação da programação completa;
11 a 13/05/2027 – Realização do evento.

5. INSTRUÇÕES PARA A FORMATAÇÃO

O texto a ser submetido deve estar em apenas um arquivo de texto completo em formato 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.

Esta chamada não estipula regras de formatação de texto, fonte, espaçamento ou estilo. Cada autor tem liberdade de submeter seu trabalho com a formatação que considerar mais adequada.

6. INSTRUÇÕES PARA SUBMISSÃO

6.1 Os trabalhos deverão ser submetidos pelo site da ANPAD (https://eventos.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 Não será permitida a substituição de arquivos dos trabalhos submetidos ao evento.

6.13 Os agradecimentos eventualmente incluídos devem ser exclusivamente institucionais, evitando agradecimentos pessoais, e sua inclusão deve ser feita no momento da submissão do trabalho no campo indicado na ficha de submissão.

6.14 Antes de realizar o *upload* de trabalhos, os(as) autores(as) devem se certificar de que os arquivos não estejam infectados com vírus. Trabalhos que não atendam a essa exigência serão excluídos.

6.15 No ato da submissão dos trabalhos, certifique-se de sua opção de enquadramento: teórico-empíricos, ensaios teóricos ou artigos tecnológicos.

6.16 Não serão recebidas submissões após o encerramento do período mencionado no item 4.

6.17 A ANPAD não se responsabiliza por submissões não concluídas devido a falha de comunicação, congestionamento das linhas de comunicação, falta de energia elétrica, 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.

6.18 Reserve os dias do evento em sua agenda: 11, 12 e 13 de maio de 2027. 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 de apresentação de artigos**.

6.19 Recomendamos a leitura dos documentos de governança antes da submissão do trabalho, em especial o "**Manual de Boas Práticas da Publicação Científica da ANPAD**" e as "**Recomendações especiais aos autores**" disponíveis em: https://anpad.org.br/governanca-documentos/

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. Trabalhos apresentados em edições anteriores nos eventos da ANPAD poderão ser submetidos novamente, desde que apresentem aprimoramentos significativos em seu conteúdo.
7.4. 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. A seleção dos avaliadores(as) estará a cargo da Divisão Acadêmica.
8.4. Serão avaliados apenas os trabalhos que cumprirem o prazo e as regras de submissão.
8.5. Caso um avaliador, líder de tema, membro do comitê científico ou coordenador identifique que um trabalho não atendeu a todos os requisitos desta chamada ou, ainda, que não se enquadra no tema e/ou divisão para qual foi submetido, o trabalho poderá ser recusado na pré-seleção e não passará por avaliação.
8.6. Se os líderes do tema para qual o trabalho foi submetido entenderem que o trabalho não se enquadra no tema, podem recomendar a troca para outro tema para o Coordenador da Divisão, que acatará a troca, ou não. Os autores não serão consultados sobre a troca de tema.
8.7. Serão disponibilizados os trabalhos completos para revisão dos avaliadores.
8.8. A Divisão, sob a coordenação da Diretoria Científica, avaliará as submissões com base na qualidade do trabalho.
8.9. O(A) Coordenador(a) da Divisão Acadêmica e do 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.
8.10. A Coordenação da Divisão pode permutar os trabalhos entre os temas de interesse da Divisão em que foi submetido, a seu critério.
8.11. 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.
8.12. O coordenador de divisão, membros do comitê científico e líderes de temas não terão acesso aos dados de autoria dos trabalhos submetidos.
8.13. Quando ocorrer 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 o acompanhamento das avaliações.
8.14. 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*).
8.15. Orientamos aos avaliadores que observem atentamente as diretrizes sobre o uso de Inteligência Artificial na elaboração dos pareceres. Diretrizes disponíveis nos documentos "**Manual de Boas Práticas da Publicação Científica da ANPAD**" e as "**Recomendações especiais aos autores**" disponíveis em: https://anpad.org.br/governanca-documentos/
8.16. A nota de corte será definida pela Diretoria Científica em acordo com o(a) Coordenador(a) da Divisão.
8.17. O resultado divulgado será definitivo, não cabendo interposição de recursos.

9. INSCRIÇÕES E ACESSO AO EVENTO

9.1. A inscrição no evento é individual, intransferível e não compartilhável. Cada participante, autor ou não, deve efetuar sua inscrição para ter acesso ao evento.
9.2. A inscrição só é possível após a atualização completa do cadastro iANPAD.

9.3. Os participantes inscritos devem procurar a secretaria do evento para o credenciamento no dia do evento.
9.4. É solicitado que, em nenhuma condição ou justificativa, os(as) participantes compartilhem a senha de acesso aos ambientes virtuais ou seu crachá físico do evento.
9.5. É de inteira responsabilidade dos(as) autores(as) acompanhar o status de resultado de avaliação do artigo, bem como realizar a inscrição dentro do prazo estabelecido nesta chamada. A ANPAD não se responsabiliza por notificações individuais e não aceitará alegações de desconhecimento por falta de aviso por e-mail.
9.6. A inscrição como voluntário(a) não garante a inclusão de trabalho aprovado na programação no evento. Caso o(a) candidato(a) a voluntário(a) seja autor(a) de trabalho, é obrigatório que um(a) outro(a) coautor(a) se inscreva em uma categoria pagante ou através de isenção concedida pelo programa ANPAD inclusiva (insuficiência de recursos socioeconômico ou identidade étnico-racial) para que o artigo seja incluído na programação final para ser apresentado.
9.7. Para mais informações sobre a solicitação de isenção, empenho e outras informações relacionadas à inscrição do evento, acesse a página de inscrições do evento no site da ANPAD.

10. INCLUSÃO NO PROGRAMA DO EVENTO E NOS ANAIS ELETRÔNICOS

10.1. Um trabalho aprovado será incluído na programação apenas 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 (tradicional, interativa, aprimoramento ou outro).
10.2. O pagamento da taxa de inscrição citada em 10.1 deve ser feito até o dia **13 de abril de 2027** para que o trabalho seja incluído no programa e nos anais do evento.
10.3. Os(As) autores(as) que desejarem pagar a associação individual para ter direito ao valor de inscrição de associado deverão efetuar o pagamento de sua associação com no mínimo 1(uma) semana de antecedência da data informada no item 10.2.
10.4. Ao submeter o trabalho ao presente evento, os(as) autores(as) ficam cientes e concordam com o registro e a publicação permanente de seus trabalhos nos anais do Evento.
10.5. O trabalho completo será disponibilizado na aba “programação detalhada” para todos os(as) participantes inscritos(as) no evento. Após a realização do evento, esse compartilhamento será removido da aba de “programação detalhada” e será disponibilizado nos anais eletrônicos do evento, conforme o modo de exibição escolhido pelo(a) autor(a) no momento da submissão, podendo ser apenas o resumo ou o trabalho completo.
10.6. Após a publicação dos anais do evento, os(as) autores(as) poderão solicitar exclusão do inteiro teor do trabalho publicado, todavia ficam impedidos(as) de requerer sua exclusão total, de modo que pelo menos o resumo do trabalho permanecerá registrado e publicado.

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 pela ANPAD.
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 interrelações 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 na 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 na exclusão do trabalho dos registros dos anais eletrônicos, bem como no 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. A ANPAD incentiva os autores e coautores com título de doutor ou que estejam cursando o doutorado a contribuir como avaliadores dos trabalhos, reconhecendo a importância da colaboração da comunidade acadêmica para a qualidade e o fortalecimento da produção científica.
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

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 11 a 13 de maio de 2027, 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(a) orientador(a) da tese/dissertação submeta a candidatura, enviando um e-mail para divisao.mkt@anpad.org.br, até 02/04/2027, informando:

a. Nome do(a) aluno(a), 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 11 a 13 de maio de 2027, 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 dessa premiação é reconhecer o importante trabalho prestado pelos(as) revisores(as) de artigos em nossos eventos científicos. É 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 2027.

O(A) melhor avaliador(a) será selecionado(a) com base nos seguintes critérios:

I. O(A) avaliador(a) 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 diversos avaliações emitidas.
III. Feedbacks favoráveis dos autores no sistema da ANPAD;
IV. Como critério de desempate, o(a) avaliador(a) 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 11 a 13 de maio de 2027, 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(a) orientador(a) da tese/dissertação submeta a candidatura, enviando um e-mail para divisao.mkt@anpad.org.br, até 02/04/2027, informando:

a. Nome do(a) aluno(a), 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)

A Divisão de Marketing da ANPAD instituiu no ano de 2014 o **Prêmio Jovem Pesquisador(a) em Marketing**. O prêmio será entregue no Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em São Paulo - SP, de 11 a 13 de maio de 2027.

Esse prêmio reconhece a contribuição ao avanço do conhecimento na área de Marketing de pesquisadores(as) brasileiros(as) – associados(as) ou não à ANPAD – que receberam seus títulos de doutores(as) há, no máximo, 8 anos (entre 2019 e 2027).

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

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(a) candidato(a) ou seu(sua) ex-orientador(a), deverá enviar um memorial ao coordenador da comissão encarregada de proceder à avaliação dos(as) candidatos(as) inscritos(as) ou indicados(as). Esse memorial deverá conter os seguintes dados:

a. Identificação do(a) candidato(a);
b. Motivos pelos quais se candidata ou indica o(a) candidato(a) (máximo de 1 página);
c. Formação do(a) candidato(a);
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 02/04/2027, por via eletrônica, encaminhando o memorial para o seguinte endereço: 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(as) 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 11 a 13 de maio de 2027.

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(a) ganhador(a) do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

O(A) pesquisador(a) qualificado(a) para o prêmio deverá:

a. possuir o título mínimo de doutor(a);
b. ser brasileiro(a) ou estrangeiro(a) com situação regular no País;
c. poderá ser aposentado(a), 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(a) pela Comissão como efetivo(a) pesquisador(a) que contribui para o desenvolvimento da área;
i. ter inserção internacional (projetos conjuntos, intercâmbio, professor(a) convidado(a), 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 02/04/2027, por via eletrônica, encaminhando a indicação e sua justificativa para o seguinte endereço: 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(as) de marketing com relevante contribuição para o engrandecimento da Academia de Marketing Brasileira por meio dos serviços prestados a 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. Esse prêmio será atribuído durante o próximo EMA, a se realizar em São Paulo - SP, de 11 a 13 de maio de 2027.

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 até o dia 02/04/2027. O Comitê Científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o(a) ganhador(a) do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

O(A) pesquisador(a) qualificado(a) para o prêmio deverá:

a. possuir o título mínimo de doutor(a);
b. ser brasileiro(a) ou estrangeiro(a) com situação regular no País;
c. poderá ser aposentado(a), 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(a) em diretorias, editorias, comitês científicos e editoriais, comitês especiais, comitês de representação nacionais e internacionais, entre outros, relevantes para o engrandecimento da Academia de Marketing no Brasil;
f. ser reconhecido(a) pela Comissão como efetivo(a) pesquisador(a) 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 11 a 13 de maio de 2027, a Divisão de Marketing da ANPAD irá a premiar o melhor artigo em marketing publicado em periódicos internacionais, publicado por autores(as) vinculados(as) a programas de pós-graduação de instituições brasileiras.

Esse prêmio reconhece a excelência científica dos trabalhos publicados no exterior, por pesquisadores(as) brasileiros(as), nos últimos 3 anos (de junho 2024 até abril 2027).

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(a) ganhador(a) do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o(a) autor(a) principal do trabalho submeta a candidatura, enviando um e-mail para divisao.mkt@anpad.org.br, até 02/04/2027, informando:

a. Nome dos(as) autores(as) 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 (Qualis CAPES 2020/2024) ou do estrato MB (Ficha de Avaliação da área 27 2025-2028).

Cada autor(a) poderá submeter somente 1 trabalho publicado. Cada trabalho deverá ter, pelo menos, um(a) autor(a) que esteja formalmente vinculado(a) a um programa de pós-graduação *stricto-sensu* brasileiro em 2027.

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 à 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 11 a 13 de maio de 2027, a Divisão de Marketing da ANPAD irá 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 2024 até abril 2027).

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(a) ganhador(a) do prêmio, com base em critérios estabelecidos neste Edital.

Para concorrer ao prêmio, é preciso que o(a) autor(a) principal do trabalho submeta a candidatura, enviando um e-mail para divisao.mkt@anpad.org.br, até 02/04/2027, informando:

a. Nome dos(as) autores(as) 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 (Qualis CAPES 2020/2024) ou do estrato B ou MB (Ficha de Avaliação da área 27 2025-2028), 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(a) poderá submeter, no máximo, 1 trabalho publicado (excluindo indicação dos editores dos periódicos supracitados). Caso existam mais trabalhos com um(a) mesmo(a) autor(a), este deverá escolher qual submeter para apreciação. Se este critério não for observado, todos os trabalhos deste(a) autor(a) 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 à 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

O prêmio de Distinção na Formação de Pesquisadores da Área de Marketing é concedido individualmente, a cada três anos, durante o Encontro de Marketing da ANPAD (EMA). O prêmio tem o propósito de homenagear professores(as) que atuam na área de marketing e que se destacam na formação de professores(as) e pesquisadores(as) 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 11 e 13 de maio de 2027.

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(a) ganhador(a) do prêmio, com base nos critérios estabelecidos neste Edital.

O(A) professor(a)/pesquisador(a) qualificado(a) para o prêmio deverá:

a. Possuir o título mínimo de Doutor(a);
b. Ser brasileiro(a) ou estrangeiro(a) com situação regular no País;
c. Poderá ser aposentado(a), 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(a) professor(a) 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 02/04/2027, por via eletrônica, encaminhando a indicação para o seguinte endereço: 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 11 e 13 de maio de 2027. O objetivo deste prêmio é reconhecer e incentivar a excelência acadêmica e a contribuição inovadora na área de Marketing de discentes atualmente matriculados(as) em programas de Mestrado ou Doutorado de Administração.

As inscrições são abertas a indicações de orientadores(as). O Comitê Científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações dos membros individuais e nomeará o(a) ganhador(a) 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(a) 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(a) candidato(a);
b. Justificativa da candidatura ou indicação, explicitando a relevância da linha de pesquisa do(a) candidato(a) 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 02/04/2027, por meio eletrônico, enviando o dossiê para o endereço: divisao.mkt@anpad.org.br

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD

ANEXO XI

EDITAL PARA O PRÊMIO AVALIADOR DESTAQUE DE PERIÓDICOS DE MARKETING

Durante o próximo Encontro de Marketing (EMA), a se realizar em São Paulo - SP, de 11 a 13 de maio de 2027, a Divisão de Marketing da ANPAD institui o Prêmio Avaliador(a) Destaque de Periódicos de Marketing. A premiação será repetida a cada três anos, durante o EMA.

O objetivo deste prêmio é reconhecer o trabalho, quase sempre silencioso e voluntário, dos(as) avaliadores(as) que colaboram com os periódicos científicos brasileiros. É graças à dedicação desses(as) pesquisadores(as) que muitos manuscritos amadurecem ao longo do processo editorial e chegam à publicação com mais rigor, clareza e relevância. Enquanto o Prêmio Melhor Avaliador(a) (Anexo II) reconhece as avaliações feitas para os eventos da ANPAD, este prêmio volta-se às avaliações realizadas para periódicos.

As indicações serão feitas exclusivamente pelos editores-chefes dos periódicos brasileiros que publicam pesquisas em marketing, em especial as revistas brasileiras de marketing (REMARK, RIMAR e CBR) e os periódicos da área de Administração classificados nos estratos A1 ou A2 (Qualis CAPES 2020/2024) ou B ou MB (Ficha de Avaliação da área 27 2025-2028). Cada editor poderá indicar até 3 (três) avaliadores(as), considerando as avaliações realizadas para manuscritos da área de marketing no período de junho de 2024 a abril de 2027.

Poderão ser indicados apenas avaliadores(as) que sejam membros individuais da ANPAD, filiados(as) à Divisão de Marketing e com a anuidade em dia. Não poderão ser indicados(as) os membros do Comitê Científico da Divisão de Marketing, nem os próprios editores-chefes dos periódicos participantes. A condição de associado(a) será conferida pela secretaria da ANPAD antes da avaliação das indicações.

O Comitê Científico da área de marketing formará uma comissão para avaliar as indicações e nomeará o(a) ganhador(a) do prêmio, com base nos seguintes critérios:

a. Volume e regularidade de colaboração com o periódico no período considerado;
b. Cumprimento dos prazos de avaliação estabelecidos pelo periódico;
c. Qualidade das avaliações, entendida como aquela que identifica com clareza os pontos fortes e as fragilidades do manuscrito, em especial quanto à lacuna de pesquisa, fundamentação teórica, rigor metodológico, discussão dos resultados e contribuições, e que oferece sugestões concretas e construtivas para seu aprimoramento;
d. Postura respeitosa e colaborativa em relação aos(às) autores(as);
e. Contribuição efetiva das avaliações para a melhoria das versões subsequentes dos manuscritos;
f. Como critério de desempate, a colaboração do(a) avaliador(a) com mais de um periódico nacional no período considerado.

Para realizar a indicação, o editor-chefe deverá enviar um e-mail para divisao.mkt@anpad.org.br, até 02/04/2027, informando:

a. Nome do periódico e do editor responsável pela indicação;
b. Nome completo, vínculo institucional e e-mail do(a) avaliador(a) indicado(a);

c. Número de avaliações realizadas pelo(a) indicado(a) no período considerado e informação sobre o cumprimento dos prazos;

d. Justificativa da indicação (máximo de 1 página);

e. Cópia de até 2 (duas) avaliações elaboradas pelo(a) indicado(a), sem qualquer informação que permita identificar os(as) autores(as) ou os manuscritos avaliados.

Todas as informações recebidas serão tratadas de forma confidencial e utilizadas exclusivamente para os fins deste edital.

Comitê Científico da Divisão de Marketing da ANPAD