



III CONGRESSO
INTERNACIONAL
MARCAS/BRANDING
ECONOMIA
CRIATIVA

COMO ENVIAR SEU ARTIGO

Enviar o artigo pelo email brandingcongress@belasartes.br, atendendo às normas gerais para a inscrição de trabalhos e informando os **dados do autor**:

- Nome do autor:
- Grau de formação do autor (exemplo: Especialista, Mestre, Doutor):
- Afiliação e endereço da Instituição que representa:
- Endereço (físico) para correspondência:
- *E-mail(s)*:
- Telefone:
- Currículo resumido (cerca de 75 palavras):

No caso de coautores, as mesmas informações devem ser incluídas. Acrescentar o Grupo de Pesquisa em que deseja apresentar o trabalho.

Quem Pode Apresentar Trabalhos?

Doutores, doutorandos, mestres, mestrandos, especialistas, alunos de graduação e profissionais de mercado

IMPORTANTE: o pesquisador que for selecionado para apresentar trabalho nos Grupos de Pesquisa (GPs) se compromete a participar de todas as sessões do referido GP e não apenas àquela em que o seu trabalho está incluído.

Onde Apresentar os Trabalhos?

GPs - Grupos de Pesquisa

- Panorama das marcas - A evolução das marcas numa perspectiva histórica.
- Proteção e avaliação da marca.
- Estratégias de construção e consolidação da marca.
- Tendências de *branding*.
- Ética e sustentabilidade.



III CONGRESSO
INTERNACIONAL
MARCAS/BRANDING
ECONOMIA
CRIATIVA

- Marcas e negócios.
- Marcas e públicos.
- Marcas e cultura.
- O discurso da marca e ideologia.
- Conexões da marca (Transmídia, *Storytelling*, Mídias Sociais, Experiências, outras).
- Metodologias para a pesquisa e para a gestão da marca.

NORMAS GERAIS PARA A INSCRIÇÃO DE TRABALHOS

1. Ineditismo - os trabalhos devem ser inéditos.

2 . Grupo de Pesquisa - cada trabalho só poderá ser proposto a um Grupo de Pesquisa do III Congresso Internacional de Marcas/*Branding*. Por essa razão, é importante que o autor defina precisamente em qual grupo ele se enquadra. Em caso de envio para mais de um Grupo, o trabalho poderá ser excluído do Congresso. Para esclarecer dúvidas quanto ao evento ou Grupo de Pesquisa para o qual pretende enviar o trabalho, consulte nos Grupos de Pesquisa ou consulte a Comissão Organizadora pelo *email* brandingcongress@belasartes.br.

3. Envio de artigo completo - O(s) autor(es) deverá(ão) enviar o artigo completo, conforme o modelo-padrão, salvo em PDF e em WORD, dentro do prazo estipulado e após o pagamento da inscrição (e compensação bancária). É obrigatório formatar o trabalho de acordo com o modelo-padrão e, sobretudo, utilizar o papel timbrado específico deste evento. A não obediência a estas regras implicará na não publicação do trabalho.

4. Apresentação dos trabalhos - cada apresentador terá 20 minutos para expor seus estudos, seguidos de 10 minutos de perguntas e 10 minutos de respostas.



III CONGRESSO
INTERNACIONAL
MARCAS/BRANDING
ECONOMIA
CRIATIVA

7. Pagamento - Somente poderão submeter o artigo final os autores previamente inscritos no III Congresso Internacional de Marcas/*Branding* e que comprovarem o pagamento.

8. A taxa de inscrição no Congresso assegura ao participante o direito de comparecer aos eventos, como ouvinte, debatedor ou como apresentador de trabalho. Na hipótese da apresentação de trabalho, o participante ficará condicionado ao julgamento de mérito feito pelos comitês acadêmicos que selecionam os trabalhos. O autor cujo trabalho for recusado pelo respectivo comitê de avaliação do mérito científico não terá direito de restituição da taxa de inscrição no congresso, caso já tenha feito a mesma. Fica assegurada, nesse caso, a participação do autor como ouvinte ou debatedor em qualquer dos eventos programados, dentro do limite do espaço disponível nas salas onde se realizarão as atividades do Congresso.

9. Coautores - para submissão de trabalhos em coautoria o autor proponente deverá informar o nome e nº do CPF (Cadastro de Pessoa Física no Brasil) dos demais coautores para que possa adicioná-los ao trabalho. Em caso de estrangeiros, o autor deverá enviar *email* à comissão organizadora que irá orientá-lo. O sistema somente aceitará a inclusão de nomes de autores inscritos no evento. **IMPORTANTE:** somente autores, coautores, professores e orientadores inscritos e indicados na submissão terão direito ao certificado e nomeação no programa.

10. Direitos Autorais - na hipótese de aceitação do trabalho para apresentação em qualquer dos eventos do Congresso, o autor estará outorgando, formal e graciosamente, à Associação Internacional de Investigadores de *Branding* - Observatório de Marcas e à Belas Artes, o direito de reprodução nos arquivos virtuais do III Congresso Internacional de Marcas/*Branding* e em seus Anais (que serão distribuídos e comercializados, em CD-Rom, durante o evento ou posteriormente a ele), na Revista Científica BrandTrends e/ou ainda seu respectivo depósito na Biblioteca Virtual da Univates, Belas Artes e/ou IPL.



III CONGRESSO
INTERNACIONAL
MARCAS/BRANDING
ECONOMIA
CRIATIVA

11. Certificados - na hipótese de coautoria, o(s) outro(s) autor(es) que desejar(em) certificado(s) e nomeação no programa, inclusive professor(es) orientador(es), deverá(ão) estar **regularmente inscrito(s) no Congresso** e ser indicados no momento da inscrição do trabalho.