

SUMÁRIO

ARTIGOS

04 A IMPORTÂNCIA DOS MERCADOS FUTURO E A TERMO NA COMERCIALIZAÇÃO DO CAFÉ ARÁBICA: UMA ANÁLISE A PARTIR DO MODELO DE MARKOWITZ

GIL BARABACH | CARLOS EDUARDO LOBO E SILVA

26 ATIVOS INTANGÍVEIS: RELAÇÃO COM ATIVOS TANGÍVEIS E ÍNDICES FINANCEIROS

IVANILDE DIAS DA SILVA | DEISY CRISTINA CORRÊA IGARASHI | WAGNER IGARASHI | VALTER DA SILVA FAIA

41 ANÁLISE DA INSERÇÃO DE MARCA EM GAMES

FLAVIA LUCIANE SCHERER | IVANETE SCHEIDER HAHN | CARLA MARIA WEGNER | MARINDIA BRACHAK DOS SANTOS | MARIA CAROLINA SERPA FAGUNDES DE OLIVEIRA

60 IDENTIDADES CULTURAIS DE CONSUMIDORES DA PITÚ EM SUA COMUNIDADE DE MARCA: UMA NETNOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO

ANDRÉ LUIZ MARANHÃO DE SOUZA LEÃO | THIAGO IANATONI CAMARGO | RODRIGO CÉSAR TAVARES CAVALCANTI

CASOS PARA ENSINO

82 TUPER: OPORTUNIDADES E AMEAÇAS NO MERCADO DO PRÉ-SAL

CARIN MARIBEL KOETZ | ELAINE JOHN | ANETE ALBERTON | SIDNEI VIEIRA MARINHO