

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PAULO HENRIQUE MULLER PRADO

MEMORIAL DESCRITIVO

CURITIBA
2024

Paulo Henrique Muller Prado

MEMORIAL DESCRITIVO

Memorial Descritivo de atividades de ensino, pesquisa e extensão, apresentado à Comissão Permanente de Pessoal Docente da Universidade Federal do Paraná, para fins de progressão vertical de Carreira do Magistério Superior – Classe E – Professor Titular – Resolução N 10/14 CEPE.

Curitiba

2024

Sumário

1.	Apresentação e Formação Básica	4
2.	Formação Superior.....	4
3.	Retorno a Curitiba e Formação de Mestrado	5
4.	Ingresso na UFPR e Carreira Docente	6
5.	Doutoramento e Ampliação na Atividade de Ensino e Pesquisa na UFPR.....	8
6.	Novos Desafios e Contribuições para Gestão da UFPR e para Entidades de Representação.....	9
7.	As Posições de Professor Visitante e Ampliação das atividades em Entidades de Representação.....	11
8.	Considerações Finais	12
	CURRICULO LATTES.....	15

1. Apresentação e Formação Básica

Eu nasci em Curitiba, no dia 18 de dezembro de 1967, filho de Antonio Alves do Prado Filho, advogado e professor do ensino superior, e Elisabeth Muller Prado, assistente social e arquiteta amadora. Aprendi desde cedo os valores do trabalho, da entrega pessoal, do respeito, da ética e da gentileza como base para o crescimento pessoal e profissional.

Eu iniciei meus estudos do ensino fundamental no Colégio Marista Santa Maria, onde permaneci até a 8ª série. Com algum destaque, fui agraciado com a Medalha de Honra ao Mérito Marista e com a Gran Cruz Beato Marcelino Champagnat pelo desempenho acadêmico.

No Ensino Médio (ensino científico à época), no 1º ano, concomitante ao ensino regular do Colégio Dom Bosco, fiz formação em Assistente em Desenho de Edificações. Também como resultado do compromisso acadêmico, consegui a aprovação no vestibular de Engenharia Civil ao final do 2º ano, e em Engenharia Eletrônica no CEFET no vestibular de inverno no meio do 3º ano. Ao final do 3º ano, fui aprovado no curso de Engenharia Civil na UFPR.

2. Formação Superior

Ingressando no curso de Engenharia Civil (1985), ao final do 1º ano, fui convidado para fazer parte do CESEC (Centro de Estudos de Engenharia Civil). Já durante o 1º ano, iniciei estágio na área em empresa de construção civil.

Em revisão de preferências profissionais, optei por realizar novo processo seletivo, agora para Engenharia Elétrica. Fui aprovado neste curso, na Faculdade de Engenharia Elétrica da Unicamp (1986). Durante o curso, já a partir do 2º ano, vinculei-me a um programa de iniciação científica no Departamento de Computação e Automação, onde trabalhei em projeto de desenvolvimento de hardware para processamento de visão computacional. Este trabalho gerou a publicação de 3 relatórios de estágio e a inserção de paper no Congresso de Iniciação Científica de São Carlos (1989).

Profissionalmente, ao final do 4º ano, iniciei estágio na PHT Engenharia, em Campinas (SP), ligada ao grupo Promon, em telecomunicações, onde assumi uma posição na área de gerência de produtos (1990). Em paralelo ao curso e ao estágio, também participei do grupo responsável pela montagem da JrEEE (Empresa Junior de Engenharia Elétrica da Unicamp), 1ª Empresa Junior no Brasil na área de engenharia, da qual fui eleito 1º Presidente. Minha responsabilidade foi a estruturação da empresa, aprovação do modelo junto à Unicamp, divulgação e captação de projetos, além de coordenar o desenvolvimento destes. Entregamos ao final do 1º ano 10 projetos (concluídos e em andamento naquele ano). Também participamos da fundação da FEJESP (Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo), responsável pela difusão deste movimento no Brasil.

3. Retorno a Curitiba e Formação de Mestrado

Após o final da graduação e as experiências de estágio e na JrEEE, uma nova perspectiva se abriu para a carreira acadêmica e profissional. De volta a Curitiba, fui trabalhar na área de Telecomunicações na Nutron SA, como responsável por suporte técnico (1991). Ainda nesse período, retomei minha jornada acadêmica ministrando aulas no curso de Ciência da Computação da PUC-Pr, na disciplina de Circuitos Lógicos.

Tendo em vista as experiências administrativas que tive no início da carreira, optei por um novo caminho, iniciando o Curso de Especialização em Marketing no CEPPAD-UFPR (1991). Neste mesmo período fui aprovado no curso de Mestrado em Administração nesta mesma instituição (1992). Estas responsabilidades me fizeram alterar as atividades profissionais, agora me vinculando a Servekip Automação Industrial como consultor associado em projetos de automação.

Os cursos de especialização e mestrado me propiciaram a participação mais ativa no mundo acadêmico com as primeiras publicações em periódicos e a participação em eventos na área de administração e marketing como apresentador de trabalhos e parte da equipe de organização (Enanpad 1994).

Neste período tive contato com um dos grandes mentores da minha vida acadêmica e profissional, o Prof. Dr. Renato Marchetti, de quem tive a oportunidade de ser seu orientado durante a Especialização e o Mestrado. Uma parceria que iria durar uma vida de muito aprendizado, colaboração e premiações.

4. Ingresso na UFPR e Carreira Docente

Antes da finalização do Mestrado, fui aprovado em concurso público na UFPR (1994). Inicialmente, dada minha formação em engenharia e experiência em projetos de operações de fábrica, assumi disciplinas na graduação deste curso na área de Operações e Métodos Quantitativos. Também ministrei disciplinas na pós-graduação lato senso nesta área. Reconhecimentos foram dados pelos alunos com os quais interagi durante as aulas como professor paraninfo (1998, 1999, 2000), professor homenageado (2000 e 2001).

Em função da minha formação mais recente em Marketing e Comportamento do Consumidor, procurei nos anos seguintes direcionar minha atuação docente para as disciplinas de Introdução ao Marketing, Estratégia de Marketing, Tópicos de Marketing e Marketing de Serviços. Essa é a área de meu interesse e atuação até o presente momento. Também fui reconhecido por alunos neste período, como professor homenageado (2000, 2003, 2004, 2006, 2007 e 2008), Paraninfo (2004) e Nome de Turma (2003).

No início da carreira de pesquisa (1997), fui convidado a ministrar disciplinas no Mestrado em Administração, e participar como professor colaborador do PPGADM, inicialmente trabalhando Laboratório de Estatística (SPSS Aplicado), e posteriormente assumindo disciplinas na área de Marketing.

Desde o meu ingresso na UFPR, estive envolvido ativamente nas atividades de pesquisa e publicação acadêmicas. Fui agraciado com o 3º Prêmio de Excelência em Varejo em 1998 e Voto de Louvor pela Câmara Municipal de Curitiba por este prêmio, 3ª colocação no 5º Prêmio de Excelência em Varejo em 2000, e 2ª colocação na 9ª edição deste mesmo prêmio em 2004, dado os

trabalhos de pesquisa acadêmicos da referida área. Também obtiva Menção Honrosa na área de Marketing no EnAnpad em 2001, e o melhor trabalho no Congresso Anual de Tecnologia de Informação (CATI) em 2004. Durante estes 10 anos iniciais, foram 59 publicações em revistas, capítulos de livros e em congressos nacionais e internacionais.

Foi um período mais intenso de participação com serviços à comunidade acadêmica e empresarial brasileira. Mesmo sem ter o título de doutoramento, fui aceito como parte do corpo de revisores dos congressos da ANPAD, e revisor de periódicos acadêmicos brasileiros.

Particpei de atividades de extensão, consultoria e educação corporativa na UFPR. Para citar alguns projetos importantes, coordenei academicamente a especialização em Marketing do CEPPAD, a especialização em administração junto ao SENAI-PR, participei como coordenador adjunto do programa de Desenvolvimento em Marketing da ABRAEE junto a empresas do setor elétrico brasileiro, e fui coordenador do convênio CEPPAD-FUNPAR.

Particpei de vários programas de especialização lato-senso na UFPR, onde tive a oportunidade de orientar mais de 50 alunos. Também fui convidado a ministrar palestras e cursos em outros cursos de especialização e extensão na EAESP-FGV, CDE-FAE, UNIOESTE, UNIOESC, UNICENP, ISPG, UNERJ, ISAD-PUC, além de programas em empresas como Correios e Banestado, e em empresas do Setor Elétrico brasileiro, através da ABRADÉE, entre outros.

Pude também contribuir em projetos de consultoria e assessoria para o desenvolvimento do IASC (Índice Aneel de Satisfação do Consumidor do Setor de distribuição de Energia Elétrica no Brasil), para o desenvolvimento do ISSC (Índice Sanepar de Satisfação do Consumidor), para discutir e implementar a função de Marketing na SANEPAR e nos Correios-PR.

Estes resultados foram obtidos com a ampla colaboração de parcerias de professores da UFPR, principalmente do Prof. Dr. Renato Marchetti e alunos do Mestrado em Administração nas atividades de pesquisa e publicações. Gostaria de mencionar o Prof. Dr. Alberto de Olivera Lima (Michigan State University - MSU), que me incentivou a mergulhar na pesquisa acadêmica. Também devo reconhecer os Profs. Zaki Akel Sobrinho, Alceu Souza e Pedro Steiner Neto,

essenciais para minha inclusão como professor na graduação da UFPR, e do Prof. Clóvis Machado da Silva, que deu suporte a minha inserção no programa de pós-graduação.

5. Doutorado e Ampliação na Atividade de Ensino e Pesquisa na UFPR

Em 2000 iniciei meu doutorado na EAESP-FGV, sob orientação do Prof. Rubens da Costa Santos. Este foi um período bastante rico em novas vivências acadêmicas, mas também de muito trabalho, já que não me desvinculei das atividades didáticas na UFPR para realização do curso.

Ao final dele (2004), fui incorporado ao núcleo permanente de professores do PPGADM-UFPR, já iniciando minhas orientações de mestrado e doutorado. Coincidindo com o início do programa de doutorado em administração, o período foi de bastante trabalho no stricto sensu. Com aposentadorias e reestruturação do programa, foi necessário assumir várias atividades acadêmicas neste programa, com a abertura de uma disciplina no mestrado e quatro no doutorado, além de orientações nos dois níveis. Tive a oportunidade de desenvolver pesquisas com vários mestrandos e doutorandos competentes e engajados com o avanço do conhecimento de marketing no Brasil. Hoje somam 16 orientações de doutorado, 38 de mestrado e 1 de pós-doutorado. Muitos deles assumiram posição de destaque no ensino e na pesquisa na área no Brasil. Cito no Quadro 1 orientados de doutoramento e suas posições.

Ao longo desse período fui o responsável pelos primeiros intercâmbios de doutoramento sanduiche do programa, na Espanha e no Canadá.

Quadro 1 – Orientandos de Doutorado, Ano de formação e Colocação

Doutores	Ano Graduação	Colocação
Felipe Alves	2024	Banco Central Brasil
Francielle Manosso	2023	UFPR
Nayara Duarte	2021	
Graziela Perreto Rodrigues	2021	UP
Renata Moreno	2021	LongVision
Franciele Frizzo	2020	Empreendedora e IFRGS
Maiara Kososki	2019	PUC-PR e CDE-FAE
Juan Camou Viacava	2016	PUC-PR
Juliana Medeiros	2016	UEM
Elder Semprebon	2014	UFSC
Fabiana Thiele	2013	PUC-PR
Martin Petroll	2013	UFSC
José Carlos Korelo	2013	UFPR
Danielle Mantovani	2011	UFPR
Eliane Francisco	2010	PUC-PR
Olga Pépece	2009	UEM

O reconhecimento dos trabalhos de pesquisa não tardou a aparecer, agora conjuntamente com orientandos nos diferentes níveis. Fomos agraciados com a 3ª colocação entre trabalhos acadêmicos no 10º Prêmio Excelência no Varejo - USP (2005), selecionado entre os 3 melhores trabalhos acadêmicos no 1º Congresso Latino-Americano de Varejo – FGV (2008), e a 1ª colocação no 14º Prêmio Excelência no Varejo – USP (2009).

Nas atividades de ensino de graduação, também fui reconhecido por alunos neste período, como professor homenageado (2009, 2010).

6. Novos Desafios e Contribuições para Gestão da UFPR e para Entidades de Representação

Com o maior envolvimento nas atividades de ensino e pesquisa em nível de pós-graduação, um movimento importante foi o de participar mais ativamente nas atividades de gestão nessas áreas. Já em 2004 assumi a liderança da linha de pesquisa de Marketing no PPGADM da UFPR, onde crescemos de quatro para oito professores, e buscamos atrair novos talentos para substituir as aposentadorias que estavam ocorrendo. Também consolidamos o formato de

grupos de pesquisa na linha, focando nos dois blocos de Estratégia de Marketing e Comportamento do Consumidor.

Em 2009 assumi a vice coordenação do Programa de Pós-Graduação em Administração. Novamente eleito vice coordenador em 2011, assumi a coordenação interinamente em 2012. Neste mandato, fui o condutor da reestruturação do programa e de suas linhas em tondo dos grupos de pesquisa desenvolvidos, da atração de novos professores para o programa, da ampliação da base de candidatos ao programa, e no crescimento da produção acadêmica entre os participantes.

Para contribuir com a exposição do PPGADM em nível Brasil, em 2007 assumi a liderança do tema Comportamento do Consumidor na divisão de Marketing da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração (ANPAD). E assim, em 2013 assumi a coordenação da divisão de marketing desta instituição, onde fui responsável pela organização dos eventos de área e da divisão nos congressos gerais. Buscando maior engajamento com a pesquisa, instituímos novos prêmios na divisão (Jovem Pesquisador, melhores trabalhos baseados em dissertação e tese, melhor revisor dos eventos), iniciativas que posteriormente foram incorporadas pela Anpad às outras divisões. Estruturamos o Prêmio de *Lifetime Achievement*, que foi posteriormente implementado. Também editamos o blog da Divisão de Marketing para tornar mais transparente os processos de premiação e atividades da divisão, além gerar mais participação da comunidade. Fomentamos um pós-evento com alunos em doutoramento para promover maior integração entre estes futuros participantes da academia brasileira. Como resultado deste esforço, atingimos o recorde de submissão de trabalhos aos eventos, e a Divisão de Marketing tornou-se a 2ª maior da ANPAD. Este resultado foi possível pela contribuição significativa do Comitê Científico da área (Profs. Eduardo Andrade – EBAPE-FGV, José Afonso Mazzon – FEA-USP, Vinícius Brei – UFRGS), dos líderes de tema deste período e da comunidade brasileira de pesquisadores em marketing.

Também neste período, fui responsável pela 1ª turma de imersão internacional no MBA do CEPPAD com a Universidade da Florida, e o desenho do programa de dupla certificação também no MBA com a Universidade Nova de Lisboa, que já está na 6ª turma, e ampliando a parceria para outras áreas.

Nas atividades de ensino de graduação, buscando manter a atuação significativa, fui reconhecido por alunos neste período como professor homenageado (2012, 2013) e Nome de Turma (2014).

7. As Posições de Professor Visitante e Ampliação das atividades em Entidades de Representação

Apesar da exposição à perspectiva internacional através da participação em congressos e trocas com pesquisadores no exterior, fazia-se necessária a imersão nesta realidade. Foi quando em 2017 uma posição de professor visitante, em parceria com o Prof. Darren Dahl na Universidade de British Columbia (Vancouver – Canadá), para vivenciar a realidade de um dos grupos de pesquisa mais produtivos do mundo. O Auxílio da Fundação Araucária e da CAPES foram essenciais para fomentar esse período de estudos e pesquisas fora do País. A experiência mostrou a dinâmica da realidade de pesquisa e produção acadêmica que eu ainda não tinha participado, bem como permitiu explorar novas parcerias com os professores que lá estavam, não só para mim, mas para outros professores e alunos na pós-graduação em seus programas de intercâmbio.

Nesse sentido, e reforçando as parcerias internacionais, também fui convidado a participar como visitante da Universidade Nova de Lisboa em parceria com o Prof. Dr. Diego da Costa Pinto (2023), onde a consolidação de parcerias em diversos níveis de educação e pesquisa foi o principal mote, além da discussão de projetos de pesquisa conjuntos.

Novamente eleito em 2018 para a coordenação da divisão de Marketing na Anpad, novos desafios foram postos. Já no 1º ano de gestão, além da continuidade nos prêmios que foram implementados em gestões anteriores, conseguimos trazer mais palestrantes internacionais para a divisão através de parcerias com escolas de negócios que auxiliaram na cobertura dos custos. Em 2020 enfrentamos a migração dos eventos para o modelo virtual, combinado com as novas modalidades de gerenciamento com os temas gerados pela comunidade. Desta forma, passamos de 10 líderes de tema para mais de 40.

Mas oportunidades de melhoria surgiram a partir do convite de palestrantes internacionais na modalidade virtual para atividades de cada tema, o que nos possibilitou a participação já no 1º ano de mais de 10 convidados internacionais. Também atingimos novo recorde nas submissões de trabalhos, o que tornou a divisão a maior da Anpad. Este resultado foi possível com a contribuição do comitê científico (Profs. Fernando Bins Luce - UFRGS, Danny Claro – INSPER, Emilio Arruda - UNAMA), dos líderes de tema deste período, e de toda a comunidade de pesquisadores em Marketing no Brasil.

Procurando manter minha contribuição significativa nas atividades de pesquisa, a partir de 2005 publiquei mais de 100 trabalhos acadêmicos, entre papers em periódicos nacionais e internacionais referenciados, capítulos de livros, e artigos em congressos nacionais e internacionais. Também em 2015, nosso artigo figurou entre os três melhores trabalhos da Divisão de Marketing do EnAnpad. Em 2016 fui agraciado, em conjunto com meus orientandos, com o prêmio de melhor trabalho no Encontro de Marketing da Anpad (2016). Em 2023 fui agraciado com o Prêmio de Melhor Trabalho baseado em Tese de Doutorado no EnAnpad, em conjunto com minha orientanda.

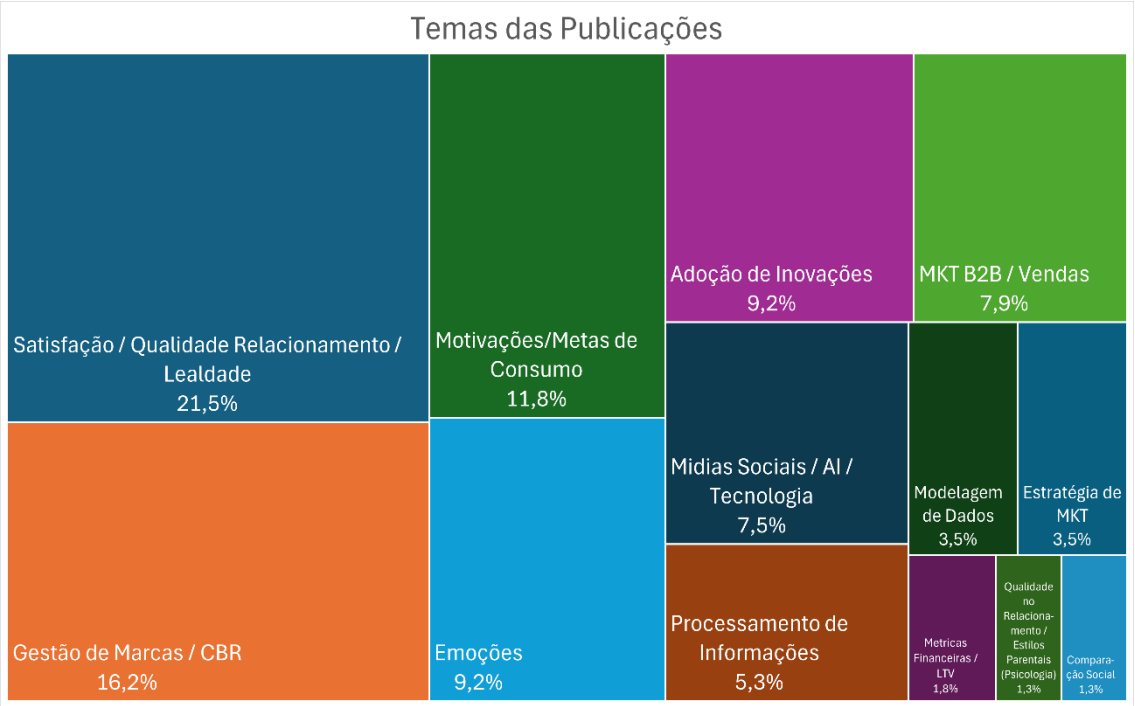
Em 2024, fui convidado para fazer parte do *Advisory Board* do *Kotler Impact*, seção Brasil. Nesta posição, conjuntamente com outros professores pesquisadores, fomos incumbidos neste 1º momento, de organizar cases brasileiros que darão suporte à publicação de “*Essentials of Modern Marketing*”, com edições em várias línguas diferentes.

8. Considerações Finais

Em retrospectiva à minha carreira acadêmica e profissional, ao longo destes 30 anos na UFPR, tive contribuições significativas, ainda que modestas, para a academia de Marketing no Brasil, através da formação de professores, pesquisadores e profissionais nesta área. Também me esforcei para expandir o conhecimento principalmente em Comportamento do Consumidor tanto em nível nacional quanto internacional. Ainda busquei impactar em tarefas de gestão na UFPR e na ANPAD. O diagrama (Figura 1) a seguir procura demonstrar a

distribuição dos temas nos quais minhas publicações navegaram (entre papers referenciados, capítulos de livros e anais de eventos).

Figura 1 – Distribuição dos Temas das Publicações



Reconhecimentos importantes deste esforço seguiram-se nestes últimos anos. Tive a honra de receber o Prêmio por Serviços Prestados à Academia Brasileira de Marketing (Marketing Fellow), da Divisão de Marketing da Anpad em 2021. O impacto pode ser medido pelas citações obtidas no período, com mais de 2600 citações no Google Scholar (em 16/06/2024), 138 citações no Scielo (em 29/08/2019). O índice h do google scholar de 21 me inseriu entre os 100 pesquisadores mais influentes em Marketing na América Latina (AD Scientific 2021 a 2024).

Refletindo sobre o meu futuro na UFPR, precisamos ter consciência de que ainda existe um longo caminho a ser trilhado para que o Brasil se insira com mais intensidade no ensino e pesquisa em Administração e Marketing no cenário internacional. Faz-se mister reconhecer que são necessárias a colaboração com organizações com e sem fins lucrativos, a busca por novas formas de financiamento destas atividades e por novos arranjos que permitam a integração

com instituições de ponta no exterior, para além daquelas que hoje estão estabelecidas. E devemos quebrar algumas amarras burocráticas e corporativistas que estão estabelecidas hoje para permitir que o ensino e a pesquisa em Administração e Marketing alcancem a sua plenitude em nosso país. São desafios que pretendo me embrenhar nos próximos anos.

Gostaria finalmente de agradecer aqueles que me acompanharam e me incentivaram a chegar neste ponto da minha carreira: a minha família. Aos meus pais, Antonio e Elisabeth, que desde o início dos estudos sempre me conduziram pelos melhores caminhos e me desafiaram a explorar espaços novos. À minha esposa Karin, e aos meus filhos, Carolina e Arthur, que ampliaram minhas responsabilidades, mas me dão muita alegria, paz e vontade de crescer. Gostaria de externar meu amor incondicional e gratidão a eles.

CURRICULO LATTES

Paulo Henrique Muller Prado
Curriculum Vitae

Agosto/2024

Paulo Henrique Muller Prado

Curriculum Vitae

Identificação

Nome Paulo Henrique Muller Prado

Informações suprimidas em decorrência da Lei
Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)
- Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

Nome em citações bibliográficas PRADO, P. H. M.; PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER; PRADO, PAULO H. M.; H.M. Prado, Paulo; PRADO, Paulo; PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER HENRIQUE; Muller Prado, Paulo Henrique

Endereço residencial

03

Endereço profissional

Informações suprimidas em decorrência da Lei
Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)
- Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

Setor de Ciências Sociais Aplicadas,
Estatística e Aplicada
Rua SA.02N.17

E-mail para contato : pprado@ufpr.br
E-mail alternativo : pmp Prado@uol.com.br

Lattes ID

 1193671557433366

Orcid ID

 https://orcid.org/0000-0002-7351-6089

Formação acadêmica/titulação

2000 - 2004

Doutorado em Administração de Empresas.
Fundação Getulio Vargas - SP, FGV-SP, Sao Paulo, Brasil
Título: A Avaliação do Relacionamento sob a Ótica do Cliente: Um Estudo em Bancos de Varejo, Ano de obtenção: 2004
Orientador: Rubens da Costa Santos

1992 - 1995

Mestrado em Administração.
Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, Brasil
Título: Automação Comercial e Satisfação do Consumidor em Empresas Supermercadas na Região de Curitiba, Ano de obtenção: 1995
Orientador: Renato Zancan Marchetti

1992 - 1993

Especialização em Marketing Empresarial.
Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, Brasil
Título: Produtividade em Marketing
Orientador: Renato Zancan Marchetti

1986 - 1991

Graduação em Engenharia Elétrica.
Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP, Campinas, Brasil
Título: Empresa Junior: Uma Alternativa para a formação em Engenharia
Orientador: Gilmar Neves

Pós-doutorado

2017 - 2017 Pós-Doutorado .
University of British Columbia, UBC, Vancouver, Canadá
Bolsista do(a): Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Administração de Empresas

Formação complementar

1991 - 1991 Curso de curta duração em Curso Intensivo de Administração. (Carga horária: 80h).
Thomas Father do Brasil, THOMAS FATHER, Brasil

1991 - 1991 Curso de curta duração em Curso de Iniciação Empresarial. (Carga horária: 24h).
Instituto da Nova Empresa, INE, Brasil

1991 - 1991 Curso de curta duração em Instalação e Manutenção dos Sistemas Sti 4000 a 20. (Carga horária: 160h).
Nutron Sistemas de Telecomunicações, NUTRON, Brasil

1992 - 1992 Extensão universitária em Estratégias Empresariais Para o Ano 2000. (Carga horária: 9h).
Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, Brasil

1992 - 1992 Curso de curta duração em Curso de Controlador Programável Mpc506 e Mpc1200. (Carga horária: 48h).
Atos Automação Industrial Ltda, ATOS, Brasil

1993 - 1993 Extensão universitária em Introdução Ao Minitab. (Carga horária: 18h).
Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, Brasil

1994 - 1994 Extensão universitária em VII Reciclando o Marketing. (Carga horária: 12h).
Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, Brasil

1994 - 1994 Extensão universitária em Semana do Servidor. (Carga horária: 16h).
Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, Brasil

1995 - 1995 Curso de curta duração em Metodologias Para Formação de Empreendedores. (Carga horária: 21h).
Sebrae Paraná, SEBRAE-PR, Brasil

1996 - 1996 Extensão universitária em Novas Perspectivas da Administração. (Carga horária: 6h).
Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, Brasil

2012 - 2012 Curso de curta duração em Creating Profitable Customer Relationships. (Carga horária: 16h).
Pontifícia Universidade Católica do Paraná, PUC/PR, Curitiba, Brasil

2014 - 2014 Curso de curta duração em Marketing and Entrepreneurship Program. (Carga horária: 40h).
University of Florida, UF, Gainesville, Estados Unidos

2015 - 2015 Curso de curta duração em Seminário Internacional Creating a Model. (Carga horária: 4h).
Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, Brasil

Atuação profissional

Universidade Federal do Paraná - UFPR

1994 - Atual Vínculo: Servidor público , Enquadramento funcional: Professor Associado , Carga horária: 40, Regime: Universidade Federal do Paraná Dedicção exclusiva

Atividades

04/2020 - Atual Direção e Administração, Departamento de Administração Geral e Aplicada

*Cargos ocupados:
Coordenador do MBA em Marketing*

01/2012 - 12/2012 Direção e Administração, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Mestrado Em Administração

*Cargos ocupados:
Coordenador de Programa em Exercício de Pós Graduação (Mestrado e Doutorado)*

08/2011 - 01/2012 Direção e Administração, Departamento de Administração Geral e Aplicada

*Cargos ocupados:
Vice-coordenador de Programa de Pós Graduação em Administração (PPGADM)*

01/2011 - Atual Especialização

*Especificação:
Estratégia de Serviços e Vendas (10 turmas - 2011-2019, 2021 a 2024)*

11/2010 - 12/2010 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada

*Especificação:
Membro da Comissão de Seleção de Alunos para Mestrado e Doutorado*

11/2010 - 12/2010 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada

*Especificação:
Membro da Comissão de Avaliação de Estágio Probatório - Ana Maria Machado Toaldo*

10/2010 - 12/2018 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada

*Especificação:
Membro da Comissão para Análise de Solcitações de Bolsa de Estudos para Pesquisa no PPGADM*

09/2010 - 10/2010 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada

*Especificação:
Membro da Comissão de Avaliação de Estágio Probatório - Zandra Balbinot*

09/2010 - 10/2010 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Especificação:

Membro da Comissão de Avaliação de Estágio Probatório - Valter Afonso Vieira

07/2009 - 07/2011 Direção e Administração, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Vice-Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Administração

04/2009 - Atual Especialização

Especificação:

Estratégia de Marketing (Curitiba, 30 horas - 10 turmas - 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2018) , Estratégia de Marketing (Joinville, 30 horas - 2 turmas - 2014, 2015) , Introdução ao Marketing e Comportamento do Consumidor (Curitiba, 30 horas, 6 turmas, 2019 a 2024)

09/2008 - 10/2008 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Especificação:

Membro da Comissão para avaliação de revalidação de diploma

01/2006 - 09/2009 Direção e Administração, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Departamento

Cargos ocupados:

Coordenador do Convênio UFPR-FUNPAR para Realização do Curso de Especialização em Marketing Empresarial

05/2005 - 05/2009 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Mestrado Em Administração

Especificação:

Membro Suplente da Comissão de Análise de Solicitações de Revalidação de Diploma de Mestre obtido em Instituições Estrangeiras

07/2004 - 09/2008 Especialização

Especificação:

Estratégia de Marketing (30 horas - 6 turmas - 2004, a 2008)

01/2004 - 09/2018 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Especificação:

Coordenador na Linha de Pesquisa de Estratégia de Marketing e Comportamento do Consumidor no PPGADM

11/2002 - 12/2012 Especialização

Especificação:

Gestão de Marketing (10 horas - 6 turma - Curitiba 2002, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012)

11/2002 - 06/2009 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Coordenação de Graduação

Especificação:

Membro de Colegiado de Graduação

10/2002 - 10/2003 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Convênio UFPR-Marangoni Auto Peças LTDA - desenvolvimento de estágios

10/2002 - 12/2006 Conselhos, Comissões e Consultoria, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Setor

Especificação:

Membro do Comitê Setorial de Monitoria

08/2002 - 08/2003 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Convênio UFPR - Souza Pacheco LTDA - desenvolvimento de estágio

07/2002 - 10/2003 Conselhos, Comissões e Consultoria, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Departamento

Especificação:

Membro da Comissão de Planejamento e Orçamento do DAGA

12/2001 - 12/2015 Especialização

Especificação:

Gestão de Marketing (10 horas - 4 turmas - 2001 a 2004 - Curitiba-PR) , Gestão de Marketing (20 horas - 5 turmas - 2008, 2010, 2011, 2014, 2015 Curitiba-PR)

07/2001 - 07/2002 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Convênio UFPR - Duet Marketing e Comunicação SC LTDA - Desenvolvimento de estágios

01/2001 - 12/2001 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Convênio UFPR-Kraft Lacta Suchard Brasil - desenvolvimento de estágio

02/2000 - 12/2002 Serviço Técnico Especializado, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Departamento

Especificação:

Desenvolvimento e Aplicação da Metodologia para cálculo do Índice Sanepar de Satisfação do Consumidor (ISSC) 2000-2002

10/1999 - 08/2005 Serviço Técnico Especializado, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Departamento

Especificação:

Desenvolvimento da Metodologia e execução do cálculo do Índice Aneel de Satisfação do Consumidor (IASC 2000 a 2004)

06/1999 - 06/1999 Extensão Universitária, Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, Coordenadoria de Extensão

Especificação:

Curso de Extensão "Análise de Dados em Marketing" - Banestado (24 horas/aula)

06/1999 - 10/1999 Conselhos, Comissões e Consultoria, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Setor

Especificação:

Membro da Comissão Interna para Análise da Legislação e Política para Cursos de Pós-Graduação Latu-Sensu

03/1999 - 12/1999 Extensão Universitária, Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, Coordenadoria de Extensão

Especificação:

Docente no Programa de Educação Continuada "Novas Perspectivas do Marketing no Setor Elétrico" - módulo de Planejamento de Marketing (64 horas/aula) em Salvador, Vitória, Brasília e Campo Grande

03/1999 - 12/1999 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Vice-Coordenador do Programa de Educação Continuada 'Novas Perspectivas do Marketing no Setor Elétrico', entre UFPR e ABRADDE

03/1999 - 12/1999 Extensão Universitária, Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, Coordenadoria de Extensão

Especificação:

Docente no Programa de Educação Continuada "Novas Perspectivas do Marketing no Setor Elétrico" - Módulo de Fundamentos de Marketing (40 horas/aula) em Salvador, Recife, Vitória, Brasília e Campo Grande

09/1998 - 10/1998 Especialização

Especificação:

Gestão de Marketing para Finanças (30 horas - 1 turma - 1998 - Curitiba-PR)

06/1998 - 12/2004 Especialização

Especificação:

Gestão de Marketing (30 horas - 1 turma - 1998 - Curitiba) , Marketing Industrial (30 horas - 2 turma - 2003 e 2004 - Curitiba)

03/1998 - 01/1999 Extensão Universitária, Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, Coordenadoria de Extensão

Especificação:

Docente do módulo de Gestão de Marketing de Serviços no Curso de Extensão Universitária "Gestão para Chefias Operacionais dos Correios" (30 horas/aula)

02/1998 - 12/1998 Serviço Técnico Especializado, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Departamento

Especificação:

Desenvolvimento do Plano de Marketing para os Correios, Regional Paraná

02/1998 - 02/1998 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Evento de Extensão Universitária 'Marketing - Tendências Futuras'

02/1998 - 12/1999 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:
Coordenador do Convênio FUNPAR-DAGA

08/1997 - Atual Pós-graduação, Administração

Disciplinas ministradas:
Estratégia de Marketing (Doutorado - 45 horas - 6 turma - 2005, em 2006 dividida com o Prof. Dr. Zaki Akel Sobrinho, em 2007; em 2008 dividida com os Prof. Dr Renato Marchetti e Prof. Zaki Akel Sobrinho; em 2009, 2010 e 2011 dividida com o Prof. Dr R, Métodos Quantitativos (Doutorado - 45 horas - 10 turmas - 2005 a 2012 - Dividida com Prof Dr. Pedro Steiner) , Métodos Quantitativos (Doutorado - 60 horas - 4 Turma, 2015, 2016, 2018. 2023) , Métodos Quantitativos (Doutorado - 60 horas - 4 Turmas, 2013-2104 e 2020-2021, dividida com o Prof. José Roberto Frega) , Modelização em Marketing (Doutorado - 45 horas - 4 turma - 2005; 2007; 2009; 2012) , Multimétodos e Multiníveis (Doutorado - 45 horas - 8 turmas - 2005 a 2011 - Divididas com o Prof. Dr. Clóvis Machado-da-Silva e Prof. Dr Pedro Steiner Neto) , Relacionamentos em Marketing (Mestrado - 60 horas - 18 turmas - 2004 a 2015, 2019 a 2024) , Relacionamentos em Marketing (Minter - 45 horas - 1 Turma, 2009, Foz do Iguaçu) , Relacionamentos em Marketing (Minter - 45 horas - 2 Turmas, 2007, Cornélio Procópio) , Seminário em EMCC: Designs Experimentais em Comportamento do Consumidor (Doutorado - 45 horas - 3 turmas - 2011 a 2013) , Seminário em EMCC: Metas de Consumo e Autorregulação (Doutorado - 60 horas - 9 turmas - 2011 a 2015; 2018, 2020, 2022, 2024) , SPSS Aplicado a Pesquisa em Administração (Mestrado - 30 horas - 12 turmas - 1997 a 2008) , Tópicos em Metodologia: Designs Experimentais (Doutorado - 60 horas - 5 turmas - 2014 a 2016, 2018, 2019)

05/1997 - 12/1998 Treinamento, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Departamento

Especificação:
Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - Copel (PR) , Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - CEEE (RS) , Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - Eletropaulo (SP) , Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - Cemig (MG) , Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - Light (RJ) , Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - Escelsa (ES) , Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - Enersul (MS) , Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - CEB (DF) , Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - Coelba (BA) , Programa Planejamento de Marketing ABRADDEE - Implementação e Controle da Estratégia - CELPE (PE)

05/1997 - 12/1998 Treinamento, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Departamento

Especificação:
Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - Copel (PR) , Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - CEEE (RS) , Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - Eletropaulo (SP) , Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - Light (RJ) , Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - Coelba (BA) , Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - Celpe (PE) , Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - Escelsa (ES) , Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - Enersul (MS) , Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - Cemig (MG) , Programa de Fundamentos do Marketing ABRADDEE - Módulo de Pesquisa de Marketing - CEB (DF)

05/1997 - 12/1997 Serviço Técnico Especializado, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Departamento

Especificação:

Desenvolvimento do Estudo de Viabilidade de Lançamento do Cheque Correios para a ECT-Pr

03/1997 - 12/1997 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador didático do Curso de Especialização em Marketing Empresarial - CEPPAD-UFPR

01/1997 - 12/1999 Serviço Técnico Especializado, Departamento de Administração Geral e Aplicada, Departamento

Especificação:

Projetos de Consultoria em Planejamento de Marketing para a Sanepar

11/1996 - 11/1996 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Evento de Extensão Universitária 'Novas Perspectivas da Administração II', em conjunto com o SENAI-Pr

10/1996 - 10/1997 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Convênio UFPR - Viveiros Belvedere - desenvolvimento de estágios

08/1996 - 12/1999 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Termo de Cooperação entre UFPR e Banco do Estado do Paraná - BANESTADO

05/1996 - 05/1996 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Evento de Extensão Universitária 'Novas Perspectivas da Administração', em conjunto com o SENAI-Pr

05/1996 - 06/1998 Especialização

Especificação:

Marketing de Serviços (30 horas - 1 turma - 1996 - Curitiba-PR), Marketing Básico e Aplicado a Serviços (30 horas - 1 turma - 1998 - Curitiba-PR)

09/1995 - 09/1995 Extensão Universitária, Setor de Tecnologia, Diretório Acadêmico de Engenharia Elétrica

Especificação:

Administração e Engenharia (2 horas)

09/1995 - 12/1996 Conselhos, Comissões e Consultoria, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Especificação:

Membro do Conselho de Representantes do Núcleo de Qualidade e Produtividade -NQP da UFPR

09/1995 - 06/1996 Extensão Universitária, Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, Coordenadoria de Extensão

Especificação:

Elementos de Estatística - Universidade Bamerindus (30 horas - Curitiba-PR)

06/1995 - 06/1996 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Convênio UFPR - Parllare Serigrafia LTDA - desenvolvimneto de estágios

05/1995 - 10/1995 Especialização

Especificação:

Administração da Produção para a Qualidade e Produtividade (32 horas - 2 turmas - 1995 a 1996 - Curitiba) , Administração da Produção (30 horas - União da Vitória-PR) , Administração da Produção para a Qualidade e Produtividade (30 horas - Erechim-RS)

05/1995 - 10/1995 Especialização

Especificação:

Produtividade em RH (30 horas - 1 turma - 1995 - União da Vitória-PR) , Endomarketing (15 horas - 2 turmas - 1995 e 1996 - Curitiba-PR) , Endomarketing e Comunicação (30 horas - 1 turma - 1998 - Curitiba-PR)

04/1995 - 04/1995 Extensão Universitária, Setor de Tecnologia, Ejeq Empresa Junior de Engenharia Química

Especificação:

Administração para Engenharia (2 horas)

04/1995 - 04/1996 Conselhos, Comissões e Consultoria, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Especificação:

Membro do comitê Assessor de Extensão do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da UFPR

03/1995 - 06/1996 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Convênio SENAI - DAGA e Coordenador do Curso de Especialização em Desenvolvimento Gerencial - SENAI-Pr

01/1995 - Atual Graduação, Administração

Disciplinas ministradas:

Administração da Produção (120 horas - 2 turmas - 1997 a 1998) , Administração de Varejo e Serviços (60 horas - 25 turmas - 2005 a 2016; 2018 a 2020; 2020 - Período Especial, 2021 - Período Especial, 2022 a 2024) , Introdução a Administração de Marketing (60 horas - 6 turmas - 2002 a 2006, 2013) , Marketing I (120 horas - 1 turma - 1999) , Marketing II (120 horas - 3 turmas - 2002 a 2004) , Métodos Quantitativos (120 horas - 9 turmas - 1995 a 2002) , Planejamento e Estratégia de Marketing (60 horas - 3 turmas - 2018, 2019; 2020 Período Especial) , Tópicos de Especialização em Marketing (120 horas - 7 turmas - 1999 a 2005, 2009) , Tópicos de Especialização em Administração da Produção (120 horas -4 turmas - 1995 a 1998)

11/1994 - 11/1995 Direção e Administração, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Cargos ocupados:

Coordenador do Convênio UFPR-SPP Nemo SA Comercial Exportadora - desenvolvimento de estágios

07/1994 - 12/1994 Graduação, Engenharia Cartográfica

Disciplinas ministradas:

Introdução a Administração de Empresas (60 horas - 1 turma - 1994)

07/1994 - Atual Pesquisa e Desenvolvimento, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Administração Geral e Aplicada

Linhas de pesquisa:

Estratégia de Marketing e Comportamento do Consumidor

04/1994 - 12/2016 Especialização

Especificação:

Análise de Dados em Marketing (30 horas - 15 turmas - 1997 a 2004 - Curitiba) , Estratégia Promocional (30 horas - 1 turma - 1995 - Assis Chateaubriant-PR) , Estratégia Promocional (30 horas - 1 turma - 1995 - Palotina-PR) , Introdução ao Marketing (10 horas - 11 turmas - 2006 e 2010 a 2016) , Marketing de Serviços (30 horas - 36 turmas - 1994 a 2016 - Curitiba) , Marketing de Serviços (30 horas - 5 turmas - 1999 e 2001 - Pato Branco-PR) , Marketing de Serviços (30 horas - 5 turmas - 2000 e 2004 - Ponta Grossa - PR) , Planejamento e Estratégia de Marketing (30 horas - 1 turma - 1995 - Campos Novos-SC)

. Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - ANPAD

1997 - Atual Vínculo: Colaborador , Enquadramento funcional: Colaborador na Divisão de Marketing , Carga horária: 1, Regime: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração Parcial

Atividades

05/2020 - 11/2020 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

Especificação:

Coordenador e Organizador do Enanpad 2020 - Divisão de Marketing

05/2019 - 11/2019 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

Especificação:

Coordenador e Organizador do Enanpad 2019 - Divisão de Marketing

05/2018 - 11/2018 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

Especificação:

Coordenador e Organizador do Enanpad 2018 - Divisão de Marketing

01/2018 - 05/2018 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

Especificação:

Coordenador e Organizador do EMA 2018

01/2018 - 12/2020 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

Especificação:

Coordenador da Divisão de Marketing - Triênio 2018-2020

01/2018 - 01/2020 Outra atividade técnico-científica, Divisão de Marketing

*Especificação:
Editor do Blog Marketing ANPAD - Blog da Divisão de Marketing da ANPAD*

05/2015 - 09/2015 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

*Especificação:
Coordenador do Paper Development Workshop - Enanpad 2015*

01/2015 - 12/2017 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

*Especificação:
Líder do Tema 4 - Epistemologia e Métodos de Pesquisa em Marketing*

06/2014 - 09/2014 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

*Especificação:
Coordenador e Organizador da Divisão de Marketing do Enanpad 2014*

02/2014 - 05/2014 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

*Especificação:
Coordenador e Organizador do EMA 2014*

06/2013 - 09/2013 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

*Especificação:
Coordenador e Organizador da Divisão de Marketing do Enanpad 2013*

02/2013 - 12/2014 Outra atividade técnico-científica, Divisão de Marketing

*Especificação:
Editor do Blog Marketing ANPAD - Blog da Divisão de Marketing da ANPAD*

01/2013 - 12/2014 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

*Especificação:
Coordenador Eleito da Divisão de Marketing*

01/2010 - 12/2010 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

*Especificação:
Líder do Tema Comportamento do Consumidor*

01/2007 - 12/2008 Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

*Especificação:
Líder do Tema Comportamento do Consumidor*

01/1997 - Atual Conselhos, Comissões e Consultoria, Divisão de Marketing

*Especificação:
Revisor de trabalhos da Divisão de Marketing*

University of British Columbia - UBC

2017 - 2017

Vínculo: Professor Visitante , Enquadramento funcional:
Professor Visitante Pesquisador , Carga horária: 40, Regime:
University of British ColumbiaDedicação exclusiva

Fundação Getulio Vargas - SP - FGV-SP

2003 - 2005

Vínculo: Professor Convidado , Enquadramento funcional: Professor Convidado , Carga horária: 0, Regime: Fundação Getulio Vargas - SPParcial

Atividades

07/2005 - 07/2005 Pós-graduação, 1a Escola de Inverno Em Métodos Quantitativos

*Disciplinas ministradas:
Modelos de Equações Estruturais (45 horas - 1 turma - 2005 - Dividida com o Prof. André Samartini)*

10/2003 - 03/2005 Especialização

*Especificação:
Comportamento do Consumidor e Satisfação do Cliente (10 horas - 2 turma - 2003,2005)*

Centro Universitário Positivo - UNICENP

2002 - 2007

Vínculo: Professor Convidado , Enquadramento funcional: Professor Convidado , Carga horária: 0, Regime: Centro Universitário PositivoParcial

Atividades

10/2004 - 10/2004 Especialização

*Especificação:
Administração de Marketing (15 horas - 1 turma - 2004)*

09/2004 - 09/2004 Especialização

*Especificação:
Marketing Integrado (10 horas - 1 turma - 2004)*

10/2003 - 06/2007 Especialização

*Especificação:
Sistemas de Informação e Pesquisa em Marketing (1 turma - 24 horas - 2007) ,
Estratégias de Relacionamento (2 turma - 20 horas - 2003 e 2005) , Pesquisa e
Processos de Marketing (1 turma - 20 horas- 2006)*

10/2002 - 10/2002 Especialização

*Especificação:
Palestra "Comportamento do Consumidor" - 10 horas - 1 turma*

Ilg Gvpec - ILG-GVPEC

2001 - 2002

Vínculo: Outro , Enquadramento funcional: Professor Convidado , Carga horária: 0, Regime: Ilg GvpecParcial

Atividades

09/2001 - 06/2002 Especialização

*Especificação:
Marketing Quantitativo (8 horas - 1 turma - 2001) , Pesquisa de Marketing (8 horas - 1 turma - 2002)*

Instituto Superior de Pós Graduação - ISPG

1998 - 1998

Vínculo: Outro , Enquadramento funcional: Professor Convidado , Carga horária: 0, Regime: Instituto Superior de Pós GraduaçãoParcial

Atividades

07/1998 - 07/1998 Especialização

Especificação:

Introdução ao Marketing (32 horas - Curitiba-PR) , Estratégias de Marketing (32 horas - Curitiba-PR) , Gestão de Marketing (10 horas - Joinville-SC) , Orientação Plano de Marketing (15 horas - São Bento do Sul - SC) , Análise de Dados em Marketing (10 horas - São Bento do Sul-SC)

Universidade Regional de Jaraguá do Sul - UNERJ

1996 - 2008

Vínculo: Professor Convidado , Enquadramento funcional: Professor Convidado , Carga horária: 0, Regime: Universidade Regional de Jaraguá do SulParcial

Atividades

05/2005 - 05/2008 Especialização

Especificação:

Sistema de Informações e Pesquisa de Marketing (30 horas - 3 turmas - 2005, 2007 e 2008)

10/2003 - 06/2004 Especialização

Especificação:

Pesquisa de Mercado (20 horas - 1 turma - 2003) , Plano de Marketing (20 horas - 1 turma - 2004)

10/1996 - 10/1997 Especialização

Especificação:

Marketing de Serviços (30 horas - 2 turmas - 1996 e 1997)

Instituto Superior de Administração Puc - ISAD-PUC

1995 - 1996

Vínculo: Outro , Enquadramento funcional: Professor Convidado , Carga horária: 0, Regime: Instituto Superior de Administração PucParcial

Atividades

11/1996 - 11/1996 Aperfeiçoamento

Especificação:

Plano de Operações (8 horas - 1 turma - 1996 - Curitiba-PR)

05/1996 - 12/1996 Aperfeiçoamento

Especificação:

Estratégias de Operações (8 horas - 2 turmas - 1996 - Toledo-PR) , Estratégias de Operações (8 horas - 2 turmas - 1996 - Ponta Grossa-PR) , Estratégias de Operações (8 horas - 2 turmas - 1996 - Curitiba-PR) , Estratégias de Operações (8 horas - 1 turma - 1996 - São José dos Pinhais-PR) , Estratégias de Operações (8 horas - 1 turma - 1996 - Campo Mourão-PR) , Estratégias de Operações (8 horas - 1 turma - 1996 - Londrina-PR) , Estratégias de Operações (8 horas - 1 turma - 1996 - Maringá-PR) , Estratégias de Operações (8 horas - 1 turma - 1996 - Francisco Beltrão-PR)

08/1995 - 08/1996 Aperfeiçoamento

Especificação:

Plano de Marketing (8 horas - 1 turma - 1995 - Curitiba-PR) , Marketing Básico e Aplicado a Serviços (30 horas - 1 turma - 1996 - Curitiba-PR)

06/1995 - 06/1995 Aperfeiçoamento

Especificação:

Gestão de Marketing em Empresas Varejistas (16 horas - 1 turma - 1995 - Curitiba-PR)

Universidade do Oeste de Santa Catarina - UNOESC

1995 - 1995

Vínculo: Outro , Enquadramento funcional: Professor Convidado , Carga horária: 0, Regime: Universidade do Oeste de Santa CatarinaParcial

Atividades

06/1995 - 06/1995 Especialização

Especificação:

Planejamento e Estratégia de Marketing (30 horas - Joaçaba)

Centro Europeu - CENTRO EUROPEU

1993 - 1994

Vínculo: Outro , Enquadramento funcional: Professor Convidado , Carga horária: 0, Regime: Centro EuropeuParcial

Atividades

04/1993 - 04/1994 Ensino médio

Especificação:

Pesquisa de Mercado (24 horas - abril de 1993) , Pesquisa de Mercado (24 horas - Abril de 1994)

Intermarketing Sc Ltda - INTERMARKETING

1993 - 2001

Vínculo: Colaborador , Enquadramento funcional: Consultor Associado , Carga horária: 0, Regime: Intermarketing Sc LtdaParcial

Outras informações:

Participou de projetos de consultoria em planejamento de marketing, estudos de segmentação e posicionamento, de localização, de mapeamento do comportamento do consumidor para empresas como TVA-Pr, Adatel, Banestado, Bergerson, Capitaliza, CNH, Condor, Copel, Ecco-Salva, Editel, Furukawa, Gralha Azul, Moro, Construtora São José, Softmarketing e Unimed-Pr.

Atividades

05/1993 - 07/2001 Serviço Técnico Especializado

Especificação:

Consultoria em Estudos de Mercado, Análise de Dados em Marketing e Planejamento e Estratégia de Marketing

Servekip Automação Comercial S C - SERVEKIP

1992 - 1994

Vínculo: Colaborador , Enquadramento funcional: Engenheiro Associado , Carga horária: 20, Regime: Servekip Automação Comercial S C Parcial

Outras informações:

Desenvolveu o trabalho na área de Vendas Técnicas e Especificação de Projetos de Equipamentos para Automação Industrial (Controladores Programáveis, instrumentos de medida de posição, temperatura e condições químicas, e sistemas distribuídos de controle integrado).

Atividades

04/1992 - 12/1994 Serviço Técnico Especializado, Vendas

Especificação:

Desenvolvimento de Projetos de Automação Industrial e Controle de Plantas de Fábrica

Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUC/PR

1991 - 1991

Vínculo: Professor Horista , Enquadramento funcional: Professor Contratado , Carga horária: 8, Regime: Pontifícia Universidade Católica do Paraná Parcial

Atividades

02/1991 - 07/1991 Graduação, Ciência da Computação

Disciplinas ministradas:

Sistemas Digitais I

Nutron Sistemas de Telecomunicações - NUTRON

1991 - 1992

Vínculo: Celetista , Enquadramento funcional: Engenheiro de Suporte Técnico , Carga horária: 40, Regime: Nutron Sistemas de Telecomunicações Integral

Outras informações:

Trabalho desenvolvido na área de Suporte Técnico à vendas e rede de Revendas de Centrais Telefônicas Privadas de pequeno porte. Responsável pelo fornecimento de informações técnicas, suporte técnico de instalação, programação e manutenção, e apoio a vendas.

Atividades

04/1991 - 04/1992 Serviço Técnico Especializado, Departamento de Suporte Técnico

Especificação:

Suporte Técnico à Área de Vendas e à rede de Revendas - Regional São Paulo

. Junior Estudos Eletro Eletrônicos Empresa Júnior de Engenharia Elétrica da - JREEE

1990 - 1990

Vínculo: Serviço Voluntário , Enquadramento funcional: Diretor Presidente Eleito , Carga horária: 20, Regime: Junior Estudos Eletro Eletrônicos Empresa Júnior de Engenharia Elétrica da Parcial

Outras informações:

Participou da fundação da 1ª Empresa Júnior em Engenharia no Brasil. Exerceu o cargo de Diretor Presidente, responsável pela organização e coordenação do processo de captação de projetos, divulgação da empresa, gestão de RH e contratos da JrEEE. Finalizou a gestão com 10 projetos terminados ou em andamento

Atividades

02/1990 - 12/1990 Direção e Administração, Diretoria, Diretoria

Cargos ocupados:

Diretor Presidente

. Promon Eletrônica - PROMON

1990 - 1990

Vínculo: Estagiário , Enquadramento funcional: Estagiário , Carga horária: 20, Regime: Promon Eletrônica Parcial

Outras informações:

Desenvolveu o estágio na área de Gerência de Produtos em Projetos Especiais na área de Telecomunicações, trabalhando com ferramentas de Gestão de Projetos e Contratos, otimização de fluxo de tarefas e uso de recursos.

Atividades

01/1990 - 07/1990 Serviço Técnico Especializado, Gerência de Produto, Gerência de Produto

Especificação:

Estagiário da Área de Gerencia de Produtos e Contratos - Projetos Especiais

. Kotler Impacto Brasil - KOTLER IMPACT BR

2024 - Atual

Vínculo: Participante do Advisory Board , Enquadramento funcional: Participante do Advisory Board , Carga horária: 1, Regime: Kotler Impacto Brasil Parcial

Linhas de pesquisa

1. Estratégia de Marketing e Comportamento do Consumidor

Objetivos: Os objetivos desta linha de pesquisa são os de analisar o comportamento do consumidor (final e organizacional) e seu impacto na formulação da estratégia global e de marketing das organizações; e o desenvolvimento da estratégia e a gestão do marketing nas organizações em suas diversas perspectivas (produto, preço, comunicação, distribuição, marketing de relacionamento, endomarketing e força de vendas, marketing eletrônico, marketing de varejo e de serviços). Além dos métodos tradicionais de pesquisa em marketing (qualitativa e quantitativa) são estimulados projetos que utilizem técnicas de análise de dados de última geração.

Projetos

Projetos de pesquisa

2022 - Atual Present bias and online credit decisions

Descrição: Present bias reflects situations where people face trade-offs between different points of time, a phenomenon known as intertemporal choice. As traditional economic models work with postulates of rational choice, the models that contradict the rational expected behaviour are called anomalies (see Loewenstein & Thaler, 1989). One of the anomalies in intertemporal choices posits that people value rewards that they will receive in the future considerably lower than rewards they receive now, which is essentially the basis of present bias. The proposed project will examine the link between present bias in digital environments and the quality of consumer's decisions in acquiring credit- the following research question is proposed: "how does present bias explain the relationship between digital environments and the favourability of the decision to consumers". Within this scenario, the major fintech startups are offering the ease of credit online. Their business model may attract presented biased individuals in their credit evaluations, being more likely to default when compared to traditional banks customers. We speculate that the presence of present bias on consumers' borrowing decisions in digital environments has a negative effect on the quality of consumer's decision, making the phenomenon a critical object of analysis, especially with low-income consumers, who are more vulnerable to financial issues. We expect the results of this study may contribute to identify opportunities for the formulation of public policies on financial education, as well as the improvement of current regulation on fintech, so that more conscious and rational decisions can be taken by consumers, avoiding, consequently, the proliferation of cases of default and over-indebtedness, what would represent significant losses for individuals and, ultimately, for the country's economy. According to Brügggen et al. (2017), if a large number of people experience financial problems at the same time, a social problem is also created, leading to negative welfare effects, both now and in the future.

Situação: Em andamento Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; FELIPE JOSÉ MARROCO DO AMARAL ALVES

2022 - Atual WHEN I ENVY YOUR PRIDE: HOW PRIDE PERCEPTION IMPACTS CONSUMER'S NEED FOR DIFFERENTIATION

Descrição: Sharing experiences and accomplishments with others is a necessity inherent to the individual, which means that we are proud of the situation that we live in.

Still, a question arises: are we arrogant or authentic when we share it with a friend, colleague, or parent? Besides, is there a necessity to be different when a person perceives hubristic or authentic pride? This research project has the main objective to answer these questions and discuss other emotions that can be related to this situation, such as envy. The proposed experiments will start calibrating the pride perception manipulation and discuss whether people prefer to choose products representing vertical (vs. horizontal) differentiation. The other ones are proposed to model variables as a field experiment with sentiment analysis and further experiments that can model some mediating constructs.

Situação: Em andamento Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; Francielle Cristina Manosso

2022 - Atual Crenças Ingênuas Sobre Sistemas De Recomendações Influenciam a Satisfação do Consumidor Com Decisões On-Line

Descrição: As decisões dos consumidores online são influenciadas por muitos fatores. Um que tem recebido pouca atenção na literatura de comportamento do consumidor é a influência dos sistemas de recomendações algorítmicas e do viés de automação na satisfação com as decisões. Propõe-se neste estudo que uma decisão tomada a partir de uma recomendação algorítmica gera mais satisfação com as decisões. Além disso, propõe-se que os consumidores tenham crenças ingênuas sobre automação (viés de automação). Este estudo é quantitativo e testará suas hipóteses por meio de experimentos. Os resultados esperados envolvem contribuições teóricas e gerenciais para profissionais e estudiosos de marketing, evidenciando a influência do sistema de recomendação no comportamento de consumo online.

Situação: Em andamento Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Mestrado acadêmico (1); Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; Diego Costa Pinto; Ana Paula Merenda Richarde

Número de orientações: 1;.

2020 - Atual THE EFFECT OF EFFORT, GOAL ATTAINABILITY AND FEEDBACK ON ENGAGEMENT IN GOAL PURSUIT

Descrição: This project develops a model indicating that feedback, effort and goal attainability are three factors that increase commitment, and by combining these possibilities will affect engagement in goal pursuit. We propose that positive feedback will always generate engagement, while negative feedback will engage more after people do high effort in uncertainty and a low effort it is a certainty the mechanism that will increase commitment and cause engagement. We consider the goal is ongoing, and people receive feedback in the early stage of goal pursuit. The major contribution is in the early stage because the final result is not expected when compared to the end stage when people generally do some effort and perceive that goal is near to the end (Lee et al., 2014; Gutt, Rechenberg, & Kundisch, 2018). In a theoretical view, this project will contribute to goal literature, bringing new insights into feedback, effort, goal attainability and engagement when investigated together. First, this study will indicate that feedback valence, amount of effort invested previously, and goal attainability together explains engagement, not only feedback valence as in previous studies (Louro et al., 2007; Fishbach et al., 2010; Finkelstein, Fishbach, & Tu, 2017). So, this work aims to show some conditions in which negative feedback becomes positive (Lee et al., 2014). Second, the goal pursuit process could be changed according to the perception of previous investment. We argue that this perception of the amount of effort invested previously probably interferes with an individual's interpretation of the signs available while experiencing the goal (Baek et al., 2015; Bigman & Tamir, 2016). The amount of effort could be the mechanism that provides engagement even in low quantity because it can be a signal of commitment combined to goal attainability. To demonstrate it can be one more contribution beyond the commitment to goal pursuit process. Lastly, the

studies agree that more effort causes more commitment in goal pursuit, as a result, people engage in this process (Louro et al., 2007; Zhang et al., 2010; Baek et al., 2015; Lin, 2017). Explore some situations in which low effort is effective to contribute to goal literature, too. In practice, this knowledge about the amount of effort previously invested by the individual can assist people in returning feedback, in a way that could be more effective in their work. Similarly, the perception of goal attainability will provide more motivation, and this will contribute to an effective work, too. There is not a consensus about how people engage after receive feedback, because this engagement depends on individual and context differences (Anseel, Beatty, Shen, Lievens, & Sackett, 2013). In sum, this project aims to explore how people react to positive and negative feedback. It intends to show that positive feedback will always generate engagement in goal pursuit, while negative feedback will be more effective after people have made a high effort in an uncertain condition, and when they make a low effort it will be the certainty that will increase the commitment and cause engagement.

Situação: Em andamento Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; Graziela Perretto Rodrigues; Dilney Gonçalves

Número de orientações: 1;.

2018 - Atual WHEN NEGATIVE FEEDBACK CAUSE ENGAGEMENT IN THE EARLY STAGE OF GOAL PURSUIT? THE ROLES OF PERSISTENCE, GOAL PROGRESS, EFFORT, AND GOAL ATTAINABILITY

Descrição: This research proposal will bring new insights into negative feedback and can be effective even in the early stage of goal pursuit. Firstly, this project will indicate that feedback valence, the amount of effort invested previously, and goal attainability together explains engagement, not only feedback valence as in previous studies (Louro et al., 2007; Fishbach et al., 2010; Finkelstein et al., 2017). It aims to show some conditions in which negative feedback could be more adequate. Secondly, the goal-pursuit process could be changed according to the perception of the previous investment. We argue that the perceived amount of effort previously invested will interfere with an individual's interpretation of the signs available while experiencing the goal. Therefore, it could be a mechanism that provides engagement, even in low quantity, by signaling commitment and goal attainability. Thirdly, previous research agrees that more effort causes more commitment to goal pursuit, causing engagement (Louro et al., 2007; Zhang et al., 2010; Baek et al., 2015; Lin, 2017). This proposal explores some situations in which low effort will also be effective. Lastly, we will explore mechanisms that explain engagement when receiving negative feedback in different effort levels and goal attainability conditions.

Situação: Em andamento Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; Graziela Perretto Rodrigues; Dilney Gonçalves

2017 - Atual The Influence of Brand's Immoral Behavior on Consumers' Moral Decisions

Descrição: Estudos existentes têm documentado que fortes relacionamentos entre consumidores e marcas podem proteger uma marca das consequências negativas do seu comportamento antiético. A pesquisa atual investiga outro resultado possível para marcas que se envolvem em atividades éticas questionáveis: o potencial de influenciar a decisão subsequente de um consumidor. São propostos quatro estudos que fornecem suporte à previsão de que uma forte conexão com uma marca que se envolve em ações antiéticas desencadeia a conduta de interesse próprio dos consumidores em um domínio não relacionado a ação prévia da marca. Isso pode ocorrer porque o sentimento de conexão entre a marca e o self aumenta a tendência dos consumidores em se empenharem em esforços de justificativa moral em nome da marca, e esse processo pode reduzir os auto impedimentos a comportamentos moralmente questionáveis e pode incentivar a conduta de interesse próprio em uma decisão subsequente.

Situação: Em andamento Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; Francielle Frizzo; JoAndrea Hoegg

2016 - Atual As crenças sobre o significado do sorriso durante negociações e decisões de consumo.

Descrição: São exploradas questões voltadas às convicções contextuais sobre as expressões faciais de emoção em interações interpessoais. A literatura a respeito de investigação sobre a autenticidade de expressões faciais de emoção tende a focar sobre as propriedades físicas do rosto, atendo-se pouco ao papel das convicções contextuais que as pessoas possuem durante a percepção da emoção expressa por uma outra pessoa. Percebe-se, também, que na literatura há uma lacuna a respeito sobre a investigação de quais expressões faciais de emoção as pessoas estrategicamente escolhem expressar em uma determinada situação. Assim, este grupo de pesquisa tem por objetivo avaliar o papel das convicções contextuais e exibições estratégicas de expressão facial de emoção em interações interpessoais. As aplicações práticas estão previstas em situações de negociações e decisões de consumo em que ao menos duas pessoas interajam face a face, além de comunicação não verbal em campanhas publicitárias.

Situação: Em andamento Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; Fábio Pimenta de Pádua Júnior; Eduardo Bittencourt Andrade

2013 - Atual Brand Equity e Autenticidade de Marca

Descrição: Apesar do conceito de Autenticidade de Marca estar presente em muitas decisões de compra de consumidores, não se conhece em profundidade o impacto desta dimensão no momento das escolhas. De forma estrita, considera-se a Autenticidade de Marca referenciada a algo genuíno, real e crível (Kennick, 1985), sincero, inocente e original (Fine, 2003), natural, honesto simples (Boyle, 2003). Beverland (2006) define este construto como a avaliação subjetiva de quão genuína uma marca é para o consumidor. Este projeto visa mapear as dimensões críticas de avaliação da Autenticidade em diferentes contextos, ampliando a noção de esta estar associada a propriedades intrínsecas a um produto ou serviço, considerando aspectos de experiência vivenciados por clientes de uma marca. Também procura tratar papel mediador deste construto na construção do relacionamento consumidor-marca, na formação do Brand Equity, relacionado a variáveis como dominância do self-marca e distância da marca para o self. Este projeto está sendo executado em conjunto com professores da UBC, como resultado da colaboração desenvolvida no processo de visiting professor financiado pela CAPES em 2017

Situação: Em andamento Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Mestrado acadêmico (2); Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; Elder Semprebom; Maiara Kososki; Francielle Frizzo; JoAndrea Hoegg; JULIANA CARLA COUTO MENOSSO GRECO; IZADORA ZONARI LETCHACOSKI

Número de produções C,T & A: 30/ Número de orientações: 12;

2007 - 2020 Estruturas Cognitivas e Adoção de Inovações por Consumidores (registrado no BANPESQ UFPR com n. 2007.0218.73)

Descrição: Os objetivos deste projeto são: 1) Mapear estruturas cognitivas dos consumidores na adoção de produtos, serviços, e inovações destes, através de técnicas como MEC, APT e relações coo vairáveis que inlfuenciam a mesma, como conhecimento do consumidor, motivações, estilo de vida e autoconceito; 2) Desenvolver metodologias para este fim; 3) Identificar e mapear variáveis que influenciam a adoção de inovações, baseados nos paradigmas de Rogers, e Gatignon e Hubert; 4) verificar a

influência de moderadores da adoção como a formação da preferência, e dificuldade da decisão. Este projeto está sendo estendido com base na parceria estabelecida no processo de visiting professor na UBC, financiado pela CAPES

Situação: Concluído Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Mestrado acadêmico (1); Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; Danielle Mantovani; José Carlos Korelo; Martin de la Matinière Petroll; Nayara Duarte; Graziela Perretto Rodrigues; Darren Dahl; FELIPE JOSÉ MARROCO DO AMARAL ALVES

Financiador(es): Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico-CNPq, Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico-FAADCT/PR

Número de produções C,T & A: 28/ Número de orientações: 15;.

2005 - 2012 MAPEAMENTO QUALIDADE DO RELACIONAMENTO ENTRE CONSUMIDORES E SUAS MARCAS: UM ESTUDO COM PRODUTOS DE VESTUÁRIO E ELETRO-ELETRÔNICOS (Projeto Inscrito no BANPESQ UFPR com n. 2007.0218.74/75) Financiamento Próprio

Descrição: Este projeto buscará incorporar a visão do consumidor quando este faz parte de um processo de relacionamento com uma marca. De forma mais específica, a avaliação da qualidade de um relacionamento com esta, na visão do usuário, não tem sido o foco prioritário dos trabalhos acadêmicos realizados. Excetuando-se os construtos do Comprometimento e da Confiança e sua relação com a resposta de continuidade (Lealdade) por parte do consumidor (MORGAN e HUNT, 1994; SANTOS, 2001), esse processo tem sido alvo de modelos teóricos (HENNIG-THURAU e KLEE, 1997), mas poucos trabalhos empíricos. Excetuando o trabalho de Fournier (1998), e de Aaker et al (2004), a questão da qualidade no relacionamento tem se iniciado na literatura de marketing de relacionamento e comportamento do consumidor. Este tipo de aplicação remonta ao reconhecimento da relação entre um consumidor e objetos que possui (BELK, 1988; FOURNIER, 1991), e a idéia de que os consumidores transferem a estes objetos características de personalidade e traços de pessoas, o que oferece uma nova perspectiva na análise do relacionamento entre estes e suas possessões. Também, apesar de trabalhos acadêmicos terem identificado que os relacionamentos apresentam um conteúdo afetivo relevante (FOURNIER, 1998), e esta representação ter sido explorada amplamente em relacionamentos pessoais (DUCK, 1991), foi encontrada apenas a aplicação de Price, Tierney e Arnould (1995), que procurasse integrar a avaliação das Respostas Afetivas globais em contexto relacional. Portanto, o entendimento da qualidade do relacionamento integrando as respostas afetivas não teve grande desenvolvimento. A adaptação deste construto no contexto relacional é relevante como forma de identificar, mensurar e gerar ações que integrem, não só a avaliação de produtos e serviços, como também a do relacionamento como um todo.

Situação: Concluído Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Mestrado acadêmico (5); Doutorado (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; José Carlos Korelo; Elder Semprebom; Eliane Cristine Francisco-Maffezzolli; Susi D'Almeida Garret; Ricardo Luvizotto Dória

Número de produções C,T & A: 17/ Número de orientações: 22;.

2005 - 2012 A Estrutura dos Relacionamentos Organizacionais e o Efeito de Suas Configurações Sob a Avaliação do Relacionamento

Descrição: Esta proposta de pesquisa tem por objetivo verificar a influencia das Configurações da Estrutura do Relacionamento Organizacional sob a Avaliação do Relacionamento Organizacional efetuada pelos varejistas do segmento alimentício. Para o desenvolvimento desta proposta de pesquisa fez-se um levantamento teórico que abrange: a Natureza, os Antecedentes, os Aspectos Intervenientes e a Avaliação dos Relacionamentos Organizacionais. A partir do levantamento teórico realizado sistematizou-se um modelo teórico integrando blocos de constructos de Determinantes Situacionais e de Mercado, Aspectos Técnicos e Aspectos Comportamentais que

caracterizam o Relacionamento e Avaliação dos Relacionamentos. Propõe-se o desenvolvimento do estudo em duas fases: a primeira com abordagem qualitativa e caráter exploratório e, a segunda, com abordagem quantitativa e caráter descritivo.

Situação: Concluído Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Mestrado acadêmico (2);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ; Clara Marcia Ribeiro; Viviane Muller Prado

Número de produções C,T & A: 1/ Número de orientações: 3;

2001 - 2009 O Processo de Avaliação do Relacionamento entre Bancos e Clientes Pessoa Física (Reg BANPESQ UFPR 2003.01.2554 Início: 2003) Financiamento Próprio

Descrição: O Propósito deste projeto é o de estender os estudos de marketing de relacionamento, enfocando os aspectos associados aos resultados do processo de relacionamento entre bancos e usuários pessoa física, sob o ponto de vista destes últimos. Pretende-se analisar o processo de satisfação com o relacionamento com seus antecessores (Resposta Afetiva, Equidade no Relacionamento, Qualidade Percebida nos serviços), bem como os elementos da Qualidade do Relacionamento, centrados na Confiança e no Comprometimento, e seus resultados propriamente ditos, formados pelo comportamento de lealdade ao banco.

Situação: Concluído Natureza: Projetos de pesquisa

Alunos envolvidos: Graduação (1); Mestrado acadêmico (3);

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ;

Número de produções C,T & A: 7/ Número de orientações: 7;

1998 - 2008 Marketing de Relacionamento em Mercados de Consumo: A Perspectiva do Consumidor (início: março de 2001) Financiamento Próprio

Descrição: O Propósito deste projeto é o de estender os estudos de marketing de relacionamento, enfocando os aspectos associados aos resultados do processo de relacionamento entre empresas e usuários pessoa física, sob o ponto de vista destes últimos. Pretende-se analisar o processo de satisfação com o relacionamento com seus antecessores (Percepção dos Investimentos no Relacionamento, Respostas Afetivas, Equidade e Benefícios recebidos no Relacionamento, Qualidade Percebida nos serviços), bem como os elementos da Qualidade do Relacionamento, centrados na Confiança e no Comprometimento, e seus resultados propriamente ditos, formados pelo comportamento de lealdade às empresas.

Situação: Concluído Natureza: Projetos de pesquisa

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ;

Número de produções C,T & A: 9/ Número de orientações: 15;

1996 - 2002 Satisfação do Consumidor em Supermercados (Reg BANPESQ UFPR 96.004.333 - início: janeiro de 1997; término: dezembro de 1998) Financiamento Próprio

Descrição: ESTE PROJETO VISA DESENVOLVER UMA ESCALA DE MENSURACAO DA SATISFACAO DO CONSUMIDOR EM SUPERMERCADOS, AMPLIANDO A NOÇÃO DO PARADIGMA DA DESCONFORMIDADE. PROPÕE INTEGRAR ANTECEDENTES COMO O VALOR PERCEBIDO, S RESPOSTAS AFETIVAS DO CNSUMIDOR E ASPECTOS LIGADOS À EQUIDADE NAS TROCAS COM ESTAS INSTITUIÇÕES.

Situação: Concluído Natureza: Projetos de pesquisa

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ;

Número de produções C,T & A: 28/ Número de orientações: 1;

1994 - 1997 Automação Comercial e Satisfação do Consumidor em Empresas Supermercadas na Região de Curitiba (Reg BANPESQ UFPR 94.003.900 - início: setembro 1994; final: dezembro de 1996) Financiamento Próprio

Descrição: ESTE PROJETO VISA DESENVOLVER UMA ESCALA DE MENSURACAO DA SATISFACAO DO CONSUMIDOR EM SUPERMERCADO, MENSURAR A PERCEPCAO DOS CONSUMIDORES DESTES EM RELACAO AS MODIFICACOES CAUSADAS PELA AUTOMACAO COMERCIAL NO COMPOSTO

SUPERMERCADISTA, E AINDA VERIFICAR SE EXISTE UMA INFLUENCIA DESTAS MODIFICACOES NA SATISFACAO DOS SEUS CLIENTES.

Situação: Concluído Natureza: Projetos de pesquisa

Integrantes: Paulo Henrique Muller Prado (Responsável); ;

Número de produções C,T & A: 6/ .

Revisor de periódico

2020 - Atual	Frontiers of Psychology
2018 - Atual	Journal of Product and Brand Management
2010 - Atual	Marketing Intelligence and Planning
2009 - Atual	Revista ANGRAD
2010 - 2010	Revista de Administração (FEA-USP)
2008 - 2008	Revista Brasileira de Gestão de Negócios (São Paulo)
2007 - 2008	REGE. Revista de Gestão USP
2006 - 2006	Latin American Business Review (Binghamton)
2006 - 2006	Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação
2005 - 2005	Revista de Administração Contemporânea - RAC
2001 - 2010	RAE. Revista de Administração de Empresas

Membro de corpo editorial

2020 - Atual	Revista Gestão e Tecnologia
2016 - Atual	PMKT: REVISTA BRASILEIRA DE PESQUISAS DE MARKETING, OPINIÃO E MÍDIA
2008 - Atual	Revista de Negócios

Revisor de projeto de agência de fomento

2010 - Atual	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
2009 - Atual	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
2008 - 2012	Fundação Araucária

Áreas de atuação

1. Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Administração de Empresas
2. Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Administração de Empresas
3. Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Administração de Empresas
4. Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Administração de Empresas
5. Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Administração de Empresas
6. Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Administração / Subárea: Administração de Empresas

Idiomas

Inglês	Compreende Bem , Fala Bem , Escreve Bem , Lê Bem
Espanhol	Compreende Bem , Fala Pouco , Escreve Pouco , Lê Bem
Francês	Compreende Bem , Fala Razoavelmente , Escreve Pouco , Lê Bem
Português	Compreende Bem , Fala Bem , Escreve Bem , Lê Bem

Prêmios e títulos

2023	Melhor Trabalho baseado em Tese de Doutorado do Enanapd 2023, Anpad
2021	PRÊMIO POR SERVIÇOS PRESTADOS À ACADEMIA BRASILEIRA DE MARKETING (MARKETING FELLOW), ANPAD
2016	Melhor Trabalho Acadêmico no Encontro de Marketing da Anpad, ANPAD
2015	Selecionado entre os 3 melhores papers Divisão de Marketing - Enanpad, ANPAD
2014	Nome de Turma 2013 - Administração Diurno, UFPR
2013	Professor Homenageado Turma 2012 Diurno - Graduação em Administração, UFPR
2012	Professor Homenageado Turma 2011 Diurno - Graduação em Administração, UFPR
2011	Professor Homenageado Turma 2010 Diurno - Graduação em Administração, UFPR
2010	Professor Homenageado Turma 2009 Diurno - Graduação em Administração, UFPR
2009	Professor Homenageado Turma 2008 Diurno - Graduação em Administração, UFPR
2009	14o Prêmio Excelência no Varejo - 1a colocação, PROVAR-USP
2008	Artigo Finalista (entre o 3 melhores) no 1o Congresso Vatino-Americano de Varejo, EAESP-FGV

2008	Professor Homenageado Turma 2007 Diurno - Graduação em Administração, UFPR
2007	Professor Homenageado Turma 2006 Diurno. Graduação em Administração, UFPR
2006	Professor Homenageado Turma 2005 Diurno. Graduação em Administração, UFPR
2005	Parainfo Turma 2004 Noturno. Graduação em Administração, UFPR
2005	10o Prêmio Excelência no Varejo - 3a colocação, PROVAR - USP
2004	Melhor Trabalho Acadêmico no Congresso Anual de Tecnologia de Informação (CATI 2004), EAESP - FGV
2004	Nome de Turma 2003 Comércio Exterior, UFPR
2004	Professor Homenageado Turma 2003 Noturno . Graduação em Administração, UFPR
2004	9o Prêmio Excelência do Varejo - 2a colocação, PROVAR - USP
2003	Professor Homenageado Turma 2002 Diurno e 2002 Noturno, Graduação em Administração, UFPR
2002	Diploma: Melhores Profesores, FAE Business School
2001	Mensão Honrosa no ENANPAD 2001 - Área de Marketing, ANPAD
2001	Professor Homenageado Turma 2000 Diurno e 2000 Noturno. Graduação em Administração, UFPR
2000	Parainfo Turma 1999 Noturno. Graduação em Administração, UFPR
2000	Professor Homenageado Turma 1999 Diurno Graduação em Administração, UFPR
2000	5o Prêmio Excelência do Varejo - 3a Colocação, PROVAR-USP
1999	Parainfo Turma 1998 Noturno. Graduação em Administração, UFPR
1998	Parainfo Turma 1997 Noturno. Graduação em Administração, UFPR
1998	Voto de Louvor - Requerimento 13315-98, Câmara Municipal de Curitiba
1998	3o Prêmio Excelência do Varejo - 1a colocação, PROVAR - USP

Produção

Produção bibliográfica

Citações

SciELO Total de citações: 138;Total de trabalhos: 58;Data: 29/08/2019

Nome(s) do autor utilizado(s) na consulta para obter o total de citações:

Paulo Henrique Muller Prado

SCOPUS Total de citações: 30;Total de trabalhos: 12;Data: 04/02/2021

Nome(s) do autor utilizado(s) na consulta para obter o total de citações:

Paulo Henrique Muller Prado

Google Scholar Total de citações: 2611;Total de trabalhos: 120;Data: 18/06/2024

Nome(s) do autor utilizado(s) na consulta para obter o total de citações:

Paulo Henrique Muller Prado; P H M Prado; Paulo H M Prado; Paulo Muller Prado

Artigos completos publicados em periódicos

1. ALVES, FELIPE; **Muller Prado, Paulo Henrique**; SCHIESSL, DJONATA; LEA, STEPHEN EDMUND GILLAM. Information search and decision-making in credit acquisition. CBR - Consumer Behavior Review. v.8, p.1 - 16, 2024.

2. MORENO, RENATA BÁRBARA; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; RICHARDE, ANA PAULA MERENDA. O impacto da liderança e motivação no desempenho de vendas. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING. v.23, p.1149 - 1201, 2024.

3. Richarde, A.P.M.; **PRADO, PAULO H. M.**; Ferreira, J.B.. Privacy Signals: Exploring the Relationship between Cookies and Online Purchase Intention. RAC. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA (ONLINE). v.27, p.e220311, 2023.

4. RODRIGUES, GRAZIELA PERRETTO; TAKAHASHI, ADRIANA ROSELI WÜNSCH; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER HENRIQUE**. The use of social media in the B2B sales process: a meta synthesis. Rausp Management Journal. v.56, p.9 - 23, 2021.

5. DEMCZUK, R.; KORELO, J. C.; MANTOVANI, D.; **PRADO, P. H. M.**. Product (Un)availability and Shopping Mind-set in Sequential Purchases. CBR - Consumer Behavior Review. v.4, p.189, 2020.

6. FRIZZO, FRANCIELLE; DIAS, HELISON BERTOLI ALVES; DUARTE, NAYARA PEREIRA; RODRIGUES, DENISE GABRIELA; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. The Genuine Handmade: How the Production Method Influences Consumers' Behavioral Intentions through Naturalness and Authenticity. Journal of Food Products Marketing. v.26, p.279 - 296, 2020.

7. RODRIGUES, GRAZIELA PERRETTO; DE BRITO, CECÍLIA SOUTO MAIOR; MORENO, RENATA BÁRBARA; TOALDO, ANA MARIA MACHADO; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MARCHETTI, Renato Zancan. The mediator role of sales force management capability on the relation between market orientation and financial performance. TEORIA E PRÁTICA EM ADMINISTRAÇÃO. v.10, p.71 - 83, 2020.

8. Kososki, Maiara; **PRADO, PAULO H. M.**. HIERARCHICAL STRUCTURE OF BRAND AUTHENTICITY. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING. v.18, p.1 - 18, 2019.

9. Dal Farra, S.P.; Queiroz, M.J.; **PRADO, PAULO H. M.**; Queiroz, R.S.B.. THE ALLURE OF UBIQUITY: BRAND EQUITY AND BRAND AUTHENTICITY INFLUENCED BY DISTRIBUTION CHANNELS. *Revista de administração da UFSM*. v.12, p.418 - 433, 2019.
10. OH, HYUNJOO; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; KORELO, Jose Carlos; FRIZZO, FRANCIELLE. The effect of brand authenticity on consumer-brand relationships. *Journal of Product and Brand Management*. v.28, p.231 - 241, 2019.
11. Bonfim, L.R.C.; Silva, G.R.R.; **PRADO, PAULO H. M.**; ABIB, G.. Exploring Risk Perception and Degree of Internationalization of Brazilian Small-and-Medium Enterprises. *BAR. BRAZILIAN ADMINISTRATION REVIEW*. v.15, p.1, 2018.
12. FRIZZO, F.; KORELO, JOSÉ CARLOS; **PRADO, PAULO H. M.**. O EFEITO DA HERANÇA DA MARCA NOS RELACIONAMENTOS ENTRE CONSUMIDORES E MARCAS. *RAE-Revista de Administração de Empresas*. v.58, p.451 - 459, 2018.
13. MANTOVANI, Danielle; B. ANDRADE, EDUARDO; **H.M. Prado, Paulo**. The impact of goal (non)attainment on consumer preference through changes in regulatory focus. *EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING*. v.1, p.1 - 15, 2018.
14. KOSOSKI, MAIARA REGINA; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Dimensões de Autenticidade de Marca nos Contextos Brasileiro e Estadunidense. *CBR - Consumer Behavior Review*. v.1, p.45 - 57, 2017.
15. SEMPREBON, ELDER; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. A Influência do Poder no Relacionamento entre Consumidor e Marca. *RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online)*. v.20, p.389 - 411, 2016.
16. PÁDUA JÚNIOR, FÁBIO PIMENTA DE; MUNIZ, KARLAN MÜLLER; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Extensão vertical de marcas e seus efeitos na marca mãe. *Revista Gestão & Tecnologia*. v.16, p.168 - 193, 2016.
17. Galvão, F.H.; SILVA, DANIELLE MANTOVANI LUCENA DA; **PRADO, P. H. M.**. UM ENSAIO TEÓRICO SOBRE A TEORIA DE PRIMING NO CONTEXTO DE MARCAS ESPORTIVAS.. *REMark. Revista Brasileira de Marketing*. v.17, p.16 - 27, 2016.
18. PÁDUA JÚNIOR, FÁBIO P.; **PRADO, PAULO H. M.**; ROEDER, SCOTT S.; ANDRADE, EDUARDO B.. What a Smile Means: Contextual Beliefs and Facial Emotion Expressions in a Non-verbal Zero-Sum Game. *Frontiers in Psychology*. v.7, p.1 - 1, 2016.
19. MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.; KROETZ, L. V.; **PRADO, P. H. M.**. IMPACTO DA DISTÂNCIA SOCIAL NAS TRANSGRESSÕES ENTRE EMPRESAS E CONSUMIDORES. *RAE (Impresso)*. v.55, p.498 - 510, 2015.
20. PETROLL, M. L. M.; **PRADO, P. H. M.**. OS POP-UP ADS ESTÃO ENTRE NÓS: A INVASÃO DESSE PLACEMENT TELEVISIVO E SEUS EFEITOS SOBRE O CONSUMIDOR COM AUXÍLIO DA TECNOLOGIA DO EYE TRACKING. *REMark. Revista Brasileira de Marketing*. v.14, p.18 - 32, 2015.
21. MANTOVANI, D.; BARBOZA, M. M.; VIACAVA, Juan José Camou; **PRADO, P. H. M.**. Quando Forças Opostas Aumentam a Intenção de Compra? Foco Motivacional e Mensagens de Comunicação. *RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online)*. v.19, p.178 - 196, 2015.
22. VIACAVA, Juan José Camou; MANTOVANI, Danielle; KORELO, J. C.; **PRADO, P. H. M.**. VIESES NA SATISFAÇÃO: O EFEITO MODERADOR DA DIFICULDADE E DA OBRIGAÇÃO SOBRE RECORDAÇÕES POSITIVAS E NEGATIVAS. *REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre. Online)*. v.21, p.437 - 461, 2015.

23. SEMPREBOM, E.; **PRADO, P. H. M.**; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; RIBEIRO, C. M.. A Importância da Interdependência no Relacionamento com Marcas. REGE. Revista de Gestão USP. v.21, p.561 - 577, 2014.
24. GARRET, S. D.; **PRADO, P. H. M.**. A INFLUÊNCIA DA TRANSGRESSÃO E DA RAIVA DO CONSUMIDOR NA AVALIAÇÃO DE PROVEDORES DE SERVIÇOS. REA. Revista Eletrônica de Administração (Franca. Online). v.13, p.50 - 67, 2014.
25. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; SEMPREBOM, E.; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Construing loyalty through brand experience: The mediating role of brand relationship quality. Journal of Brand Management. v.21, p.446 - 458, 2014.
26. PRADO, P. H. M.; COSTA, C. B. S.; MANTOVANI, Danielle; NIADA, A. C. M.; SEMPREBOM, E.. Investimento percebido, custo de resgate e tipo de recompensa na intenção de adesão a programas de fidelidade. Base (São Leopoldo. Online). v.11, p.193 - 203, 2014.
27. COSTA, C. B. S.; PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, D.; KORELO, J. C.; SEMPREBOM, E.; NIADA, A. C. M.. Investimento percebido, custo de resgate e tipo de recompensa na intenção de adesão a programas de fidelidade. BASE (SÃO LEOPOLDO. ONLINE). v.11, p.193 - 203, 2014.
28. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; KORELO, JOSÉ CARLOS; SILVA, DANIELLE MANTOVANI LUCENA DA. Mediation, Moderation and Conditional Process Analysis. REMark. Revista Brasileira de Marketing. v.13, p.04 - 24, 2014.
29. Katakura, E.A.L.B.; MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.**; BARBOZA, M. M.. Respostas Emocionais e seu Efeito sobre a Satisfação dos Usuários com a Assistência Médica. RACE : Revista de Administração, Contabilidade e Economia. v.13, p.1149 - 1178, 2014.
30. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; SEMPREBOM, E.; **PRADO, P. H. M.**; RIBEIRO, C. M.. Todo tipo de relacionamento consumidor-marca é eficiente?. RAUSP-e (São Paulo). v.49, p.89 - 102, 2014.
31. PETROLL, M. L. M.; **PRADO, P. H. M.**. Um Ensaio Teórico sobre o Placement Televisivo e seus Efeitos sobre o Consumidor. RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online). v.18, p.176 - 195, 2014.
32. MANTOVANI, D.; KORELO, Jose Carlos; PRADO, P. H. M.; SANTOS, T. S.. A Influência da Regulação Emocional na Avaliação Pós-Compra. Revista Brasileira de Administração Científica. v.4, p.xx, 2013.
33. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; PRADO, P. H. M.; SEMPREBOM, E.; RIBEIRO, C. M.. A Qualidade do Relacionamento com Marca e as Implicações sobre a Lealdade. RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online). v.17, p.154 - 175, 2013.
34. Araújo, JP; MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.**. Análise dos antecedentes e consequentes da qualidade do relacionamento em instituições de ensino superior públicas estaduais. Revista Gestao Universitaria na America Latina - GUAL. v.6, p.288 - 299, 2013.
35. PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.; Santos, Tatiani. Emotional Suppression as a Moderator for the Impact of a Transgression on Consumers' Satisfaction. REMark. Revista Brasileira de Marketing. v.12, p.27 - 43, 2013.
36. MAFFEZZOLLI, ELIANE CRISTINE FRANCISCO; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Identificação com a marca: proposição de um instrumento de medida. REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre. Online). v.19, p.588 - 619, 2013.
37. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, ELIANE CRISTINE; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Service Retail Results Assessment from the Consumer's Point of View. Revista Brasileira de Gestão de Negócios (Online). v.15, p.112 - 128, 2013.

38. MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.; **PRADO, P. H. M.** Como Você Fez sua Escolha? O Papel do Foco Motivacional sobre a tendência a Inovar. RAC. Revista de Administração Contemporânea (Impresso). v.16, p.179 - 199, 2012.
39. TELES, M. I. S.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.** Customer-based Brand Equity de Destinos Turísticos: Um estudo sobre Foz do Iguaçu. Revista Turismo em Análise. v.23, p.166 - 186, 2012.
40. PIESKI, A.; **PRADO, P. H. M.** Participação do Consumidor no Desenvolvimento do Istsma Linux: Aplicação do 3M de Mowen. Faces : Revista de Administração (Belo Horizonte. Impresso). v.11, p.109 - 128, 2012.
41. PEPECE, O.; **PRADO, P. H. M.** Sonhos de Plástico: Metas de Consumo dos Colecionadores de Melissa. BBR. Brazilian Business Review (Edição em português. Online). v.9, p.48 - 71, 2012.
42. PRADO, P. H. M.; KORELO, J. C.; MANTOVANI, D.; RIBEIRO, E. B. S.. Autorregulação no Processo de Decisão: impacto dos objetivos de escolha sobre a inovatividade. Revista Brasileira de Gestão de Negócios (São Paulo. Impresso). v.13, p.80 - 98, 2011.
43. FRANCISCO, Eliane; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, R. Z.; SILVA, Wesley Vieira da. AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO RELACIONAMENTO E A PRÉ-DISPOSIÇÃO DE TROCA ENTRE OPERADORAS DE TELEFONIA CELULAR. BBR. Brazilian Business Review (Edição em português. Online). v.8, p.1 - 23, 2011.
44. Alejandro, T.B.; KOWALKOWSKI, C.; RITTER, J. G. S. F.; MARCHETTI, R. Z.; **PRADO, P. H. M.** Information search in complex industrial buying: Empirical evidence from Brazil. Industrial Marketing Management. v.40, p.17 - 27, 2011.
45. RIBEIRO, Eneida; Korelo, J.C.; MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.** Inovatividade Organizacional e seus antecedentes: Um Estudo Aplicado às Tecnologias para Pecuária. Revista de Administração (FEA-USP). v.46, p.342 - 357, 2011.
46. WALTER, S.; STEINER NETO, Pedro José; PRADO, P. H. M.; TONTINI, G.. Percepção da Qualidade de Ensino em uma Instituição de Ensino Superior. Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão (Lisboa). v.10, p.48 - 59, 2011.
47. Korelo, J.C.; PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle. Escolha de Adoção de Tecnologias de Informação e Comunicação na Educação. RAI : Revista de Administração e Inovação. v.7, p.80 - 103, 2010.
48. PÁDUA JR, Fábio Pimenta de; PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; SOUZA, F.F.. O Comportamento dos Jovens na Adoção de Inovações. Faces (FACE/FUMEC). v.9, p.53 - 70, 2010.
49. RIBEIRO, Eneida; Korelo, J.C.; MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.** Percepção da Inovação em Contextos B2B: Uma Taxonomia Aplicada à Tecnologia para a Pecuária. PMKT: Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia. v.5, p.18 - 30, 2010.
50. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.** Avaliação de resultado financeiro e não financeiro na perspectiva do consumidor: aplicação no varejo de serviço. Revista da FAE. v.12, p.99 - 116, 2009.
51. MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.** COMPORTAMENTO DOS JOVENS CONSUMIDORES DE TELEFONIA CELULAR: ANÁLISE DAS METAS DE COSUMO. Revista de Negócios (Online). v.13, p.81 - 97, 2009.
52. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; RIBEIRO, C. M.; Santos, Tatiani; LIMA, M. V. V.; SEMPREGOM, E.; PRADO, P. H. M.; Mady, E.B.. Reflexões sobre o Uso de Técnicas Projetivas na Condução de Pesquisas Qualitativas em Marketing. PMKT: Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia. v.3, p.37 - 48, 2009.

53. MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.**. Tabela de Informações: uma metodologia para mensuração da aquisição e do processamento de informações pelos consumidores. REGE. Revista de Gestão USP. v.16, p.103 - 120, 2009.
54. ESCUDERO, Fabiana Thiele; **PRADO, P. H. M.**. ANÁLISE DAS METAS DO CONSUMIDOR: UMA CONTRIBUIÇÃO METODOLÓGICA. RAE Eletrônica. v.7, p.22, 2008.
55. WEBER, Lídia Natália D; PRADO, P. H. M.; SALVADOR, Ana Paula Viezzer; BRANDENBURG, Olivia Justen. CONSTRUÇÃO E CONFIABILIDADE DAS ESCALAS DE QUALIDADE NA INTERAÇÃO FAMILIAR. Psicologia Argumento. v.26, p.55 - 65, 2008.
56. MANTOVANI, Danielle; PRADO, P. H. M.; RIBEIRO, Eneida; SOUZA, F.F.; Korelo, J.C.. PROCESSO DE ESCOLHA DE PRODUTOS EM CONSTANTE INOVAÇÃO: INOVATIVIDADE, OBJETIVOS DE CONSUMO E PERCEPÇÃO DA INOVAÇÃO. RAI. Revista de Administração e Inovação. v.5, p.53 - 71, 2008.
57. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa. COMPROMETIMENTO E LEALDADE AO FORNECEDOR: DOIS CONCEITOS OU DUAS DIMENSÕES DE UM ÚNICO CONCEITO?. RAI. Revista de Administração e Inovação. v.4, p.1 - 15, 2007.
58. PÁDUA JÚNIOR, F. P.; **PRADO, P. H. M.**. A ADOÇÃO DE INOVAÇÕES EM PRODUTOS DE ALTA TECNOLOGIA POR JOVENS: O CASO DO TELEFONE CELULAR. RECADM : Revista Eletrônica de Ciência Administrativa. v.5, p.1 - 1, 2006.
59. ZANCAN, Cláudio; **PRADO, P. H. M.**. ANALISANDO A QUALIDADE DO RELACIONAMENTO (QR) NO CANAL DE DISTRIBUIÇÃO DA MAÇÃ BRASILEIRA: UMA VISÃO DOS PRODUTORES. READ. Revista Eletrônica de Administração. v.12, 2006.
60. KAMINSKI, Sérgio Ricardo; PRADO, P. H. M.; HERNANDEZ, José Mauro. UMA APLICAÇÃO DO MODELO DE CADEIAS MEIOS-FIM (MEC) POR MEIO DA TÉCNICA PADRÃO DE ASSOCIAÇÃO (APT) AO CONSUMO DE MÚSICA. RAI. Revista de Administração e Inovação. v.3, p.21 - 38, 2006.
61. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Avaliação da Satisfação do Consumidor Utilizando o Método de Equações Estruturais: Um Modelo Aplicado ao Setor Elétrico Brasileiro. Revista de Administração Contemporânea - RAC. v.8, p.9 - 32, 2004.
62. WEBER, L. N.; PRADO, P. H. M.; BRANDENBURG, O. J.; VIEZZER, A. P.. Identificação de estilos parentais: o ponto de vista dos pais e dos filhos . Psicologia. Reflexão e Crítica. v.17, p.323 - 332, 2004.
63. WEBER, L. N.; PRADO, P. H. M.; VIEZZER, A. P.; BRANDENBURG, O. J.. Avaliação de validade do questionário de estilo de atribuição para crianças (CASQ). Psicologia Escolar e Educacional. v.7, p.161 - 170, 2003.
64. BAPTISTA, P.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. O Esforço de Pesquisa Externa da Informação dos Consumidores de Automóveis Novos. Revista de Ciência Empresarial Opet. v.1, p.57 - 74, 2001.
65. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Um Tour pelas Medidas de Satisfação do Consumidor. RAE. Revista de Administração de Empresas. v.41, p.56 - 67, 2001.
66. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. Excelência em Supermercados. RAUSP. Revista de Administração. v.32, p.58 - 64, 1997.
67. **PRADO, P. H. M.**. Custos Mercadológicos no Varejo: Análise da Produtividade Mercadológica. Revista de Economia (UFPR)., p.83 - 96, 1993.

Artigos aceitos para publicação

1. Manosso, F.C.; Schoessl, D.; ALVES, F. J. M. A.; **PRADO, PAULO H. M.** Hotel Ratings: The impact of trip type (business vs. leisure). *Tourism Review* (St. Gallen). , 2024.

Livros publicados

1. **PRADO, P. H. M.**.. Automatize a sua Loja, ed.1. Curitiba: SEBRAE/PR, 1996, v.1., p.70.

Capítulos de livros publicados

1. Kososki, Maiara; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Hierarchical Structure of Brand Authenticity In: *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, ed.1. New York: Springer International Publishing, 2017, v.1, p. 1293 - 1306.

2. Korelo, J.C.; MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.**.. The Impact of Consumer Choise Goals on Innovativeness In: *Handbook of Research on Managing and Influencing Consumer Behavior*, ed.1. : IGI, 2015, v.1, p. 174 - 193.

3. PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.. Self Regulation on Innovative Products Choice In: *Technological, Managerial and Organizational Core Competencies: Dynamic Innovation and Sustainable Advantage*, ed.1. Hershey: IGI Global, 2011, v.1, p. 1 - 20.

4. BIEGAS, S.; PRADO, P. H. M.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.. A qualidade no relacionamento e a lealdade no comércio de varejo eletrônico In: *Varejo Competitivo* São Paulo: Saint Paul, 2009, v.14, p. 174 - 200.

5. HEPP, Cristina Tetto; **PRADO, P. H. M.**.. O Envolvimento do Consumidor modifica a avaliação dos resultados no varejo de moda? In: *Varejo Competitivo*, ed.1. São Paulo: Saint Paul, 2008, v.13, p. 219 - 243.

6. PRADO, P. H. M.; PÁDUA JÚNIOR, F. P.; MANTOVANI, Danielle; FREIRE, Flávio. The Adoption of Innovations in High Technology Products by Young People: The case of Cellular Phone In: *Latin America Advances in Consumer Research* Duluth, MN: Association for Consumer Research, 2008, v.2, p. 101 - 108.

7. RIBEIRO, Eneida; PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; SOUZA, F.F.; Korelo, J.C.. The Decision Process of Products under Continuous Innovation: Innovativeness, Consumer Goals and Perceived Innovation In: *Latin America Advances in Consumer Research* Duluth, MN: Association for Consumer Research, 2008, v.2, p. 95 - 100.

8. MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.**.. Busca de Informações e Processo de Escolha do Consumidor no Ponto-de-Venda In: *Varejo Competitivo*, ed.1. São Paulo: Saint Paul, 2007, v.12, p. 25 - 56.

9. PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki. Gestão de Marketing In: *Manual de Gestão Empresarial*, ed.2a. São Paulo: Atlas, 2006, v.1, p. 72 - 111.

10. LEIDENS, Arthur; **PRADO, P. H. M.**.. INVESTIMENTOS NO RELACIONAMENTO COM CONSUMIDORES E SUAS CONSEQÜÊNCIAS: UM ESTUDO EM LOJAS DE DEPARTAMENTO DE VESTUÁRIO In: *Varejo Competitivo*, ed.1. São Paulo: Saint Paul, 2006, v.11, p. 153 - 180.

11. **PRADO, P. H. M.**.. Os Modelos de Equações Estruturais em Marketing In: *Pesquisa Quantitativa em Administração*, ed.1. Rio de Janeiro: ATLAS, 2006, p. 129 - 153.

12. GOMEZ, N. L.; MARCHETTI, R. Z.; **PRADO, P. H. M.**. Antecedentes e Consequências da Satisfação do usuário de Informação da Internet In: Tecnologia de Informação, ed.1a. São Paulo: Atlas, 2005, p. 188 - 207.
13. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. Em Busca da Padronização - Setor de Eletro-Eletrônicos In: Lucratividade pela Inovação, ed.1. Rio de Janeiro: Elsevier-Campus, 2005, v.1, p. 172 - 207.
14. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Em Ritmo de Mudança - Setor de Telecomunicações e Energia Elétrica In: Lucratividade pela Inovação: Como eliminar ineficiências nos seus negócios e na cadeia de valor, ed.1. Rio de Janeiro: Elsevier-Campus, 2005, v.1, p. 230 - 239.
15. CHUDZIKIEWICZ, Fabíola; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Fatores Explicativos da Satisfação e da Lealdade no Mercado de Panificadoras e Confeitarias Independentes In: Varejo Competitivo São Paulo: Saint Paul Editora, 2005, v.10, p. 139 - 162.
16. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa. Relationship Quality and Relationship Satisfaction: An Application at Retail Banks in Brazil In: European Advances in Consumer Research Duhum: Association For Consumer Research, 2005, v.7, p. 368 - 376.
17. CUNHA, F. R.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Antecedentes da Lealdade do Consumidor às Marcas Próprias em Supermercados In: Varejo Competitivo São Paulo: Atlas, 2004, v.9, p. 41 - 69.
18. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Um Tour pelas Medidas de Satisfação do Consumidor In: Gestão Empresarial - Estratégias de Marketing, ed.1. São Paulo: Atlas, 2003, p. 1 - 20.
19. SOARES, I.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Comportamento de Compra de Vestuário do Consumidor Adolescente In: Varejo Competitivo São Paulo: ATLAS, 2002, v.7, p. 241 - 270.
20. PEPECE, O.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Aspectos Sócio-Demográficos e Culturais relacionados a Compra de Presentes: Implicações para o Varejo Especializado In: Varejo Competitivo São Paulo: Atlas, 2001, v.5, p. 19 - 43.
21. PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki. Gestão de Marketing In: Manual de Gestão Empresarial São Paulo: Atlas, 1999, p. 149 - 183.
22. BULGACOV, S.; **PRADO, P. H. M.**. Gestão Técnica de Vendas In: Manual de Gestão Empresarial São Paulo: Atlas, 1999, p. 184 - 256.
23. HASTREITER, S.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Tipologia de Consumidores baseada nas Razões e Motivações de Frequência em Shopping Centers e a Satisfação do Consumidor In: Varejo Competitivo São Paulo: Atlas, 1999, v.4, p. 116 - 135.
24. **PRADO, P. H. M.**. Satisfação do Consumidor em Supermercados: Uma Extensão In: Varejo Competitivo São Paulo: Atlas, 1998, v.3, p. 149 - 169.
25. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. Automação Comercial e Satisfação do Consumidor em Supermercados In: Varejo Competitivo São Paulo: Atlas, 1996, v.1, p. 15 - 32.
26. **PRADO, P. H. M.**. Automação Comercial e a Operação do Supermercado In: Caderno de Ciências Sociais Aplicadas - Curitiba: Editora da UFPR, 1995, p. 57 - 65.

Trabalhos publicados em anais de eventos (completo)

1. Manosso, F.C.; **PRADO, PAULO H. M.**; DEMCZUK, R.. Pride Perception and Differentiation: The impact of negative emotions and product type. In: X Encontro de Marketing da Anpad, 2024, São Paulo. **Anais do X Encontro de Marketing da Anpad**São Paulo: Anpad, 2024, v.1, p.1 - 12
2. Carvalho, R.P.S; **PRADO, PAULO H. M.**. RESTRIÇÕES DE TEMPO COMO DETERMINANTE DA ESCOLHA DE ALIMENTOS CALÓRICOS E O PAPEL DO CONFLITO DE METAS In: X Encontro de Marketing da Anpad, 2024, São Paulo. **Anais do X Encontro de Marketing da Anpad**São Paulo: Anpad, 2024, v.1, p.1 - 12
3. DUARTE, NAYARA PEREIRA; **PRADO, PAULO H. M.**. Effect of Brand Activism on Purchase Intentions Through Consumer Empowerment In: XLVII Encontro da Anpad, 2023, São Paulo. **Anais do XLVII Encontro da Anpad**São Paulo: Anpad, 2023, v.1, p.1 - 12
4. Richarde, A.P.M.; **PRADO, PAULO H. M.**. UNDERSTANDING AUTOMATION BIAS IN CONSUMER BEHAVIOR: A THEORETICAL PERSPECTIVE In: XLVII Encontro da Anpad, 2023, São Paulo. **Anais do XLVII Encontro da Anpad**São Paulo: Anpad, 2023, v.1, p.1 - 12
5. Manosso, F.C.; DEMCZUK, R.; **PRADO, PAULO H. M.**. Let's talk about envy and its impacts on consumer behavior. In: EnANPAD, 2021, Online. **Anais do Enanpad 2021**Maringá: Anpad, 2021, v.1, p.1 - 12
6. Richarde, A.P.M.; **PRADO, PAULO H. M.**. Transparência nas Estratégia Opt-In Marketing: O Efeito do Aceite de Cookies e da Percepção de Benefícios na Intenção de Compra Online In: Enanpad 2021, 2021, Online. **Anais do Enanpad 2021**Maringá: Anpad, 2021, v.1, p.1 - 12
7. FRIZZO, F.; Korelo, J.C.; **PRADO, P. H. M.**. A Influência da Herança e da Autenticidade de Marca nos Relacionamentos entre Consumidores e Marcas In: XXXX EnANPAD, 2016, Salvador. **Anais do XXXX EnANPAD**Rio de Janeiro: ANPAD, 2016, v.1, p.1 - 16
8. Finoti, L.L.; CORREA, M. V. P.; DIDONET, S. R.; TOALDO, A. M. M.; **PRADO, P. H. M.**. Capacidades de Marketing e Resultados de Inovação: os Mediadores da Relação entre Inovatividade e Desempenho Organizacional In: XXXX EnANPAD, 2016, Salvador. **Anais do XXXX EnANPAD**Rio de Janeiro: ANPAD, 2016, v.1, p.1 - 16
9. FRIZZO, F.; DEMCZUK, R.; **PRADO, P. H. M.**; KORELO, J. C.. Autenticidade de Marca: Uma Revisão Sistemática da Produção de Artigos Científicos no Período 2005 - 2015 In: XXXIX Encontro da ANPAD, 2015, Belo Horizonte. **Anais do XXXIX Enanpad**Rio de Janeiro: ANPAD, 2015, v.1, p.128 - 128
10. Kososki, M.; **PRADO, P. H. M.**. Be and Be not Authentic: Brand Authenticity Scale Based on Consumer Assessment In: XXXIX Encontro da ANPAD, 2015, Belo Horizonte. **Anais do XXXIX Enanpad**Rio de Janeiro: ANPAD, 2015, v.1, p.120 - 120
11. SEMPEBON, E.; **PRADO, P. H. M.**. O Poder no Relacionamento entre Consumidor e Marca In: XXXIX Encontro da ANPAD, 2015, Belo Horizonte. **Anais do XXXIX Enanpad**Rio de Janeiro: ANPAD, 2015, v.1, p.120 - 120
12. SEMPEBON, E.; **PRADO, P. H. M.**. The perception of power in consumer brand relationships In: 4th INTERNATIONAL CONSUMER BRAND RELATIONSHIP CONFERENCE, 2015, Porto. **Proceedings of 4th INTERNATIONAL CONSUMER BRAND RELATIONSHIP CONFERENCE**Porto: ACBR, 2015, v.1, p.1 - 1
13. **PRADO, P. H. M.**; VIACAVAL, Juan José Camou; Korelo, J.C.; MANTOVANI, Danielle. Clientes Indiferentes: Os Efeitos da Falta de Informações nas Avaliações de Satisfação em Relacionamentos Comerciais In: XXXVIII Enanpad, 2014, Rio de Janeiro. **Anais do XXXVIII Enanpad**Rio de Janeiro: Anpad, 2014, v.1, p.103 - 103

14. **PRADO, P. H. M.**; MANTOVANI, D.; IBARRA, J.; Korelo, J.C.. Severidade da Transgressão e Raiva na Avaliação do Relacionamento B2C In: Encontro de Marketing da ANPAD, 2014, Gramado - RS. **Anais do Encontro de Marketing da Anpad**Anpad, 2014, v.3,
15. MAFFEZZOLLI, ELIANE CRISTINE FRANCISCO; SEMPREGOM, E.; **PRADO, P. H. M.**. Brand Relationship Quality and the Implications for Loyalty In: 3rd International Consumer Brand Relationship Conference, 2013, Winter Park. **Proceedings of 3rd International Consumer Brand Relationship Conference**Winter Park: Rolins College, 2013, v.1, p.1 - 1
16. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, PAULO H. M.**; MONTANA, J.. EFFECTS OF BRAND IDENTIFICATION IN CONSUMER-BRAND RELATIONSHIPS In: EMAC, 2013, Istambul. **2013 EMAC Proceedings**Istambul: EMAC, 2013, v.1, p.1 - 7
17. **PRADO, P. H. M.**; KROETZ, L. V.; MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.. O Consumidor como Terceiro na Transgressão e o Impacto no Relacionamento Terceiro-Empresa In: EnANPAD 2013, 2013, Rio de Janeiro. **O Consumidor como Terceiro na Transgressão e o Impacto no Relacionamento Terceiro-Empresa**Rio de Janeiro: ANPAD, 2013, v.1, p.1 - 1
18. Santos, Tatiani; **PRADO, P. H. M.**; Korelo, J.C.; MANTOVANI, Danielle; SEMPREGOM, E.. A Influência da Regulação Emocional na Avaliação Pós-Compra do Consumidor In: Encontro de Marketing na ANPAD, 2012, Curitiba. **Anais do EMAR**Rio de Janeiro: Anpad, 2012, v.1, p.1 - 2
19. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; SEMPREGOM, E.; **PRADO, P. H. M.**. A Qualidade do Relacionamento com Marca e as Implicações sobre a Lealdade In: XXXVI EnANPAD, 2012, Rio de Janeiro. **Anais do XXXVI Enanpad**Rio de Janeiro: Anpad, 2012, v.1, p.1 - 1
20. COSTA, C. B. S.; **PRADO, P. H. M.**; MANTOVANI, Danielle; NIADA, A. C. M.; Korelo, J.C.; SEMPREGOM, E.. Atratividade dos Programas de Fidelidade: Custos de Resgate, Tipos de Recompensa e Investimentos Percebidos In: Encontro de Marketing na ANPAD, 2012, Curitiba. **Anais do EMAR**Rio de Janeiro: Anpad, 2012, v.1, p.1 - 1
21. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.**. Identificação com a Marca: Avaliação e Proposição de um Instrumento de Medida In: XXXVI EnANPAD, 2012, Rio de Janeiro. **Anais do XXXVI EnANPAD**Rio de Janeiro: Anpad, 2012, v.1, p.1 - 1
22. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.**. Os Efeitos da Identificação com a Marca In: Encontro de Marketing na ANPAD, 2012, Curitiba. **Anais do EMAR**Rio de Janeiro: Anpad, 2012, v.1, p.1 - 1
23. MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.**; ANDRADE, E. B.. The Impact of Goal (Non)attainment on Behavior through Changes in Regulatory Focus In: Annual Conference of Associations for Consumer Research, 2012, Vancouver. **Proceedings of ACR 2012**Vancouver: ACR, 2012, v.1, p.90 - 90
24. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; RIBEIRO, C. M.; **PRADO, P. H. M.**. Self-Connection, Intimacy and Interdependence with brands as groups of Consumer-Brand Relationship Intensity In: 40th Conference of EMAC, 2011, Ljubljana. **Conference Proceedings**Ljubljana: Faculdade de Economia UL, 2011, v.1, p.244 - 244
25. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; RIBEIRO, C. M.; **PRADO, P. H. M.**; SEMPREGOM, E.. Todo o Tipo de Relacionamento com o Consumidor é Eficaz? Avaliação da Intensidade e da Qualidade do Relacionamento com Marcas In: XXXV Congresso da ANPAD, 2011, Rio de Janeiro. **Anais do XXXV ENANPAD**Rio de Janeiro: ANPAD, 2011, v.1, p.98 - 98
26. RIBEIRO, C. M.; SEMPREGOM, E.; FRANCISCO, Eliane; FABRIS, C.; **PRADO, P. H. M.**; Santos, Tatiani. AFINAL, TEMOS UM RELACIONAMENTO ÍNTIMO? In: Enanpad 2010, 2010, Rio de Janeiro. **Anais do Enanpad 2010**Rio de Janeiro: Anpad, 2010, v.1, p.804 - 805

27. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; RIBEIRO, C. M.; SEMPREGOM, E.; PRADO, P. H. M.; FABRIS, C.; LIMA, M. V. V.. Avanços nos Estudos do Relacionamento com Marcas: Proposta de uma escala de Autoconexão com a Marca e Comparativo Discriminante entre os CONstrutos Lealdade e Comprometimento In: Encontro de Marketing da ANPAD, 2010, Florianópolis. **Anais do Encontro de Marketing da ANPAD 2010**Rio de Janeiro: ANPAD, 2010, v.1, p.132 - 132
28. MANTOVANI, Danielle; PRADO, P. H. M.; FREIRE, Flávio; Korelo, J.C.. Decision Heuristics and Information Gathering during the Choice Process In: Enanpad 2010, 2010, Rio de Janeiro. **Anais do Enanpad 2010**Rio de Janeiro: Anpad, 2010, v.1, p.798 - 798
29. PRADO, P. H. M.; LIMA, M. V. V.; Santos, Tatiani; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; SEMPREGOM, E.; RIBEIRO, C. M.. A Relação de Interdependência do Consumidor com Marca - O Desenvolvimento de uma Escala de Mensuração In: XXXIII EnANPAD 2009, 2009, São Paulo. **Anais do XXXIII EnANPAD**Rio de Janeiro: ANPAD, 2009, v.1, p.1 - 16
30. RIBEIRO, C. M.; **PRADO, P. H. M.**. Aspectos Intervenientes das Relações Interorganizacionais entre Indústrias Fornecedoras e Uma Rede de Varejo do Segmento Alimentício In: SIMPOI 2009, 2009, São Paulo. **Anais do SIMPOI 2009**São Paulo: EAESP-FGV, 2009, v.1, p.1 - 16
31. RIBEIRO, C. M.; **PRADO, P. H. M.**. Dentre os Riscos da Cadeia de Suprimentos a Ruptura de Produto nas Gôndolas de Varejos Alimentícios: Sua Repercussão para a Díade Indústria Fornecedor e Varejo In: SIMPOI 2009, 2009, São Paulo. **Anais do SIMPOI 2009**São Paulo: EAESP-FGV, 2009, v.1, p.1 - 16
32. SOUZA, Ana Cláudia de; RIBEIRO, C. M.; **PRADO, P. H. M.**. Um Estudo sobre os Relacionamentos Interorganizacionais do Tipo Buyer-Seller entre Operadoras de Planos de Saúde e Prestadores de Serviço em Saúde In: XXXIII EnANPAD 2009, 2009, São Paulo. **Anais do XXXIII EnANPAD**Rio de Janeiro: ANPAD, 2009, v.1, p.1 - 16
33. PRADO, P. H. M.; FRANCISCO, Eliane; MANTOVANI, Danielle. Antecedentes e Consequências da Qualidade do Relacionamento: Uma taxonomia de consumidores no contexto de telefonia celular In: XXXII EnANPAD, 2008, Rio de Janeiro. **Anais do XXXII EnANPAD**Rio de Janeiro: ANPAD, 2008, v.1, p.496 - 496
34. Santos, Tatiani; **PRADO, P. H. M.**. Emoção e Regulação Emocional no Comportamento do Consumidor In: III EMA, 2008, Curitiba. **Anais do III EMA 2008**Rio de Janeiro: Anpad, 2008, v.1, p.124 - 124
35. PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; RIBEIRO, Eneida; Korelo, J.C.; SOUZA, F.F.. Inovatividade e Percepção da Inovação: um Modelo CONceitual para Análise Comportamental da Escolha In: XXXII EnANPAD, 2008, Rio de Janeiro. **Anais do XXXII EnANPAD**Rio de Janeiro: ANPAD, 2008, v.1, p.476 - 476
36. ESCUDERO, Fabiana Thiele; **PRADO, P. H. M.**. Metas de Consumo e a Técnica de Padrão de Associação (APT) Ampliada In: III EMA, 2008, Curitiba. **Anais do III EMA 2008**Rio de Janeiro: Anpad, 2008, v.1, p.120 - 120
37. PRADO, P. H. M.; FREIRE, Flávio; RIBEIRO, Eneida. Emoções e Sentimentos: um Estudo Experimental no Consumo de Serviços de Webmail In: Encontro da ANPAD, 2007, Rio de Janeiro. **Anais do Encontro da ANPAD 2007**Rio de Janeiro: Anpad, 2007, v.1,
38. ZANCAN, Cláudio; PRADO, P. H. M.; HAMER, Eleri. ANALISANDO OS RELACIONAMENTOS DURADOUROS NO CANAL DE DISTRIBUIÇÃO DA MAÇÃ BRASILEIRA: UMA VISÃO DOS PRODUTORES In: XLIV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2006, Fortaleza. **Anais do XLIV SOBER**Fortaleza: SOBER, 2006, v.1,

39. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa. INTENSIDADE DO RELACIONAMENTO E VENDA CRUZADA DE PRODUTOS: UM ESTUDO EM BANCOS DE VAREJO APLICANDO MODELOS DE TRAÇO LATENTE In: II Encontro de Marketing da ANPAD, 2006, Rio de Janeiro. **Anais do Ilo EMAR** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006, v.1, p.71
40. **PRADO, P. H. M.**. Programas de Fidelidade, Satisfação, Qualidade no Relacionamento e Lealdade entre Clientes e Supermercados In: Encontro Nacional da ANPAD, 2006, Salvador. **Anais do EnANPAD 2006** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006, v.1,
41. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. PROPOSIÇÃO E TESTE DE UM MODELO PARA AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO RELACIONAMENTO EM SERVIÇOS DE DISTRIBUIÇÃO DE GÁS In: II Encontro de Marketing da ANPAD, 2006, Rio de Janeiro. **Anais do Ilo EMAR** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006, v.1, p.44
42. SCHLEMER, Cris Betina; **PRADO, P. H. M.**. SURPRESA E A EXPERIÊNCIA DE CONSUMO – UM ESTUDO EM SHOPPING CENTERS In: II Encontro de Marketing da ANPAD, 2006, Rio de Janeiro. **Anais do Ilo EMAR** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006, v.1, p.86
43. PRADO, P. H. M.; PÁDUA JR, Fábio Pimenta de. A Adoção de Inovações em Produtos de Alta Tecnologia por Jovens: O Caso do Telefone Celular In: Encontro Nacional da ANPAD, 2005, Brasília. **Anais do XXIX EnANPAD** Rio de Janeiro: ANPAD, 2005, v.1, p.534 - 534
44. PRADO, P. H. M.; KAMINSKI, Sérgio Ricardo. O Consumo de música segundo o Modelo de cadeias Meios-Fim: Uma Aplicação da Association Pattern Technique (APT) In: Encontro Nacional da ANPAD, 2005, Brasília. **Anais do XXIX EnANPAD** Rio de Janeiro: ANPAD, 2005, v.1, p.519 - 520
45. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa. RELATIONSHIP QUALITY AND RELATIONSHIP SATISFACTION: AN APPLICATION AT RETAIL BANKS In: BALAS'2005, 2005, Madrid. **Proceedings do BALAS 2005** Madrid: BALAS, 2005, v.1,
46. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa. RELATIONSHIP QUALITY AND RELATIONSHIP SATISFACTION: AN APPLICATION AT RETAIL BANKS IN BRAZIL In: European Conference of Association for Consumer Research, 2005, Goteborg. **European Advances for Consumer Research** Goteborg: EACR, 2005, v.1,
47. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa. RELATIONSHIP SATISFACTION AND RELATIONSHIP QUALITY IN SERVICES FIRMS In: 34th Congress of European Academy of Marketing, 2005, Milão. **Proceedings of 34th EMAC** Milão: EMAC, 2005, v.1,
48. PRADO, P. H. M.; ZANCAN, Cláudio. Uma Análise da Qualidade do Relacionamento (QR) no Canal de Distribuição da Maçã Brasileira In: Encontro Nacional da ANPAD, 2005, Brasília. **Anais do XXIX EnANPAD** Rio de Janeiro: ANPAD, 2005, v.1, p.519 - 219
49. GOMEZ, N. L.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Antecedentes e Consequências da Satisfação do Usuário de Informação da Internet In: Congresso Anual de Tecnologia de Informação - CATI, 2004, São Paulo. **Anais do CATIEAESP - FGV**, 2004, v.1,
50. GUSSO, C. Z.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Antecedentes e Consequências da Satisfação dos Compradores de Automóveis Novos In: I Encontro de Marketing da ANPAD, 2004, Porto Alegre. **Anais** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004, v.1, p.26 - 26
51. CUNHA, F.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Lealdade do Consumidor às Marcas Próprias de Produtos Alimentícios Comercializados em Supermercados In: I Encontro de Marketing da ANPAD, 2004, Porto Alegre. **Anais** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004, v.1, p.45 - 45
52. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa. Satisfação, Qualidade no Relacionamento e Lealdade entre Clientes e Bancos de Varejo In: I Encontro de Marketing da ANPAD, 2004, Porto Alegre. **Anais** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004, v.1, p.34 - 34

53. KOCKANNY, M. M.; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. Avaliação dos Programas de Fidelidade: Proposição e Teste de um Modelo de Lealdade em Companhias Aéreas Nacionais In: XXVII Encontro Anual da ANPAD 2003, 2003, Atibaia. **Anais do XXVII Encontro Anual da ANPAD 2003**Rio de Janeiro: ANPAD, 2003,
54. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Ruben da Costa. Comprometimento e Lealdade ao Fornecedor: Dois Conceitos ou duas Dimensões de um Único Conceito? In: XXVII Encontro Anual da ANPAD 2003, 2003, Atibaia. **Anais do XXVII Encontro Anual da ANPAD 2003**Rio de Janeiro: ANPAD, 2003,
55. RITTER, J. G. S. F.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Busca de Informações em Compras Industriais Complexas In: 24o Encontro Nacional da ANPAD, 2002, Salvador. Rio de Janeiro: ANPAD, 2002, p.366 - 366
56. **PRADO, P. H. M.**. Integração da Qualidade Percebida, Resposta Afetiva e Satisfação no Processo de Compra-Consumo de Serviços In: 24o Encontro Nacional da ANPAD, 2002, Salvador. **Anais de Marketing do ENANAPD 2002**Rio de Janeiro: ANPAD, 2002, p.376 - 376
57. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa. Uma Proposta de Modelo de Avaliação do Processo de Relacionamento entre Clientes Pessoa Física e Bancos In: XXXVII Assembléia do CLADEA, 2002, Porto Alegre. **Proceedings de Marketing do CLADEA 2002**Porto Alegre: CLADEA, 2002, p.265 - 265
58. SILVA, A. R.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. A Metodologia de Avaliação da Satisfação do Consumidor dos Serviços de Saneamento: O caso da Sanepar In: VI Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, 2001, Buenos Aires. **Proceedings do VI CLAD**2001, p.74 - 74
59. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. A Metodologia de Avaliação da Satisfação do Consumidor nos Servidos de Fornecimento de Energia Elétrica: O Caso da ANEEL In: VI Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, 2001, Buenos Aires. **Proceedings do VI CLAD**2001, p.74 - 74
60. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Aspectos Estratégicos da Avaliação da Satisfação do Usuário de Serviços Públicos Essencias In: VI Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, 2001, Buenos Aires. **Proceedings do VI CLAD**2001, p.74 - 74
61. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Avaliação da Satisfação do Consumidor Utilizando o PLS: Um Modelo Aplicadico no Setor Elétrico In: 25o Encontro Nacional da ANPAD, 2001, Campinas. **Anais de Marketing**Rio de Janeiro: ANPAD, 2001, p.267 - 267
62. PEPECE, O.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Gift Giving Behavior: Expressing Meanings by Products In: Designing The 21st Century, 2001, San Diego. **Proceedings of BALAS 2001**2001, p.428 - 428
63. **PRADO, P. H. M.**. Typology of Supermarket Consumer in Brazil based on Post-Purchase Affective Response In: Marketing in a Global Economy - AMA, 2000, Buenos Aires. **Marketing in a Global Economy Proceedings**2000, p.287 - 294
64. MIRANDA, A. P.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Moda e Autoconceito: Produtos como Símbolos do Eu In: Encontro Nacional da ANPAD, 1999, Foz do Iguaçu. **Anais de Marketing**Rio de Janeiro: ANPAD, 1999, p.123 - 123
65. BAPTISTA, P.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. O Esforço de Pesquisa Externa de Informação dos Consumidores de Automóveis Novos In: 23o Encontro Nacional da ANPAD, 1999, Foz do Iguaçu. **Anais de Marketing**Rio de Janeiro: ANPAD, 1999, p.123 - 124

66. STEINER NETO, P.; SILVA, L.; **PRADO, P. H. M.**. The Beneficiary Factor and Consistency on Decision Making In: INFORMS FALL '99, 1999, Philadelphia. **Proceedings do INFORMS FALL '99**1999,
67. HASTREITER, S.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Uma Tipologia de Consumidores Baseada nas Razões e Motivações de Frequência em Shopping Centers In: 23o Encontro Nacional da ANPAD, 1999, Foz do Iguaçu. **Anais de Marketing**Rio de Janeiro: ANPAD, 1999, p.118 - 119
68. MIRANDA, A. P.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Women Fashion Consumer Behavior In: Latin America's New Millenium, 1999, New Orleans. **Proceedings do BALAS '99**1999, p.601 - 610
69. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; PIRES, P.. Análise de Correspondentes Múltiplos Aplicada à Ordenação de Dados Qualitativos In: 22o Encontro Nacional da ANPAD, 1998, Foz do Iguaçu. **Anais de Marketing**Rio de Janeiro: ANPAD, 1998, p.118 - 119
70. PRADO, P. H. M.; FARIAS, S.. Avaliação da Atribuição e da Desconfirmação como Antecedentes da Resposta de Satisfação dos Consumidores de Serviços Bancários In: 22o Encontro Nacional da ANPAD, 1998, Foz do Iguaçu. **Anais de Marketing**Rio de Janeiro: ANPAD, 1998, p.122 - 123
71. STEINER NETO, P.; SILVA, L.; GRAMMS, L.; **PRADO, P. H. M.**. Teoria dos Prospectos Revisitada In: 22o Encontro Nacional da ANPAD, 1998, Foz do Iguaçu. **Anais de Organizações**Rio de Janeiro: ANPAD, 1998, p.147 - 147
72. **PRADO, P. H. M.**. Uma Tipologia dos Consumidores baseada na Resposta Afetiva ao Processo de Compra em Supermercados In: BALAS '98, 1998, South Padre Island. **Proceedings do BALAS '98**1998, p.808 - 815
73. SCHLICHTA, K.; PRADO, P. H. M.; RAUEN, D.; BONI, M.. A Evolução da Satisfação do Consumidor em Supermercados: 1995 - 1997 In: 5o EVINCI, 1997, Curitiba. **Anais do EVINCI**Curitiba: Editora da UFPR, 1997, p.215 - 215
74. **PRADO, P. H. M.**. A Resposta Afetiva ao Processo de Compra e a Satisfação do Consumidor: O Caso dos Supermercados In: 21o Encontro Nacional da ANPAD, 1997, Rio das Pedras. **Anais de Marketing**Rio de Janeiro: ANPAD, 1997, p.123 - 123
75. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. Dimensões da Satisfação do Consumidor em Supermercados In: XX Encontro Nacional da ANPAD, 1996, Rio das Pedras. **Anais de Marketing**Rio de Janeiro: ANPAD, 1996, p.175 - 206
76. **PRADO, P. H. M.**. O Impacto da Automação Comercial na Operação do Supermercado In: XX Encontro Nacional da ANPAD, 1996, Angra dos Reis. **Anais de Produção Industrial e de Serviços**Rio de Janeiro: ANPAD, 1996, p.437 - 454

Trabalhos publicados em anais de eventos (resumo)

1. Richarde, A.P.M.; Pinto, D.C.; **PRADO, PAULO H. M.**. The Impact of Generative Artificial Intelligence on Goal Pursuit In: AIRSI24, 2024, Zaragoza. **Proceedings AIRSI24**Zaragoza: Universidad Zaragoza, 2024, v.1, p.1 - 12
2. Rodrigues, Graziela P.; Gonçalves, D.; **PRADO, PAULO H. M.**. the Effect of Effort, Goal Attainability and Feedback on Engagement in Goal Pursuit In: Conference of The Association of Consumer Research - North America, 2019, Atlanta. **Proceedings of teh Conference of The Association of Consumer Research - North America**Duluth: ACR, 2019, v.1, p.988 - 988

3. FRIZZO, F.; KORELO, J. C.; **PRADO, PAULO H. M.** the Effect of Brand Heritage and Brand Authenticity on Consumer-Brand Relationships In: Conference of the Association for Consumer Research North America, 2017, San Diego. **Advances in Consumer Reserach**Duluth: ACR, 2017, v.45, p.1027 - 1027
4. Kososki, M.; **PRADO, P. H. M.** Hierarchical Structure of Brand Authenticity In: Academy of Marketing Science Conference - North America, 2016, Orlando. **2016 AMS Conference Proceedings**Orlando: AMS, 2016, v.1, p.54 - 54
5. **PRADO, P. H. M.** Organizational Relationships and Connectivity in Emerging Markets: A Study in Health Service Market in Brazil In: 40th Conference of EMAC, 2011, Ljubljana. **Conference Proceedings**Ljubljana: Faculdade de Economia UL, 2011, v.1, p.340 - 340
6. PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.. The Effects of Self-Regulation Systems on Innovation Adoption In: 40th Conference of EMAC, 2011, Ljubljana. **Conference Proceedings**Ljubljana: Faculdade de Economia UL, 2011, v.1, p.340 - 340
7. SEMPREBOM, E.; PRADO, P. H. M.; PALMEIRA, Mirian. Brand Experience Dimensions In: 39th EMAC Conference, 2010, Copenhagen. **Conference Proceedings 39th EMAC Conference**Bruxelas: EMAC, 2010, v.1, p.265 - 265
8. SEMPREBOM, E.; PALMEIRA, Mirian; **PRADO, P. H. M.** Brand Experience Dimensions – An Analysis In: BAM 2010, 2010, Sheffield. **BAM 2010 Proceedings**Sheffield: BAM, 2010, v.1, p.31 - 31
9. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; PRADO, P. H. M.; MONTANA, J.. Brand Identification: building a concept from social identity theory and self congruity theory In: 6th International Conference of AM Brand, Identity and Corporate Reputation, 2010, Barcelona. **AM Brand, Identity and Corporate Reputation Proceedings**Barcelona: Academy of Marketing, 2010, v.1, p.23 - 23
10. MUNIZ, Karlan; MARCHETTI, Renato; **PRADO, P. H. M.** Brand Personality Dimensions in Brazil In: 36th EMAC Conference, 2007, Reykjavik. **Proceedings of 36th EMAC Conference**Reykjavik: EMAC, 2007, v.1,
11. ESCUDERO, Fabiana Thiele; **PRADO, P. H. M.** Goal Hierarchies in a Means-end Chains Approach In: 36th EMAC Conference, 2007, Reykjavik. **Proceedings of 36th EMAC Conference**Reykjavik: EMAC, 2007, v.1,
12. LEIDENS, Arthur; **PRADO, P. H. M.** Investments in the Relationship with consumers and their consequences: A Study in Clothing Department Chain Stores In: 36th EMAC Conference, 2007, Reykjavik. **Proceedings of 36th EMAC Conference**Reykjavik: EMAC, 2007, v.1,
13. ZANCAN, Cláudio; **PRADO, P. H. M.** Antecedents and consequences of relationship quality - a study of Brazilian's apple distributiou channel In: 35th European Academy of Marketing, 2006, Atenas. **Proceedings do 35th EMAC**Atenas: EMAC, 2006, v.1, p.254
14. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. Satisfaction and Loyaty in utilities services: the case of eletric distribution services in Brazil In: 35th European Academy of Marketing, 2006, Atenas. **Proceedings of 35th EMAC**Atenas: EMAC, 2006, v.1, p.254
15. PÁDUA JR, Fábio Pimenta de; **PRADO, P. H. M.** The adoption od innovations of high tech products In: 35th European Academy of Marketing, 2006, Atenas. **Proceedings of 15th EMAC**Atenas: EMAC, 2006, v.1, p.254
16. SCHLEMER, Cris Betine; **PRADO, P. H. M.** The consumer experience in shopping centers - a study os surprise In: 35th European Academy of Marketing, 2006, Atenas. **Proceedings do 35th EMAC**Atenas: EMAC, 2006, v.1, p.254
17. WEBER, Lídia; PRADO, P. H. M.; SALVADOR, Ana Paula Viezzer; BRANDENBURG, Olivia

Justen. Escalas de Qualidade de Interação Familiar (eqif) - Análise Fatorial Confirmatória. In: XIV ENCONTRO BRASILEIRO DE PSICOTERAPIA E MEDICINA COMPORTAMENTAL, 2005, Campinas. **Anais**Campinas: 2005, v.1,

18. PRADO, P. H. M.; STEINER NETO, P.; SILVA, L.; GRAMMS, L.. Consistensy in Decision Making for Diferent Constituencies: A Contribution to Prospect Theory In: Latin America's New Millenium, 1999, New Orleans. **Proceedings do BALAS'99**1999, p.505 - 505

19. STEINER NETO, P.; SILVA, L.; GRAMMS, L.; **PRADO, P. H. M.**. A Avaliação da Consistência na Tomada de Decisões para Diferentes Beneficiários Utilizando a Teoria dos Prospectos In: 6o EVINCI, 1998, Curitiba. **Anais do EVINCI**Curitiba: UFPR, 1998, p.543 - 543

20. PIRES, P.; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. The ATM Users Profile in Brazilian Banks In: BALAS'98, 1998, South Padre Island. **Proceedings of BALAS'98**1998, v.2, p.807 - 807

21. BONI, M.; PRADO, P. H. M.; SCHLICHTA, K.; RAUEN, D.. Resposta Afetiva ao Processo de Compra em Supermercados In: 5o EVINCI, 1997, Curitiba. **Anais do 5o EVINCI**Curitiba: Editora da UFPR, 1997, p.403 - 403

22. RAUEN, D.; PRADO, P. H. M.; SCHLICHTA, K.; BONI, M.. Satisfação do Consumidor com relação ao Supermercados In: 5o EVINCI, 1997, Curitiba. **Anais do 5o EVINVI**Curitiba: Editora da UFPR, 1997, p.402 - 402

23. PRADO, P. H. M.; CASTANHO, J. R.. Sistema de Processamento de Imagens In: CICTE-89, 1989, São Carlos. **Anais do CICTE**1989,

Trabalhos publicados em anais de eventos (resumo expandido)

1. MANTOVANI, D.; IBARRA, J.; Korelo, J.C.; **PRADO, P. H. M.**. Effects of Social Distance on Consumers' Responses to Company Transgression In: Association for Consumer Research North American Conference, 2014, Baltimore. **Proceedings of the Association for Consumer Research Conference**Baltimore: ACR, 2014, v.1,

2. MANTOVANI, D.; TAZIMA, D. I.; **PRADO, P. H. M.**. The Influence of Visual Art and Regulatory (non) Fit on Product and Advertisement Evaluation In: Association for Consumer Research North American Conference, 2014, Baltimore. **Proceedings of the 2014 Association for Consumer Research Conference**2014, v.1,

3. Santos, T.S.; **PRADO, P. H. M.**; MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.. Emotional Suppression as a Moderator for the Impact of a Transgression on Consumers' Satisfaction In: 2013 Association for Consumer Research European Conference, 2013, Barcelona. **2013 Association for Consumer Research European Conference Proceedings**New York: ACR, 2013, v.1, p.1 - 2

4. SOUZA, Ana Cláudia de; **PRADO, P. H. M.**; RIBEIRO, C. M.. Organizational Relationship between Heath Insrance Companies and Health Services Providers in Brazil In: 2013 B2B International Workshop, 2013, São Paulo. **2013 B2B International Workshop Proceedings**São Paulo: FGV, 2013, v.1, p.1 - 1

5. EWALD, E.; MARCHETTI, R. Z.; **PRADO, P. H. M.**. Relationship Quality and Perceived Value in B2B Relationships In: 2013 B2B International Workshop, 2013, São Paulo. **2013 B2B International Workshop Proceedings**São Paulo: FGV, 2013, v.1, p.1 - 1

6. BARBOZA, M. M.; MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.**; VIACAVA, Juan José Camou. The Impact of Regulatory (Non) Fit and Task Difficulty on Consumer s Subsequent Evaluations In: 2013 North American Association for Consumer Research Conference, 2013, Vancouver. **Proceedings of the 2013 North American ACR**New York: ACR, 2013, v.1, p.1 - 1

7. **PRADO, P. H. M.** SHORT-TERM AND LONG-TERM AFFECTIVE RESPONSES: A COMPARISON BETWEEN EMOTIONS AND SENTIMENTS In: ACR North America Conference, 2009, Pittsburg. **Advances in Consumer Research**Pittsburg: ACR, 2009, v.37,

Artigos em jornal de notícias

1. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.** Planejamento de Marketing e Sistema de Informações de Marketing. Encarte especial da Gazeta do Povo, Curitiba, v.12005.
2. **PRADO, P. H. M.** Automação Comercial e Satisfação do Consumidor em Empresas Supermercadas da Região de Curitiba. Jornal Indústria e Comércio, Curitiba, p.B6 - B7, 1995.

Artigos em revistas (Magazine)

1. **PRADO, P. H. M.** O Marketing pode Ajudar?. Gestão Eficaz, Curitiba, p.55 - 56, 2008.
2. **PRADO, P. H. M.** A Perspectiva do Marketing como Instrumento da Competitividade em Empresas de Construção Civil. Revista Cotação Técnica, Curitiba, 1996.
3. **PRADO, P. H. M.** Uma Nova Dimensão para o Planejamento. Revista Automação Comercial, São Paulo, 1996.

Apresentação de trabalho e palestra

1. Manosso, F.C.; **PRADO, PAULO H. M.**; DEMCZUK, R.. Pride Perception and Differentiation: The impact of negative emotions and product type., 2024. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
2. Carvalho, R.P.S; **PRADO, PAULO H. M.** RESTRIÇÕES DE TEMPO COMO DETERMINANTE DA ESCOLHA DE ALIMENTOS CALÓRICOS E O PAPEL DO CONFLITO DE METAS, 2024. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
3. Richarde, A.P.M.; Pinto, D.C.; **PRADO, PAULO H. M.** The Impact of Generative Artificial Intelligence on Goal Pursuit, 2024. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
4. DUARTE, NAYARA PEREIRA; **PRADO, PAULO H. M.** Effect of Brand Activism on Purchase Intentions Through Consumer Empowerment, 2023. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
5. Richarde, A.P.M.; **PRADO, PAULO H. M.** UNDERSTANDING AUTOMATION BIAS IN CONSUMER BEHAVIOR: A THEORETICAL PERSPECTIVE, 2023. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
6. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; DEMCZUK, R.; Manosso, F.C.. Let's talk about envy and its impacts on consumer behavior., 2021. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
7. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; Severgnini, E.; KANIAK, V. M. M.; ABIB, G.. Remuneração de Curto e Longo Prazo dos CEOs: Uma Análise no Desempenho Organizacional, 2021. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
8. Richarde, A.P.M.; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Transparência nas Estratégia Opt-In Marketing: O Efeito do Aceite de Cookies e da Percepção de Benefícios na Intenção de Compra Online, 2021. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
9. **PRADO, PAULO H. M.** Mesa Redonda 'Doing Serious Reserach in collaboration with companies', 2018. (Conferência ou palestra,Apresentação de Trabalho)

10. **PRADO, PAULO H. M.** Mesa Redonda 'Meeting the Editors', 2018. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
11. **PRADO, PAULO H. M.** Oficina da Divisão de Marketing, 2018. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
12. **PRADO, PAULO H. M.** Oficina da Divisão de Marketing, 2018. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
13. Kososki, M.; **PRADO, P. H. M.** Hierarchical Structure of Brand Authenticity, 2016. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
14. FRIZZO, F.; DEMCZUK, R.; KORELO, JOSÉ CARLOS; **PRADO, P. H. M.** Autenticidade de Marca: Uma Revisão Sistemática da Produção de Artigos Científicos no Período 2005-2015, 2015. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
15. Kososki, M.; **PRADO, P. H. M.** BE AND BE NOT AUTHENTIC: BRAND AUTHENTICITY SCALE BASED ON CONSUMER ASSESSMENT, 2015. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
16. PEPECE, O.; **PRADO, P. H. M.** Collecting Brand Items: An analysis based on the means end chain theory, 2015. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
17. **PRADO, P. H. M.** Issues in International Marketing: Looking at Research in Marketing from Emerging Economies, 2015. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
18. SEMPEBON, E.; **PRADO, P. H. M.** O Poder no Relacionamento entre Consumidor e Marca, 2015. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
19. SEMPEBON, E.; **PRADO, P. H. M.** The perception of power in consumer brand relationships, 2015. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
20. **PRADO, PAULO H. M.** Oficina da Divisão de Marketing, 2014. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
21. **PRADO, P. H. M.**; IBARRA, J.; MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.. Severidade da Transgressão e Raiva na Avaliação do Relacionamento B2C, 2014. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
22. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; SEMPREBOM, E.; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Brand Relationship Quality and the Implications for Loyalty, 2013. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
23. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.**; MONTANA, J.. EFFECTS OF BRAND IDENTIFICATION IN CONSUMER-BRAND RELATIONSHIPS, 2013. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
24. Santos, T.S.; **PRADO, P. H. M.**; MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.. Emotional Suppression as a Moderator for the Impact of a Transgression on Consumers' Satisfaction, 2013. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
25. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; KROETZ, L. V.; MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.. O Consumidor como Terceiro na Transgressão e o Impacto no Relacionamento Terceiro-Empresa, 2013. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
26. SOUZA, Ana Cláudia de; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; RIBEIRO, C. M.. Organizational Relationship between Health Insurance Companies and Health Services Providers in Brazil, 2013. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
27. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Qualidade no Relacionamento, Lealdade e Programas de Fidelidade em Supermercados, 2013. (Congresso,Apresentação de Trabalho)

28. EWALD, E.; MARCHETTI, R. Z.; **PRADO, P. H. M.**. Relationship Quality and Perceived Value in B2B Relationships, 2013. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
29. Brasel, S.; PETROLL, M. L. M.; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. TV's New Space Invaders: How Television Pop-Up ads Affect the Consumer, 2013. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
30. Santos, Tatiani; PRADO, P. H. M.; Korelo, J.C.; MANTOVANI, Danielle; SEMPREGOM, E.. A Influência da Regulação Emocional na Avaliação Pós-Compra do Consumidor, 2012. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
31. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; SEMPREGOM, E.; **PRADO, P. H. M.**. A Qualidade do Relacionamento com Marca e as Implicações sobre a Lealdade, 2012. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
32. COSTA, C. B. S.; PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; NIADA, A. C. M.; Korelo, J.C.; SEMPREGOM, E.. Atratividade dos Programas de Fidelidade: Custos de Resgate, Tipos de Recompensa e Investimentos Percebidos, 2012. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
33. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.**. Identificação com a Marca: Avaliação e Proposição de um Instrumento de Medida, 2012. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
34. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.**. Os Efeitos da Identificação com a Marca, 2012. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
35. Bido, D.S.; Souza, C.A.; Frezatti, F.; MAZZON, José Afonso; **PRADO, P. H. M.**. Partial Least Squares Path Modeling: Pontos Fortes, Pontos Fracos e Equívocos em seu Uso, 2012. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
36. MANTOVANI, Danielle; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; ANDRADE, E. B.. The Impact of Goal (non)attainment on Behavior through Changes in Regulatory Focus, 2012. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
37. **PRADO, P. H. M.**. Organizational Relationships and Connectivity in Emerging Markets: A Study in Health Service Market in Brazil, 2011. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
38. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; RIBEIRO, C. M.; **PRADO, P. H. M.**. Self-Connection, Intimacy and Interdependence with brands as groups of Consumer-Brand Relationship Intensity, 2011. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
39. PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; Korelo, J.C.. The Effects of Self-Regulation Systems on Innovation Adoption, 2011. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
40. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; RIBEIRO, C. M.; PRADO, P. H. M.; SEMPREGOM, E.. Todo o Tipo de Relacionamento com o Consumidor é Eficaz? Avaliação da Intensidade e da Qualidade do Relacionamento com Marcas, 2011. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
41. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; RIBEIRO, C. M.; SEMPREGOM, E.; PRADO, P. H. M.; FABRIS, C.; LIMA, M. V. V.. Avanços nos Estudos do Relacionamento com Marcas, 2010. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
42. PRADO, P. H. M.; LIMA, M. V. V.; Santos, Tatiani; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; SEMPREGOM, E.; RIBEIRO, C. M.. A Relação de Interdependência do Consumidor com Marca - O Desenvolvimento de uma Escala de Mensuração, 2009. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
43. RIBEIRO, C. M.; **PRADO, P. H. M.**. Aspectos Intervenientes das Relações Interorganizacionais entre Indústrias Fornecedoras e Uma Rede de Varejo do Segmento Alimentício, 2009. (Congresso,Apresentação de Trabalho)

44. RIBEIRO, C. M.; **PRADO, P. H. M.**. Dentre os Riscos da Cadeia de Suprimentos a Ruptura de Produto nas Gôndolas de Varejos Alimentícios: Sua Repercussão para a Díade Indústria Fornecedora e Varejo, 2009. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
45. **PRADO, P. H. M.**. SHORT TERM AND LONG TERM AFFECTIVE RESPONSES: A COMPARISON BETWEEN EMOTIONS AND SENTIMENTS, 2009. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
46. SOUZA, Ana Cláudia de; RIBEIRO, C. M.; **PRADO, P. H. M.**. Um Estudo sobre os Relacionamentos Interorganizacionais do Tipo Buyer-Seller entre Operadoras de Planos de Saúde e Prestadores de Serviço em Saúde, 2009. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
47. PRADO, P. H. M.; FRANCISCO, Eliane; MANTOVANI, Danielle. Antecedentes e Consequências da Qualidade do Relacionamento: Uma taxonomia de consumidores no contexto de telefonia celular, 2008. (Conferência ou palestra,Apresentação de Trabalho)
48. PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; RIBEIRO, Eneida; Korelo, J.C.; SOUZA, F.F.. Inovatividade e Percepção da Inovação: um Modelo Conceitual para Análise Comportamental da Escolha, 2008. (Conferência ou palestra,Apresentação de Trabalho)
49. HEPP, Cristina Tetto; **PRADO, P. H. M.**. O envolvimento do Consumidor modifica a avaliação da Satisfação e da Lealdade? Um Estudo sobre o Varejo da Moda, 2008. (Congresso,Apresentação de Trabalho)
50. STOLSES, M.; **PRADO, P. H. M.**. O Impacto do Estado de Flow na Satisfação e na Lealdade dos Consumidores no Varejo Virtual, 2008. (Congresso,Apresentação de Trabalho)

Outras produções bibliográficas

1. **PRADO, P. H. M.**. Análise de Dados em Marketing. Material didático - Uso Interno. Curitiba:CEPPAD - Uso Internos nos Cursos, 2010. (Outra produção bibliográfica)
2. **PRADO, P. H. M.**. Marketing de Serviços. Material didático - Uso Interno em Cursos. Curitiba:CEPPAD - Uso Interno em Cursos, 2010. (Outra produção bibliográfica)
3. **PRADO, P. H. M.**. Sistema de Informações e Pesquisa de Marketing. Material didático - Uso Interno em Cursos. Curitiba:CEPPAD - Uso Internos nos Cursos, 2010. (Outra produção bibliográfica)
4. **PRADO, P. H. M.**. Estratégias de Relacionamento em Marketing. Material didático - Uso Interno em Cursos. Curitiba:CEPPAD, 2005. (Outra produção bibliográfica)
5. **PRADO, P. H. M.**. Marketing - Coleção Gestão Empresarial. Revisão de texto técnico. Curitiba:Associação Franciscana de Ensino Senhor Bom Jesus, 2002. (Outra produção bibliográfica)
6. PRADO, P. H. M.; PALMEIRA, Mirian. Endomarketing e Comunicação. Material didático - Uso Interno. Curitiba:CEPPAD - Uso Interno nos Cursos, 1998. (Outra produção bibliográfica)
7. **PRADO, P. H. M.**. Gestão da Produção e Operações. Material didático - Uso Interno. :CEPPAD - Material Interno, 1997. (Outra produção bibliográfica)

Produção técnica
Assessoria e consultoria

1. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de paper para a LABR, 2024
2. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a RAUSP, 2024
3. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de paper para o EMAC Regional 2024, 2024
4. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de papers para o X Encontro de Marketing da Anpad, 2024
5. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a RAE, 2023
6. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para o JPBM, 2023
7. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para o XLVII Encontro da Anpad, 2023
8. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a Revista Appetite, 2022
9. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para Frontiers in Psychology, 2022
10. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a BAR, 2021
11. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a MIP, 2021
12. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para o Journal of Product and Brand Management, 2021
13. **PRADO, P. H. M..** Coordenador Eleito da Divisão de Marketing - ANPAD - triênio 2018-2020, 2020
14. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a LABR, 2020
15. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para o JPBM, 2020
16. **PRADO, P. H. M..** Coordenador Eleito da Divisão de Marketing - ANPAD - Triênio 2018-2020, 2019
17. **PRADO, P. H. M..** Editor Associado para Revisão de Paper para a BAR, 2019
18. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a MIP, 2019

19. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a RAUSP, 2019
20. **PRADO, PAULO H. M..** Coordenador Eleito da Divisão de Marketing - ANPAD - triênio 2018-2020, 2018
21. **PRADO, PAULO H. M..** Organização do Encontro de Marketing da ANPAD, 2018
22. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a BAR, 2018
23. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a Marketing Intelligence and Planning, 2018
24. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a Revista Brasileira de Gestão e Negócios, 2018
25. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a Revista de Administração de Empresas, 2018
26. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Papers no EMA 2018, 2018
27. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Papers para o European Association for Consumer Research Conference, 2018
28. **PRADO, PAULO H. M..** Action Editor de paper para a Brazilian Business Review, 2017
29. **PRADO, PAULO H. M..** Coordenador do Papers Development Workshop (PDW) da Divisão de Marketing do EnANPAD, 2017
30. **PRADO, PAULO H. M..** Coordenador do Tema Teoria e Métodos em Marketing da Divisão de Marketing do EnANPAD, 2017
31. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a Brazilian Administration Review, 2017
32. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a RAC, 2017
33. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Paper para a Revista de Administração de Empresas, 2017
34. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Papers no Enanpad 2017, 2017
35. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Papers para a CBR 2017, 2017
36. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Papers para a Revista de Administração de Empresas, 2017

37. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Papers para a Revista Gestão e Tecnologia, 2017
38. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Papers para o EACR, 2017
39. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Papers para o Marketing Intelligence and Planning, 2017
40. **PRADO, PAULO H. M..** Coordenador do Papers Development Workshop (PDW) da Divisão de Marketing do EnANPAD, 2016
41. **PRADO, P. H. M..** Coordenador do tema Teoria e Métodos em Marketing da Divisão de Marketing do EMA, 2016
42. **PRADO, P. H. M..** Membro do Comitê Científico do CBIM Academic Workshop, 2016
43. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a Brazilian Administration Review, 2016
44. **PRADO, P. H. M..** Revisão de paper para a Brazilian Administration Review, 2016
45. **PRADO, P. H. M..** Revisão de paper para a Revista de Administração de Empresas, 2016
46. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a Revista Gestão & Tecnologia, 2016
47. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para o Journal of Product & Brand Management, 2016
48. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Papers no EMA 2016, 2016
49. **PRADO, PAULO H. M..** Revisão de Papers no Enanpad 2016, 2016
50. **PRADO, P. H. M..** Coordenador do tema Teoria e Métodos em Marketing da Divisão de Marketing do Enanpad, 2015
51. **PRADO, P. H. M..** Membro do Conselho do CONCEX-RI - Gestão 2014-2016 Associação Comercial do Paraná, 2015
52. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a Brazilian Administration Review, 2015
53. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a Revista de Administração Contemporânea, 2015
54. **PRADO, P. H. M..** Revisão de paper para o Journal of Product and Brand Management, 2015

55. **PRADO, P. H. M..** Revisão de paper para o Journal of Product and Brand Management, 2015
56. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Papers para o Enanpad 2015, 2015
57. **PRADO, P. H. M..** Revisão de papers para o 4th International Consumer Brand Relationships Conference, 2015
58. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Coordenador Eleito da Divisão de Marketing - ANPAD - Biênio 2013-2014, 2014
59. **PRADO, P. H. M..** Organizador do EMA 2014 - ANPAD, 2014
60. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Paper para a Revista Estudos de Psicologia, 2014
61. **PRADO, P. H. M..** Revisor de Paper para a Brazilian Administration Review, 2014
62. **PRADO, P. H. M..** Revisor de Paper para a Revista International Marketing Review, 2014
63. **PRADO, P. H. M..** Revisor de Papers para o EMA 2014, 2014
64. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Revisor de Papers para o EMAC 2014, 2014
65. **PRADO, P. H. M..** Revisor de Papers para o Enanpad 2014, 2014
66. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Coordenador Eleito da Divisão de Marketing - ANPAD para o biênio 2013-2014, 2013
67. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Parecer para o Programa de Doutorado Pleno CSF 2 BEX 9723-13-7, 2013
68. **PRADO, P. H. M..** Revisão de Livro para a Editora da UFPR, 2013
69. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Revisão de paper para a Brazilian Administration Review, 2013
70. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Revisão de Paper para a Revista de Gestão da USP - REGE - USP, 2013
71. **PRADO, P. H. M..** Revisão de paper para a Revista Gestão e Planejamento, 2013
72. **PRADO, P. H. M..** Revisão de paper para a Revista International Marketing Review, 2013

73. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Revisão de Paper para o 3rd International Consumer Brand Relationship Colloquium, 2013
74. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER.** Revisor de Papers da Divisão de Marketing - Enanpad 2013, 2013
75. **PRADO, P. H. M..** Revisor de Papers para a Revista Brasileira de Gestão e Negócios, 2013
76. **PRADO, P. H. M..** Membro do Comitê Científico da Divisão de Marketing, 2012
77. **PRADO, P. H. M..** Revisão de trabalho para a Revista de Administração Contemporânea, 2012
78. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de Marketing do EMA, tema Comportamento do Consumidor, 2012
79. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de Marketing do ENANPAD, tema Comportamento do Consumidor, 2012
80. **PRADO, P. H. M..** Revisor da International Marketing Review, 2012
81. **PRADO, P. H. M..** Membro do Comitê Científico da Divisão de Marketing, 2011
82. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de Marketing do ENANPAD, tema Comportamento do Consumidor, 2011
83. **PRADO, P. H. M..** Coordenador de Tema 4 Determinantes Individuais do Comportamento do Consumidor da Divisão de Marketing do EMA, 2010
84. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de Marketing do EMA, Tema Determinantes Individuais do Comportamento do Consumidor, 2010
85. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de Marketing do ENANPAD, tema Determinantes Individuais do Comportamento do Consumidor, 2010
86. **PRADO, P. H. M..** Revisor da Brazilian Administration Review - BAR, 2010
87. **PRADO, P. H. M..** Revisor da RAE - Revista de Administração de Empresas EAESP/FGV, 2010
88. **PRADO, P. H. M..** Revisor da RAUSP, 2010
89. **PRADO, P. H. M..** Revisor do EACR 2010 Conference, 2010

90. **PRADO, P. H. M..** Revisor para o 12th Annual SCP Dissertation Proposal Competition, 2010
91. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de Marketing do ENANPAD, temas Comportamento do Consumidor; e Modelagem, Previsão, Medidas e Controle de Marketing, 2009
92. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de Marketing para a Revista Angrad, 2009
93. **PRADO, P. H. M..** Revisor da Revista de Gestão da USP, 2009
94. **PRADO, P. H. M..** Revisor da Revista de Negócios da FURB, 2009
95. **PRADO, P. H. M..** Revisor do Consumer Behavior Track do 2010 AMA Winter Educators Conference, 2009
96. **PRADO, P. H. M..** Revisor do 2009 ACR Conference, 2009
97. **PRADO, P. H. M..** Coordenador da área de Comportamento do Consumidor (MKT-B) da Divisão de Marketing do EMA, 2008
98. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de Comportamento do Consumidor (MKT-B) do Encontro de Marketing da ANPAD, 2008
99. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de marketing para a Revista Produção, 2008
100. **PRADO, P. H. M..** Revisor da Revista de GEstão da USP, 2008
101. **PRADO, P. H. M..** Revisor de Marketing para a Revista Latin America Business Review, 2008
102. **PRADO, P. H. M..** Revisor do ACR LA 2008 Conference, 2008
103. **PRADO, P. H. M..** Revisor do Consumer Behavior Track do 2009 AMA WInter Educators Conference, 2008
104. **PRADO, P. H. M..** Revisor do Prêmio Ipsos 2008 - Pesquisa de Marketing pela Internet, 2008
105. **PRADO, P. H. M..** Revisor do Sales and Relationship Marketing Track do 2009 AMA WInter Educators Conference, 2008
106. **PRADO, P. H. M..** Revisor para o 10th Annual SCP Dissertation Proposal Competition, 2008

107. **PRADO, P. H. M..** Consultoria ao Comitê de Administração, Ciências Contábeis e Turismo da CAPES em avaliação de livros, 2007
108. **PRADO, P. H. M..** Coordenador da Área de Comportamento do Consumidor (MKT-B) da divisão de Marketing do ENANPAD 2007, 2007
109. **PRADO, P. H. M..** Revisor da Área de Marketing B - Comportamento do Consumidor do Enanpad 2007, 2007
110. **PRADO, P. H. M..** Revisor do Consumer Psychology and Behavior Track do 2008 AMA Winter Educators Conference, 2007
111. **PRADO, P. H. M..** Revisor do Sales and Relationship Marketing Track do 2008 AMA Winter Educators Conference, 2007
112. **PRADO, P. H. M..** Revisor do 2007 European Conference of the Association for Consumer Research , 2007
113. **PRADO, P. H. M..** Revisor dp IV Congresso Internaonal de Comunicação e Marketing - CINCOM, 2007
114. **PRADO, P. H. M..** Revisor para o 9th Annual SCP Dissertation Proposal Competition, 2007
115. **PRADO, P. H. M..** Revisor Técnico do IV Congresso Internacional de Comunicação e Marketing, 2007
116. **PRADO, P. H. M..** Revisor da área de Marketing do ENANPAD 2006, 2006
117. **PRADO, P. H. M..** Revisor da Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação - RGTSA, 2006
118. **PRADO, P. H. M..** Revisor da Revista Latin American Business Review, 2006
119. **PRADO, P. H. M..** Revisor do II Encontro de Marketing da ANPAD, 2006
120. **PRADO, P. H. M..** Revisor do III Congresso Internacional de Comunicação de Marketing CINCOM, 2006
121. **PRADO, P. H. M..** Revisor do SCP - SHETH Dissertation Proposal Competition, 2006
122. **PRADO, P. H. M..** Revisor do SCP 2007, 2006
123. **PRADO, P. H. M..** Revisor do SIMPOI 2006, 2006

124. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Área de Marketing do ENANPAD 2005, 2005
125. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Revista Interação em Psicologia, 2005
126. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Sessão Especial do Marketing Relationships and Interorganizational Issues Track do AMA Winter Marketing Educators' Conference 2006, 2005
127. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor do II Congresso Internacional de Comunicação e Marketing - CINCOM, 2005
128. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor na área de Marketing da Revista de Administração Contemporânea, 2005
129. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor no SIMPOI 2005, 2005
130. **PRADO, P. H. M.**.. Membro Examinador Efetivo do Consórcio Doutoral ANPAD, 2004
131. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Área de Marketing da Revista de Administração de Empresas RAE, 2004
132. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Área de Marketing do ENANPAD 2004, 2004
133. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Sessão Especial de Services and Relationship Marketing Track do AMA Winter Marketing Educators' Conference 2005, 2004
134. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Sessão Especial do Marketig Relationships and Interorganizational Issues Track do AMA Winter Marketing Educators' Conference 2005, 2004
135. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor do I Encontro de Marketing da ANPAD 2004, 2004
136. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor do SCP - SHETH Dissertation Proposal Competition, 2004
137. **PRADO, P. H. M.**.. TOP OF MIND Universitário 2004, 2004
138. **PRADO, P. H. M.**.. Consultor Técnico da Revista Interação em Psicologia, 2003
139. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Área de Marketig do ENANPAD 2003, 2003
140. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Área de Marketing da Revista de Administração de Empresas RAE, 2003

141. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Sessão Especial do Marketing Relationships and Interorganizational Issues Track do AMA Winter Marketing Educators' Conference 2004, 2003
142. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Área de Marketing da Revista de Administração de Empresas RAE, 2002
143. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor da Área de Marketing da Revista de Administração de Empresas RAE, 2001
144. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**.. Plano de Marketing da ECT-Pr, 1998
145. **PRADO, P. H. M.**.. Revisor na área de Estratégia de Marketing do AMA Multicultural Marketing Conference, 1998
146. **PRADO, P. H. M.**.. Monitoração e Avaliação do Programa de Eletrificação Rural - Relatório Final, 1997
147. **PRADO, P. H. M.**.. Editor Técnico da Banca de Marketing - Revista Cotação Técnica - Paraná, 1996

Trabalhos técnicos

1. Ferreira, J.M.; Frega, J.R.; **PRADO, P. H. M.**.. Análise do Mérito de Admissibilidade de candidatos provenientes do Edital OEA/GCUB, 2014
2. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. O Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor 2004, 2004
3. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. O Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor 2003, 2003
4. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. O Indicador SANEPAR de Satisfação do Consumidor 2002, 2002
5. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**.. O Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor 2002, 2002
6. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**.. O Indicador SANEPAR de Satisfação do Consumidor 2001, 2001
7. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**.. O Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor 2001, 2001
8. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**.. O Indicador SANEPAR de Satisfação do Consumidor 2000, 2000

9. MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.** O Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor 2000, 2000

10. MARCHETTI, Renato Zancan; CYRINO, Á.; BETTONI, C.; **PRADO, P. H. M.** Perfil do Empresário da Pequena Empresa do Paraná, 1994

Demais produções técnicas

1. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; KORELO, Jose Carlos. UX para a AIS - Senai, 2022. (Outra produção técnica)

2. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; KORELO, Jose Carlos. UX para a JáEndenti - Senai, 2022. (Outra produção técnica)

3. **PRADO, P. H. M.**; MARCHETT, R. Z.. Modelos de Avaliação da Satisfação do Consumidor, 2019. (Extensão, Curso de curta duração ministrado)

4. **PRADO, PAULO H. M.** Mensuração e Desenvolvimento de Escalas, 2016. (Extensão, Curso de curta duração ministrado)

5. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MARCHETT, R. Z.. Desenvolvimento do ISSC, 2004. (Outra produção técnica)

6. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MARCHETT, R. Z.. Planejamento de Marketing para as UNs da Sanepar, 2003. (Outra produção técnica)

7. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MARCHETTI, R. Z.. Desenvolvimento do IASC, 2000. (Outra produção técnica)

Demais produções técnicas

1. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; KORELO, Jose Carlos. UX para a AIS - Senai, 2022. (Outra produção técnica)

2. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; KORELO, Jose Carlos. UX para a JáEndenti - Senai, 2022. (Outra produção técnica)

3. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MARCHETT, R. Z.. Desenvolvimento do ISSC, 2004. (Outra produção técnica)

4. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MARCHETT, R. Z.. Planejamento de Marketing para as UNs da Sanepar, 2003. (Outra produção técnica)

5. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MARCHETTI, R. Z.. Desenvolvimento do IASC, 2000. (Outra produção técnica)

Orientações e Supervisões

Orientações e supervisões

Orientações e supervisões concluídas

Dissertações de mestrado: orientador principal

1. RAFAEL DE PAULA E SILVA CARVALHO. **Restrições de tempo como determinante da escolha de alimentos calóricos e o papel do conflito de metas..** 2024. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
2. Leticia Kurzydlovsky. **PROCESSAMENTO OLFATIVO E ASSOCIAÇÕES: UM ESTUDO NA CATEGORIA DE PERFUMES GENDERLESS.** 2023. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
3. JULIANA CARLA COUTO MENOSSO GRECO. **CONSUMO HANDMADE: A RELAÇÃO ENTRE O MÉTODO DE PRODUÇÃO ARTESANAL, AUTENTICIDADE E NEED FOR UNIQUENESS.** 2022. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
4. IZADORA ZONARI LETCHACOSKI. **PLAYING BY OR PLAYING WITH RULES: HOW THE BEHAVIOR OF SPONSORED ATHLETES AFFECT THE SPONSORING BRAND'S IMAGE.** 2022. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
5. Ana Paula Richarde. **TRANSPARÊNCIA NAS ESTRATÉGIAS OPT-IN MARKETING: A INFLUÊNCIA DO CÁLCULO DE PRIVACIDADE E DA CONVENIÊNCIA NA INTENÇÃO DE COMPRA ONLINE.** 2020. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
6. Samantha Puglia. **A influência do Canal de Distribuição na imagem de marca de consumo e seus reflexos no brand equity e autenticidade de marca.** 2015. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
7. Maiara Kososki. **Autenticidade de Marca: Desenvolvimento e Validação de uma NOva Escala a Partir do Consumidor.** 2015. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
8. Susi D'Almeida Garrett. **A influência da transgressão e da raiva do consumidor na avaliação de provedores de serviços.** 2012. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
9. Juan José Camou Viacava. **A Influência das avaliações de satisfação e das variações de preço nas decisões de compra nos serviço bancários brasileiros.** 2012. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
10. Maria Isabel Teles. **Modelo de Consumer-Based Brand Equity de Foz do Iguaçu.** 2011. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
11. Clara Marcia Ribeiro. **A Estrutura dos Relacionamentos Interorganizacionais, as Ocorrências e Ruptura de Produtos e a Avaliação do Relacionamento do Fornecedor no Varejo Alimentício.** 2010. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
12. Cínthia Buarque. **A Influência do Desenho do Programa de Fidelidade na Propensão de Adesão e de Lealdade do Consumidor.** 2010. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

13. Elder Semprebom. **Influência da Experiência de Consumo na Qualidade do Relacionamento dos Universitários com suas Marcas**. 2010. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
14. Tatiani Silva dos Souza. **A Influência das Emoções e da Regulação Emocional na Avaliação e nas Respostas Pós-Compra no Contexto do Varejo Virtual de Livros**. 2009. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
15. Sandra Biégas. **A Qualidade do Relacionamento e a Lealdade no Comércio Eletrônico**. 2009. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
16. Carlos Henrique Machado. **Autoconceito, Estilo de Vida e Consumo de Vestuário de Moda Feminina**. 2009. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
17. José Carlos Korelo. **Fatores de Influência na Adoção de Tecnologias de Informação e Comunicação na Educação: Um Estudo Junto a Professores**. 2009. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
18. Sérgio Roberto Ferreira. **O Comportamento de Compra de Vestuário das Mulheres em Shopping Centers e Lojas de Rua da Cidade de Londrina**. 2009. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
19. Edna Aparecida Lopes Bezerra Katakura. **Satisfação do Usuário com a Assistência Médica: Um Estudo em Bandeirantes - Região Norte do Paraná**. 2009. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
20. Josiane Petenaci de Araújo. **Satisfação e Lealdade em Instituições Estaduais de Ensino Superior no Norte de Paraná**. 2009. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
21. Flávio Freire Souza. **A Preferência do Consumidor Joven por Destinos Turísticos. A Emergência de Geobrand**s. 2008. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
22. Ana Paula Raittz Cavallet-Mengarelli. **Interações entre Autoconceito e Personalidade de Marca nas Representações de Consumo de Adolescentes**. 2008. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
23. Eneida Bezzerra Soares Ribeiro. **O Comportamento Inovador: Um Estudo Aplicado em Contextos B2B**. 2008. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
24. Alexandre Pierski. **Participação do Consumidor no Desenvolvimento do Sistema Operacional Linux: Aplicação do Modelo 3M de Mowen**. 2008. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
25. Eliane Cristine Francisco. **Impacto da Lealdade e da Qualidade do Relacionamento no Tempo de Vida Rentável dos Clientes - Um Estudo no Setor de Telefonia Celular**. 2007. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
26. Ana Cláudia de Souza. **Relacionamentos Interorganizacionais e Nível de Conectividade: Um Estudo na Interação entre Operadoras de Planos de Saúde e Prestadores de Serviço em Saúde**. 2007. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
27. Mirian Stolses. **Antecedentes e Consequências da Satisfação do Consumidor no Varejo Virtual: Um estudo em Lojas de Livros e DVD's**. 2006. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

28. Cristina Tetto Hepp. **Envolvimento, Satisfação e Lealdade: Um estudo no Varejo de Vestuário de Curitiba**. 2006. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
29. Fabiana Escudero. **Hierarquia de Metas do Consumidor de Automóveis em Curitiba: Um Estudo na Categoria de Utilitários Esportivos Compactos**. 2006. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
30. Arthur Leidens. **Investimentos no Relacionamento e Lealdade: Um estudo no Varejo de Vestuário em Curitiba**. 2006. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
31. Danielle Mantovani. **Processo de Escolha de Serviço de Telefonia Celular por Jovens em Curitiba**. 2006. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
32. Rafael Guilherme Wandrey. **Responsabilidade Social Corporativa e o Envolvimento da Cadeia Produtiva: Estudo de Caso em uma Empresa do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos**. 2006. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
33. Cris Betina Schlemer. **A Experiência de Consumo em Shopping Centers: Um Estudo sobre a Surpresa**. 2005. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
34. Fábio Pimenta de Pádua Júnior. **Adoção de Inovações de Alta Tecnologia por Jovens: O caso do Telefone Celular**. 2005. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
35. Cláudio Zancan. **Uma Análise da Qualidade do Relacionamento: A Perspectiva de Produtores da Maça Brasileira**. 2005. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná
36. Sérgio Kaminski. **Valores, Benefícios, Atributos e Dimensões Simbólicas no Consumo de Música New Metal: Uma Análise Exploratória**. 2004. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná

Dissertações de mestrado: co-orientador

1. Ricardo Luvizotto Dória. **Difusão de Informação em Redes Sociais Online: Influência Pessoal e Propagação**. 2013. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
2. Ivan Luigi Vitali. **Como nossos pais: A transmissão Intergeracional dos Estilos Parentais**. 2004. Dissertação (Psicologia) - Universidade Federal do Paraná

Teses de doutorado: orientador principal

1. FELIPE JOSÉ MARROCO DO AMARAL ALVES. **TIME AND CREDIT DECISIONS IN THE FINTECH ERA: A BEHAVIORAL ECONOMICS PERSPECTIVE**. 2024. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná
2. Francielle Manosso. **PRIDE PERCEPTION AND DIFFERENTIATION: HOW NEGATIVE EMOTIONS AND TYPE OF PRODUCT CAN IMPACT ON THIS RELATION..** 2023. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
3. Renata Moreno. **O EFEITO DA COMPORTAMENTO DO LÍDER E DA MOTIVAÇÃO DOS VENDEDORES SOBRE O DESEMPENHO EM VENDAS**. 2021. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná
4. Nayara Duarte. **Perceived Eudaimonic Motives in Humanized Brands**. 2021. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná

5. Graziela Perretto Rodrigues. **WHEN NEGATIVE FEEDBACK CAUSE ENGAGEMENT IN THE EARLY STAGE OF GOAL PURSUIT? THE ROLES OF PERSISTENCE, GOAL PROGRESS, EFFORT, AND GOAL ATTAINABILITY.** 2021. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná
6. Francielle Frizzo. **How Unethical Brands Motivate Self-Interested Behavior of Consumers.** 2020. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
7. Maiara Kososki. **Redefining Brand Authenticity: A Multi Dimensional Hierarchical Structure Model from The Item Response Theory Perspective.** 2019. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
8. Juan José Camou Viacava. **Cliente Satisfeito sempre tem razão... em continuar Cliente.** 2016. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
9. Juliana Medeiros. **FALSO DIAMANTE OU VIDRO BRILHANTE? AUTENTICIDADE COMO MEDIADOR DO RELACIONAMENTO ENTRE CONGRUÊNCIA ENTRE MARCA E SELF E INTENÇÃO DE COMPRA.** 2016. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
10. Elder Semprebon. **A influência do poder no relacionamento entre consumidor e marca.** 2014. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
11. Fabiana Thiele Escuredo. **Mantendo o Autocontrole: O Impacto da Depleção do Ego e da Conservação de Recursos Autorregulatórios sobre o Comportamento do Consumidor.** 2013. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
12. Martin de La Martinière Petroll. **Os Pop-up Ads estão entre nós: A Invasão desse Placement Televisivo e seus efeitos sobre o Comportamento do Consumidor.** 2013. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná
13. José Carlos Korelo. **Transgressão do Consumidor em Relacionamentos com Marca e o Papel da Vergonha.** 2013. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
14. Danielle Mantovani Lucena da Silva. **Relação entre Atingimento de Meta e Autorregulação na Decisão de Compra de Produtos de Consumo.** 2011. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná
15. Eliane Cristine Francisco. **Proposta de Um Modelo de Brand Equity baseado no Consumidor (CBBE).** 2010. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná
16. Olga Maria Coutinho Pépece. **Marcas como Objetos de Coleção: Um Estudo sobre Motivações e Cadeias Meios-Fim.** 2009. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná

Monografias de conclusão de curso de aperfeiçoamento/especialização

1. Samur Nadari. **Análise Comparada do Impacto do Merchandising e das Vendas pessoais sobre a Empresa Varejista.** 2006. Monografia (Mba Em Marketing) - Universidade Federal do Paraná

2. George Boamorte - Karyn Tizzot - Louise Garcia. **Comportamento do Consumidor Curitibano dos bairros Batel, À gua Verde e Champagnat com relação a lazer.** 2006. Monografia (Gestão de Marketing) - Centro de Desenvolvimento Empresarial Faculdade de Administração e Economia
3. Cecília Davet de Melo. **Estratégias de Melhoria da Satisfação do Cliente do Pós-Venda: O Caso da Autolan-Nissan.** 2006. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
4. Deoclides C da Costa. **Estudo do Comportamento dos Consumidores do Supermercado Videira.** 2006. Monografia (Mba Em Marketing) - Universidade Federal do Paraná
5. Camile Pereira Barbosa. **Marketing de Relacionamento.** 2006. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
6. Juan José Camou Viacava. **Negócios com o Setor Público: Atuação de empresas financeiras com o setor público.** 2006. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
7. Gustavo Heise Marchetti. **Percepções do Consumidor em relação ao comércio eletrônico via Internet.** 2006. Monografia (Gestão de Marketing) - Centro de Desenvolvimento Empresarial Faculdade de Administração e Economia
8. Sandro Doná Busato. **Plano de Comunicação eMarketing da Lan House Mega Cyber Center.** 2006. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
9. Fernando Tadeu da Silva. **Processo de Implantação da Pesquisa de Satisfação de Clientes: A Empresa Keiper do Brasil.** 2006. Monografia (Mba Em Marketing) - Universidade Federal do Paraná
10. Hamilton Willians. **Projeto Handtmann do Brasil.** 2006. Monografia (Mba Em Marketing) - Universidade Federal do Paraná
11. Rejany Brustolin. **Attrition Voluntário de Clientes.** 2005. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
12. Aroana Elisa Machado. **Marketing de Relacionamento como Ferramenta para manter e fidelizar expectadores dos maiores cinemas de Curitiba.** 2005. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
13. Andressa Herrig. **Marketing de Relacionamento no CONtexto NAcional e Internacional.** 2005. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
14. Camila Garcia. **O Marketing Turístico e a Promoção do Turismo na Cidade de Curitiba.** 2005. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
15. Simone Kiyomi Kanda - Ricardo Hess Marins de Souza. **Perfil dos Consumidores de 15 - 25 anos de cinemas em shopping centers de Curitiba.** 2005. Monografia (Gestão de Marketing) - Centro de Desenvolvimento Empresarial Faculdade de Administração e Economia
16. Eliana Maria Pereira. **Pesquisa sobre a página Sua Conta On-Line - Copel.** 2005. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
17. Renata Martins Soares Maciel. **Qualidade de Vida é o nosso negócio: COmo os cluentes manterão um conceito para o SESC.** 2005. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
18. Everton Yamashiro - Rafael Santos - Marcos Carvalho. **Sinergia entre Design e Marketing.** 2005. Monografia (Gestão de Marketing) - Centro de Desenvolvimento Empresarial Faculdade de Administração e Economia

19. Janaína Saiz Cassins. **Análise de Mercado de um buffet de festas em Curitiba**. 2004. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
20. Armando Furlan Junior. **Endomarketing: Uma Estratégia de Resultados**. 2004. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
21. Pedro Santos Pereira de Freitas. **Marketing em Instituições de Ensino Superior no Mercado de Curitiba**. 2004. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
22. Lucienne Gatti Pereira. **Marketing Social e Responsabilidade Social Corporativa: Um Estudo de Caso do Banco Real ABN AMRO**. 2004. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
23. Cibele Biancolini da Cunha. **O Endomarketing como Ferramenta de Transformação Organizacional**. 2004. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
24. Luciane Kato Kiwara. **O Marketing de Serviços no Setor Hoteleiro**. 2004. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
25. Beatriz Oliveira Almeida. **Programas de Incentivo de Vendas como estratégia de marketing para revendas de eletrodomésticos - uma nova proposta para a empresa X**. 2004. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
26. Daniela Garcia Zelaquett. **A Evolução do Marketing de Relacionamento e Fidelização por meio da Abordagem do Programa de Fidelidade Compliments da Rede ACCOR**. 2003. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
27. Eric Carvalho Vieira. **A Importância do Marketing para a Gestão dos Serviços de Saúde**. 2003. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
28. Rodrigo Cordeiro Junqueira. **Contadores IT: Mercado potencial e Perspectivas de Comercialização**. 2003. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
29. Juciliane Sequinel. **Estratégia de Divulgação dos Projetos Sociais Desenvolvidos pelo Grupo Pão de Açúcar**. 2003. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
30. Vera Lúcia Scorsin Krüger. **Marketing Social e Doação de Órgãos**. 2003. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
31. Cláudia Cristina Valverde. **O Marketing de Relacionamento**. 2003. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
32. Araceli Silveira. **Planejamento de Marketing de Empresa Alternativa Editorial LTDA**. 2003. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
33. Anderson Quintiliano. **Programas de Fidelização: A melhor ferramenta do Marketing para Manter Clientes**. 2003. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
34. Mario Augusto Castanho Lopes. **Análise e Implementação de Sistema de Trabalho em Criação Publicitária Terceirizada**. 2002. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
35. Mário Vieira da Silva Júnior. **Customer Relationship Management (CRM) com Endomarketing**. 2002. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
36. Maurício Feldman. **Endomarketing: Uma Questão de Mercado**. 2002. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná

37. Carlos Rodolfo Reissmann. **Infineon Indústria e Comércio de Móveis LTDA**. 2002. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
38. Joelson Carlos Barboza. **Marketing de Serviços**. 2002. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
39. Enio Marcos Babireski Barcelos. **Planejamento Estratégico para Reposicionamento do Colégio Medianeira no Mercado de Educação Infantil, Ensino Médio e Fundamental**. 2002. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
40. Thierry Pignataro. **Projeto de Endomarketing: Transformando a Comunicação Interna de Tática para Estratégia - Eletrolux**. 2002. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
41. Marcio Luiz Debner dos Santos. **Qual a Influência do Frasco e da Embalagem de Perfume da Linha Feminina no Momento da Compra**. 2002. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
42. Fábio Fernandes de Oliveira. **Satisfação do Consumidor em Empresas Prestadoras de Serviços**. 2002. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
43. Letícia Barbosa. **Aplicando o Endomarketing no INSS**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
44. Rogério Chimionato. **Estratégia de Pós-venda para um Fabricante de Telefone Celulares no Brasil**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
45. Franciane Mendes. **Fidelização e Satisfação do Consumidor**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
46. Fernando Oliveira Pereira. **Marketing de Serviços Hospitalares: Ações de Marketing na Maternidade do Hospital do Trabalhador**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
47. Anapaola Polis Miri. **Marketing de Turismo de Negócios e Novas Oportunidades em Curitiba**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
48. Ana Paula Bragaglia. **O Marketing como Impulsionador do Turismo de Eventos de Negócios em Curitiba: Um Estudo de Caso do Centro de Convenções da Cidade**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
49. Rose Borile. **Plano de Marketing**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
50. Mariane Paixão da Cruz. **Restaurante Guanabara**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
51. Ronie Pizzi Costa. **Telemarketing Industrial**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
52. Margarete Araújo Teles. **Terceira Idade: Segmento de Turismo no Mercado de Agências de Viagens**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
53. Mizyara Andrade de Lima. **Turismo de Negócios: O caso da Marcelo Vila Turismo**. 2001. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
54. Anderson Sanches Januário. **Aplicação do Marketing e da Pesquisa no Processo de Faturamento**. 2000. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná

55. Francisco Carlos Nascimento. **Estratégias de Marketing utilizadas pela Administração da Livraria do Chain para Atrair uma Clientela Diferenciada: Estudo de Caso**. 2000. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
56. Joel de Oliveira. **Marketing de Serviços para o Mercado Segurador**. 2000. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
57. José Emílio Endres Neto. **Propaganda e Visibilidade na Internet: Um Breve Estudo sobre as Potencialidades do Mercado Local**. 2000. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
58. Aloizio Lunardon Padilha. **Business Process Outsourcing**. 1999. Monografia (Administração Industrial) - Universidade Federal do Paraná
59. Leandro Almeida. **Plano de Marketing para Comercialização de Serviços**. 1999. Monografia (Administração Industrial) - Universidade Federal do Paraná
60. Eduardo Goehr. **A guerra no Mercado de Pneus**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
61. Rosa Takahara. **Análise de Caso do Setor de Provimento de Serviços a Grandes Clientes**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
62. Simone Soares Oliveira. **Análise de Viabilidade de Parceria entre a Eletrolux do Brasil e o Setor Hoteleiro**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
63. Andrea Cristina Boese. **Análise do Mercado Imobiliário para a Laville Imóveis**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
64. Marcelo Augusto Lobo. **Criando um Projeto de Marketing de Relacionamento Astrocor**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
65. Rosicler Rebello. **Endomarketing - Uma Nova Postura Empresarial**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
66. Anselmo Pombeiro. **Estratégia de Marketing para o Uso Seguro e Racional da Energia Elétrica**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
67. Joseane Serpa Rodrigues. **Implantação de Cartão de Desconto para Atendimento Médico-Hospitalar no Hospital São José**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
68. Afra Maria Miceli. **Marketing de Relacionamento para as Áreas Grandes Clientes da Copel Distribuição**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
69. Andrei François de Mello. **Metodologia de Previsão de Vendas**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
70. Ednaldo Wagner. **Planejamento Estratégico de Marketing para o Mailling Copel**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
71. Amanda Guimarães. **Planejamento Estratégico para Reposição do Mercado**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná
72. Arlete Ferreira Nater. **Projeto de Melhoria Para Central de Gerenciamento De Redes e Atendimento Técnico**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná

73. Jeane Boriça. **Terceirização e Satisfação do Cliente - Sanepar**. 1998. Monografia (Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná

Iniciação científica

1. Luanna Betinardi. **Avaliação do Relacionamento sob o ótica do Cliente: O caso dos supermercados**. 2004. Iniciação científica (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

2. Keila Schlichta. **Satisfação do Consumidor em Supermercados**. 1998. Iniciação científica (Administração) - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

Supervisão de pós-doutorado

1. Fabio Pimenta de Pádua Junior. 2015. Supervisão de pós-doutorado - Universidade Federal do Paraná. Inst. financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

Orientações e supervisões em andamento

Dissertações de mestrado: orientador principal

1. Simone Maia Covre. **Economia Comportamental**. 2024. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Paraná

Teses de doutorado: orientador principal

1. Eduarda Remor Bastos. **Conexão com o Self e Prpcessos Não Conscientes**. 2023. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná

2. CINTIA CRISTINA SARNOVSKI. **Estados de Humor e Estratégias de Persuasão**. 2022. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná

3. Ana Paula Richarde. **Privacy and Consumer Decision**. 2021. Tese (Administração) - Universidade Federal do Paraná

Demais trabalhos

1. PRADO, P. H. M.; ADRIANA **Monitoria na Disciplina de Introdução à Administração de Marketing (1o semestre)**, 2005.

2. PRADO, P. H. M.; LEYSER, K. **Monitoria na Disciplina de Introdução à Administração de Marketing (1o semestre)**, 2004.

3. PRADO, P. H. M. **TOP OF MIND** Universitário, 2004.

4. PRADO, P. H. M.; PRADO, P. T. **Monitoria na Disciplina de Administração de Marketing II (4o ano)**, 2003.

5. PRADO, P. H. M.; KARKLE, Rafael Augusto **Monitoria na Disciplina de Introdução à Administração de Marketing (1o semestre)**, 2003.

Eventos

Eventos

Participação em eventos

1. **X Encontro de Marketing da Anpad**, 2024. (Congresso) RESTRIÇÕES DE TEMPO COMO DETERMINANTE DA ESCOLHA DE ALIMENTOS CALÓRICOS E O PAPEL DO CONFLITO DE METAS.
2. **XLVII Encontro da Anpad**, 2023. (Congresso) Effect of Brand Activism on Purchase Intentions Through Consumer Empowerment.
3. **IX Encontro de Marketing da Anpad**, 2021. (Congresso) .
4. **XLV Encontro da ANPAD**, 2021. (Congresso) Let's talk about envy and its impacts on consumer behavior..
5. **XLIV Encontro da Anpad**, 2020. (Congresso) Workshop da Divisão de Marketing.
6. **XLIII Enanpad 2019**, 2019. (Congresso) Oficina da Divisão de Marketing.
7. **11o Congresso Latino Americano de Varejo**, 2018. (Congresso) Mesa Redonda "Doing Serious Reserach in collaboration with companies".
8. Apresentação Oral no(a) **VIII Encontro de Marketing da Anpad**, 2018. (Congresso) Oficina da Divisão de Marketing.
9. **XLII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2018**, 2018. (Congresso) Oficina da Divisão de Marketing.
10. Apresentação de Poster / Paineis no(a) **ACR 2017**, 2017. (Congresso) the Effect of Brand Heritage and Brand Authenticity on Consumer-Brand Relationships.
11. **NeuroFutures 2017**, 2017. (Outra) .
12. **2016 Academy of Marketing Science Annual Conference**, 2016. (Congresso) Hierarchical Structure of Brand Authenticity.
13. Apresentação Oral no(a) **XXXX ENANPAD**, 2016. (Congresso) A Influência da Herança e da Autenticidade de Marca nos Relacionamentos entre Consumidores e Marcas.
14. Conferencista no(a) **2015 Academy of Marketing Science World Marketing Congress**, 2015. (Congresso) Issues in International Marketing: Looking at Research in Marketing from Emerging Economies.
15. **4th International Consumer Brand Relationship Conference**, 2015. (Congresso) The perception of power in consumer brand relationships.
16. **XXXIX ENANPAD**, 2015. (Congresso) BE AND BE NOT AUTHENTIC: BRAND AUTHENTICITY SCALE BASED ON CONSUMER ASSESSMENT.
17. Apresentação de Poster / Paineis no(a) **ACR 2014**, 2014. (Congresso) Effects of Social Distance on Consumers' Response to Company Transgression.
18. Apresentação Oral no(a) **VI EMA 2014**, 2014. (Congresso) Severidade da Transgressão e Raiva na Avaliação do Relacionamento B2C.
19. **XXXVIII ENANPAD**, 2014. (Congresso) Clientes Indiferentes: Os Efeitos da Falta de Informações nas Avaliações de Satisfação em Relacionamentos Comerciais.

20. **2013 International B2B Research Workshop**, 2013. (Encontro) Organizational Relationships between Health Insurance Companies and Health Service Providers in Brazil.
21. Apresentação Oral no(a) **3rd International Consumer Brand Relationship Colloquium**, 2013. (Encontro) Brand Relationship Quality and the Implications for Loyalty.
22. **6o Congresso Latino-Americano de Varejo**, 2013. (Congresso) Qualidade no Relacionamento, Lealdade e Programas de Fidelidade em Supermercados.
23. Apresentação de Poster / Paineis no(a) **European Conference of the Association for Consumer Research**, 2013. (Congresso) Emotional Suppression as a Moderator for the Impact of a Transgression on Consumers' Satisfaction.
24. **XXXVII Encontro da ANPAD**, 2013. (Congresso) O Consumidor como Terceiro na Transgressão e o Impacto no Relacionamento Terceiro-Empresa.
25. Apresentação Oral no(a) **V Encontro de Marketing na ANPAD**, 2012. (Congresso) Atratividade dos Programas de Fidelidade: Custos de Resgate, Tipo de Recompensa e Investimento Percebido.
26. **XXXVI Encontro Nacional da ANPAD**, 2012. (Congresso) A Qualidade do Relacionamento com Marca e as Implicações sobre a Lealdade.
27. Apresentação Oral no(a) **40th Conference of EMAC**, 2011. (Congresso) Self-Connection, Intimacy and Interdependence with brands and groups of Consumer-Brand Relationship Intensity.
28. Apresentação Oral no(a) **XXXV Congresso da ANPAD**, 2011. (Congresso) Todo o Tipo de Relacionamento com o Consumidor é Eficaz? Avaliação da Intensidade e da Qualidade do Relacionamento com Marcas.
29. Conferencista no(a) **3o Congresso Latino Americano de Varejo**, 2010. (Congresso) Consórcio Doutoral.
30. Apresentação Oral no(a) **IV Encontro de Marketing da ANPAD**, 2010. (Encontro) Avanços nos Estudos do Relacionamento Consumidor com Marcas.
31. Apresentação de Poster / Paineis no(a) **2009 Conference of ACR**, 2009. (Congresso) SHORT TERM AND LONG TERM AFFECTIVE RESPONSES: A COMPARISON BETWEEN EMOTIONS AND SENTIMENTS.
32. Apresentação Oral no(a) **SIMPOI 2009**, 2009. (Congresso) Dentre os Riscos da Cadeia de Suprimentos a Ruptura de Produto nas Gôndolas de Varejos Alimentícios: Sua Repercussão para a Díade Indústria Fornecedora e Varejo.
33. Apresentação Oral no(a) **XXXIII EnANPAD**, 2009. (Congresso) Um Estudo sobre os Relacionamentos Interorganizacionais do Tipo Buyer-Seller entre Operadoras de Planos de Saúde e Prestadores de Serviço em Saúde.
34. Apresentação Oral no(a) **1o Congresso Latino-Americano de Varejo**, 2008. (Congresso) O envolvimento do Consumidor modifica a avaliação da Satisfação e da Lealdade? Um Estudo sobre o Varejo da Moda.
35. **Fórum de Marketing Curitiba**, 2008. (Seminário).
36. Apresentação Oral no(a) **III EMA**, 2008. (Congresso) Metas de Consumo e a Técnica de Padrão de Associação (APT) Ampliada.
37. Apresentação Oral no(a) **Latin America Association for Consumer Research Conference**, 2008. (Congresso) Decision Process of Product under Continuous Innovation.

38. Apresentação Oral no(a) **XXXII ENANPAD**, 2008. (Congresso) Antecedentes e Consequências da Qualidade do Relacionamento: Uma taxonomia de consumidores no contexto de telefonia celular.
39. Apresentação de Poster / Paineis no(a) **Conference of the European Marketing Academy 2007**, 2007. (Congresso) Goal Hierarchies in a Means-End Chain Approach.
40. Apresentação Oral no(a) **EnAnpad**, 2007. (Congresso) Emoções e Sentimentos: um Estudo Experimental no Consumo de Serviços de Webmail.
41. **35th EMAC**, 2006. (Congresso) Congressista no 35o Congresso da European Academy of Marketing.
42. Apresentação Oral no(a) **EnANPAD**, 2006. (Congresso) Congressista no XXX Encontro Nacional da ANPAD.
43. Apresentação Oral no(a) **Ilo EMA**, 2006. (Congresso) Congressista no Ilo Encontro de Marketing da Anpad.
44. **Microsoft Business em Ação**, 2006. (Seminário) Palestrante no Microsoft Business em Ação.
45. **34th Congress of European Academy of Marketing (EMAC)**, 2005. (Congresso) Congressista no 34o Congresso da European Academy of Marketing.
46. **EACR 2005**, 2005. (Congresso) Congressista na Conferência da EACR 2005.
47. **XXIX EnANPAD**, 2005. (Congresso) Congressista no XXIX Encontro Anual da ANPAD.
48. **XXIX EnANPAD**, 2005. (Congresso) Coordenador de Sessão na Divisão de MKT - Marketing.
49. **Dia da PESquisa EAESP-FGV**, 2004. (Encontro) Palestrante sobre 'Perspectivas sobre a Pesquisa em Administração no Brasil'.
50. **I Encontro Nacional de Marketing da ANPAD**, 2004. (Congresso) Congressista no Ilo Encontro de Marketing da ANPAD.
51. **XXVIII EnANPAD**, 2004. (Congresso) Coordenador - Debatedor de Sessão - Marketing.
52. **XXVIII Encontro Anual da ANPAD**, 2004. (Congresso) Congressista no XXVIII Encontro Anual da ANPAD.
53. **Congresso Paranaense de Ótica**, 2003. (Congresso) Palestrante no Congresso Paranaense de Ótica - O Perfil do Novo Consumidor.
54. **Workshops de Pesquisa em Varejo**, 2003. (Seminário) Palestrante no Seminário GVcev - O Processo de Avaliação do Relacionamento entre Clientes e Bancos de Varejo.
55. **XI Encontro Sul de Empresas Juniores**, 2003. (Encontro) Palestrante no XI Encontro Sul de Empresas Juniores - Relacionamentos em Marketing.
56. **XXVII Encontro Anual da ANPAD 2003**, 2003. (Congresso) Congressista no XXVII Encontro Anual da ANPAD.
57. **MBA em Direção Estratégica**, 2002. (Outra) Palestrante no MBA em Direção Estratégica - Comportamento do Consumidor.

58. **XXVI Encontro Anual da ANPAD**, 2002. (Congresso) Congressista no XXVI Encontro Anual da ANPAD.
59. **1o Consórcio Doutoral em Administração**, 2001. (Encontro) Apresentação de Projeto de Doutorado 'O Processo de Avaliação do Relacionamento entre Clientes Pessoa Física e Bancos'.
60. **VI Conferência do CLAD**, 2001. (Congresso) Congressista no VI Conferência do CLAD.
61. **XXV Encontro Anual da ANPAD**, 2001. (Congresso) Congressista no XXV Encontro Anual da ANPAD.
62. **AMA International Marketing Conference**, 2000. (Congresso) Congressista no AMA International Marketing Conference.
63. **XIV Seminário Nacional de Distribuição de Energia Elétrica**, 2000. (Seminário) Palestrante no XIV Seminário Nacional de Distribuição de Energia Elétrica.
64. **XXIV Encontro Anual da ANPAD**, 2000. (Congresso) Congressista no XXIV Encontro Anual da ANPAD.
65. **1o Seminário de Automação Comercial e Comércio Eletrônico**, 1999. (Seminário) Palestrante no 1o Seminário de Automação Comercial e Comércio Eletrônico.
66. **23o Encontro Nacional da ANPAD**, 1999. (Congresso) Participante de Mesa Redonda - Pesquisador em Administração e os Números: Amor ou Ódio.
67. **Semana de Administração**, 1999. (Seminário) Palestrante na 'Semana de Administração'.
68. **XXIII Encontro Anual da ANPAD**, 1999. (Congresso) Congressista no XXIII Encontro Anual da ANPAD.
69. **23o Congresso Brasileiro de Fotografia e Vídeo**, 1998. (Congresso) Palestrante, com 'Marketing de Serviços', no 23o Congresso Brasileiro de Fotografia e Vídeo.
70. **III Semana de Psicologia - Ensino, Pesquisa e Extensão**, 1998. (Seminário) Participante de Mesa Redonda 'Movimento Empresa Junior: As Contribuições da EJ para a formação acadêmica', na III Semana de Psicologia - Ensino, Pesquisa e Extensão.
71. **BALAS Conference - 1998**, 1998. (Congresso) Session Chair no BALAS - 1998.
72. **BALAS'98**, 1998. (Congresso) Congressista no BALAS'98.
73. **Café da Manhã**, 1998. (Encontro) Palestrante - Satisfação do Consumidor.
74. **XXII Encontro Anual da ANPAD**, 1998. (Congresso) Congressista no XXII Encontro Anual da ANPAD.
75. **Da Observação a Decisão: Metodologia da Pesquisa e de Análise Quantitativa e Qualitativa de Dados**, 1997. (Seminário) Participante no Seminário Internacional 'Da observação a Decisão'.
76. **I Semana da Motivação Empreendedora**, 1997. (Encontro) Palestrante na I Semana da Motivação Empreendedora, II Semana da Administração, e I Workshop Paranaense de Incubadoras.
77. **New Directions in Marketing**, 1997. (Seminário) Participante no Seminário Internacional 'New Directions in Marketing'.
78. **Programa de Seminários do Departamento de Estatística - UFPR**, 1997. (Seminário)

Palestrante, com 'Análise de Dados Multivariados Aplicados a Pesquisa de Marketing', no Programa de Seminários do Departamento de Estatística - UFPR.

79. **X Reciclando o Marketing**, 1997. (Seminário) Participante de Mesa Redonda 'Política e Estratégia de Marketing da Volvo do Brasil'.

80. **XXI Encontro Anual da ANPAD**, 1997. (Congresso) Congressista no XXI Encontro Anual da ANPAD.

81. **Qualidade Total e Meio Ambiente**, 1996. (Encontro) Palestrante no Curso Qualidade Total e Meio Ambiente.

82. **Informatize Setorial Comércio**, 1996. (Congresso) Palestrante, com 'Automação Comercial - Automatize a sua Loja', no 'Informatize Setorial Comércio'.

83. **Universidade na Escola**, 1996. (Seminário) Palestrante no Programa 'Universidade na Escola'.

84. **XX Encontro Anual da ANPAD**, 1996. (Congresso) Congressista no XX Encontro Anual da ANPAD.

85. **3o Informatize Londrina**, 1995. (Seminário) Palestrante, com 'Automação Comercial e a Satisfação do Consumidor' no 3o Informatize Londrina.

86. **Informatize Contábel e Comércio**, 1995. (Seminário) Palestrante, com 'Automação Comercial', no Seminário 'Informatize Setorial Contábil e Comércio'.

87. **Informatize FEIPAR - Moda 95**, 1995. (Seminário) Palestrante, com Automação 'Comercial e Satisfação do Consumidor', no 'Informatize FEIPAR'.

88. **Marketing Estratégico**, 1995. (Congresso) Palestrante, com 'Marketing Estratégico' no Centro de Estudos Vilas Boas, com 15 horas.

89. **Semana de Informação Empresarial - Marecham Cândido Rondon**, 1995. (Seminário) Palestrante, com 'Satisfação do Consumidor - A Chave do Sucesso' na 'Semana de Informação Empresarial - Marecham Cândido Rondon'.

90. **XVIX Encontro Anual da ANPAD**, 1995. (Congresso) Congressista no XVIX Encontro Anual da ANPAD.

91. **2o Informatize**, 1994. (Seminário) Palestrante com 'Automação Comercial e Satisfação do Consumidor' no 2o Informatize.

92. **Estratégias Mercadológicas para o Brasil do Futuro**, 1994. (Seminário) Participante no Seminário 'Estratégias Mercadológicas para o Brasil do Futuro'.

93. **XVIII Encontro Anual da ANPAD**, 1994. (Congresso) Apresentador de Comunicação 'Automação Comercial e Satisfação do Consumidor em Supermercados' no XVIII Encontro Anual da ANPAD.

94. **XVIII Encontro Anual da ANPAD**, 1994. (Congresso) Coordenador de Transporte e Logística.

95. **Seminário de Eficiência no Varejo**, 1993. (Seminário) Participante no Seminário de Eficiência no Varejo.

96. **XVII Encontro Nacional da ANPAD**, 1993. (Congresso) Apresentador de Comunicação 'Produtividade de Marketing' no XVII Encontro Nacional da ANPAD.

97. **1o Congresso de Automação Integrada**, 1990. (Congresso) Congressista no 1o Congresso de Automação Integrada.

98. **Seminário Internacional de Transferência de Tecnologia, Mudanças no Cenário Nacional e a Nova Política para o Brasil - TECH'1990**, 1990. (Seminário) Participante no Seminário Internacional de Transferência de Tecnologia, Mudanças no Cenário Nacional e a Nova Política para o Brasil - TECH'1990.

99. **III Congresso da Sociedade Brasileira de Microeletrônica**, 1988. (Congresso) Participante no III Congresso da Sociedade Brasileira de Microeletrônica.

100. **Congresso de Iniciação Científica - CICTE'89**, 1988. (Congresso) Apresentador de Resumo no Congresso de Iniciação Científica - CICTE'89.

101. **Simpósio Inteligência Artificial, Cérebro e Cognição**, 1988. (Simpósio) Participante no Simpósio Inteligência Artificial, Cérebro e Cognição.

Organização de evento

1. **PRADO, PAULO H. M.**. XLIV Enanpad, 2020. (Congresso, Organização de evento)
2. **PRADO, PAULO H. M.**. XLIII Enanpad, 2019. (Congresso, Organização de evento)
3. **PRADO, PAULO H. M.**. VIII Encontro de Marketing da ANPAD, 2018. (Congresso, Organização de evento)
4. **PRADO, PAULO H. M.**. XLII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2018, 2018. (Congresso, Organização de evento)
5. **PRADO, P. H. M.**. VI Encontro de Marketing da ANPAD, 2014. (Congresso, Organização de evento)
6. **PRADO, P. H. M.**. XXXVIII Enanpad, 2014. (Congresso, Organização de evento)
7. **PRADO, P. H. M.**. XXXVII Enanpad, 2013. (Congresso, Organização de evento)

Bancas

Bancas

Participação em banca de trabalhos de conclusão

Mestrado

1. Sedovin, V.M.B.N.; KORELO, J. C.; **PRADO, PAULO H. M.**; VIACAVA, Juan José Camou. Participação em banca de VICTOR MATHEUS BATISTA NASCIMENTO SEDOVIM. **A PRÁTICA DE COLABORAÇÃO PARA CRIAÇÃO DE SKINS EM MOBA PARA MOBILE GAMES: UM ESTUDO SOBRE OS EFEITOS DA PERCEPÇÃO DO USO DE COBRANDING NO APEGO E IMERSÃO MEDIADOS PELA MOTIVAÇÃO HEDÔNICA**, 2023. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

2. Pereira, B.E.; BAPTISTA, Paulo de Paula; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de BRUNO EDUARDO PEREIRA. **HIPOCRISIA DO CONSUMIDOR NO RELACIONAMENTO COM AS MARCAS**, 2023. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

3. Santos, C.H.M.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Carlos Henrique Mota dos Santos. **Fatores influenciadores no processo decisório de investimento em Fundos de Ações e sua relação com as gerações dos investidores**, 2022. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
4. Carvalho, M.S; Silva, G.L.; Ladeira, M.; **PRADO, P. H. M.**; Rodrigues, G.S.. Participação em banca de MAXwell Sarmiento de Carvalho. **IASC: Uso da Satisfação dos Consumidores de Energia Elétrica como Indicador de Efetividade em Uma Regulação Responsiva**, 2022. (Estatística) Universidade de Brasília.
5. Solva, G.C.; SEMPEBON, E.; BAPTISTA, Paulo de Paula; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de GABRIELA CERCONVIZ SILVA. **O EFEITO DA HIPOCRISIA DA MARCA NA PERSPECTIVA DA TEORIA DO CONSTRUAL-LEVEL**, 2022. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
6. LETCHACOSKI, I. Z.; **PRADO, P. H. M.**; KORELO, J. C.; FRIZZO, F.. Participação em banca de IZADORA ZONARI LETCHACOSKI. **PLAYING BY OR PLAYING WITH THE RULES: HOW THE BEHAVIOR OF SPONSORED ATHLETES AFFECT THE SPONSORING BRAND'S IMAGE**, 2022. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
7. Forti, P.; KORELO, J. C.; **PRADO, PAULO H. M.**; Malagrino, F.A.F.; Lima, L.M.. Participação em banca de PEDRO FORTI. **CHOPPING OFF THE HEAD (COACH): A FRESH START TO FOOTBALL FANS AS CONSUMERS IN FACE OF UNCERTAINTY?**, 2021. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
8. Costa, I.T.; SEMPEBON, E.; **PRADO, PAULO H. M.**; BAPTISTA, Paulo de Paula. Participação em banca de IRIAN THAÍS COSTA. **O Efeito da Hipocrisia na Reputação de Marca e Disposição de Compra**, 2021. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
9. Richarde, A.P.M.; **PRADO, P. H. M.**; KORELO, J. C.; SPERS, E. E.. Participação em banca de ANA PAULA MERENDA RICHARDE. **TRANSPARÊNCIA NAS ESTRATÉGIAS OPT-IN MARKETING: A INFLUÊNCIA DO CÁLCULO DE PRIVACIDADE E DA CONVENIÊNCIA NA INTENÇÃO DE COMPRA ONLINE**, 2021. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
10. MANTOVANI, D.; **PRADO, PAULO H. M.**; VIACAVA, Juan José Camou. Participação em banca de Ágatha Sabrina de Leão. **Sustainable Behavior of High and Low-Income Consumers and Reputational Gains**, 2020. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
11. KORELO, J. C.; **PRADO, PAULO H. M.**; VIACAVA, Juan José Camou. Participação em banca de Djonara Schiessl. **The Role of Bad Online Buying Experience on Consumer Webrooming Behavior**, 2020. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
12. KORELO, J. C.; SANTOS, C. P.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Helison Bertoli Alves Dias. **How Online Consumer Reviews and the Product Positioning Affect Consumer Attitudes**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
13. KORELO, J. C.; BAPTISTA, Paulo de Paula; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Denise Gabriela Rodrigues. **The Effect of Debt Concentration on Preference for Material Goods or Experiential Purchases**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
14. KORELO, Jose Carlos; **PRADO, P. H. M.**; STEINER NETO, Pedro José. Participação em banca de Alexandre Conte da Nova. **A Influência da Autenticidade de Marca na Relação entre Congruência de Imagem de Consumidores e Marcas e a Autoconexão de Marca dos Consumidores**, 2016. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
15. FRIZZO, F.; KORELO, JOSÉ CARLOS; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Francielle Frizzo. **A Influência da Herança da Marca nos Relacionamentos entre Consumidores e Marcas**, 2016. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

16. MANTOVANI, D.; **PRADO, P. H. M.**; BREI, V.. Participação em banca de Lucas Magalhães de Andrade. **Como a Motivação que o Consumidor Atribui à empresa na Sua Promoção de Uma Ação Social Influencia seu Comportamento Pró-Social**, 2016. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
17. Gomes, A.N.T.; MANTOVANI, D.; **PRADO, P. H. M.**; PETROLL, M. L. M.. Participação em banca de Angela Negrão Torres Gomes. **A Influência da Comunicação de RSC da Marca no Comportamento Pró-Social do Consumidor**, 2015. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
18. Dal Farra, S.P.; **PRADO, P. H. M.**; KORELO, J. C.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.. Participação em banca de Samanta Puglia Dal Farra. **A influência do Canal de Distribuição na imagem de marca de consumo e seus reflexos no brand equity e autenticidade de marca**, 2015. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
19. Kososki, M.; **PRADO, P. H. M.**; MANTOVANI, D.; PETROLL, M. L. M.. Participação em banca de Maiara Regina Kososki. **Autenticidade de Marca: Desenvolvimento e Validação de Uma Escala a Partir do Consumidor**, 2015. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
20. Dória, R.L.; AKEL SOBRINHO, Zaki; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Ricardo Luvizotto Dória. **A Difusão de Informação em Rede Social Online> Influência Pessoal e Propagação**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
21. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; MARCHETTI, R. Z.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Cristina Maria de Aguiar Pastore. **A Influência do Stress na Atitude em Relação ao Anúncio e à Marca**, 2013. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
22. BREI, V.; **PRADO, P. H. M.**; Barbeta, P.A.. Participação em banca de Gabriela de Souza Neves. **COMPRAR COM AMIGOS PODE SER UMA SOLUÇÃO? A INFLUÊNCIA DA INTERAÇÃO SOCIAL NO PROCESSO DE ADAPTAÇÃO HEDÔNICA**, 2013. (Administração) Universidade Federal de Santa Catarina.
23. MARCHETTI, R. Z.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Diogo Richartz Benke. **Lealdade de Pais e Alunos e seus Antecedentes na Transição do Ensino Fundamental para o Médio**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
24. MANTOVANI, Danielle; MARCHETTI, Renato Zancan; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Larissa Viapiana. **O Consumidor como Terceiro: O Impacto de uma Transgressão cometida pela empresa contra outro consumidor na avaliação do terceiro sobre a empresa**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
25. Claro, D.P.; Bruscato, A.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Sandro Bonfim da Costa. **O Efeito do Boca a boca no desempenho da carteira de clientes: Um estudo no setor de previdência complementar privada no Brasil**, 2013. (Administração) Insper Instituto de Ensino e Pesquisa.
26. MANTOVANI, Danielle; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MARCHETTI, R. Z.. Participação em banca de Jenny Fernanda Ibarra González. **O Papel Moderador da Severidade da Transgressão na Relação entre Distância Social e Avaliação no Relacionamento**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
27. MANTOVANI, Danielle; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; SILVA, A. L. L.. Participação em banca de Morgana do Amaral Alano. **Relação entre o Mindset de Implementação e Indisponibilidade de Produtos no Comportamento de Compra Subsequente**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
28. MANTOVANI, Danielle; **PRADO, P. H. M.**; BAPTISTA, Paulo de Paula. Participação em banca de Mariana Monfort Barboza. **Relação entre o Tipo de Ajuste Regulatório e a**

Dificuldade da Tarefa sobre as Avaliações de Mensagens de Anúncios de Consumo, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

29. GARRET, S. D.; PRADO, P. H. M.; BAPTISTA, Paulo de Paula; MANTOVANI, Danielle. Participação em banca de Susi D' Almeida Garrett. **A Influência da Transgressão e da Raiva do Consumidor na Avaliação de Provedores de Serviços**, 2012. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

30. EWALD, E.; MARCHETTI, Renato Zancan; KATO, Heitor Takashi; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Edson Ewald. **A Qualidade do relacionamento e sua Influência na Lealdade dos Fabricantes de Máquinas e Equipamentos na Empresa WEG**, 2012. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

31. AQUINO, L. S.; BREI, V.; COSTA JUNIOR, N. C. A.; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Lúcio Sanzi Aquino. **Diferentes Percepções de Categorias Mercadológicas e a Saturação no Consumo de Alimentos**, 2012. (Administração) Universidade Federal de Santa Catarina.

32. LIMA, A. A.; BAPTISTA, Paulo de Paula; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Andréa de Albuquerque de Lima. **Impacto da Congruência entre Autoconceito e Personalidade de Marca na Intensidade da Qualidade de Relacionamento e Lealdade do Consumidor**, 2012. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

33. PRADO, P. H. M.; Perin, M.G.; Espartel, L.B.; Sampaio, C.H.. Participação em banca de Grisly Santos Steffen. **Interação Consumidor-Funcionário no Varejo de Confeção sob a Perspectiva da Classe Média**, 2012. (Administração e Negócios) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

34. PRADO, P. H. M.; SILVA, A. L. L.; BAPTISTA, Paulo de Paula. Participação em banca de Cíntia Buarque de Souza Costa. **A Influência do Desenho do Programa de Fidelidade na Propensão de Adesão e de Lealdade do Consumidor**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

35. FRANZOLIN, J. S.; TOALDO, A. M. M.; BAPTISTA, Paulo de Paula; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Janaína Seguin Franzolin. **Formulação e Implementação de Estratégia de Posicionamento de Marca em Instituições de Ensino Superior Privadas de Curitiba, PR**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

36. NIADA, A. C. M.; BAPTISTA, Paulo de Paula; PRADO, P. H. M.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.. Participação em banca de Aurea Cristina Magalhães Niada. **Hierarquia de metas do Consumidor de Tênis de Corrida para Diferentes Níveis de Autoconexão com a Marca**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

37. MARCHETTI, Renato Zancan; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Deise Francielle Benedet. **Influência das Características Pessoais e Psicológicas no Comportamento de Uso de Sites de Redes Sociais das Gerações X e Y**, 2011. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

38. PRADO, P. H. M.; BAPTISTA, Paulo de Paula; TOALDO, A. M. M.. Participação em banca de Maria Isabel da Silva Teles. **O Customer-Based Brand Equity do Destino de Foz do Iguaçu**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

39. RIBEIRO, C. M.; PRADO, P. H. M.; TOALDO, A. M. M.; COBRA, M. H. N.. Participação em banca de Clara Marcia Ribeiro. **A Estrutura dos Relacionamentos Interorganizacionais, as Ocorrências de Ruptura de Produtos e a Avaliação do Relacionamento ao Fornecedor no Varejo Alimentício**, 2010. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

40. PRADO, P. H. M.; KATO, Heitor Takashi; BAPTISTA, Paulo de Paula; MARCHETTI, Renato Zancan. Participação em banca de Elder Semprebom. **A Influência da Experiência de Consumo na Qualidade do Relacionamento dos Universitários com suas Marcas**, 2010.

(Administração) Universidade Federal do Paraná.

41. VIACAVA, Juan José Camou; PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; MARCHETTI, Renato Zancan. Participação em banca de Juan José Camou Viacava. **A Influência das Avaliações de Satisfação e das Variações de Preços nas Decisões de Compra nos Serviços Bancários Brasileiros**, 2010. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

42. SANTOS, E. M.; VIEIRA, V. A.; KATO, Heitor Takashi; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Edemilson Messias dos Santos. **Efeitos da Confiança, Valor Percebido e Custos de Mudança sobre a Lealdade dos Clientes de Serviços Automotivos**, 2010. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

43. TOALDO, A. M. M.; Eduardo Damião; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Maryangela Drumond de Abreu Negrão. **Indústrias Criativas e Estratégias de Marketing: Uma Análise das Estratégias Adotadas no Território da Indústria Criativa Desenvolvedora de Jogos Eletrônicos**, 2010. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

44. Rossi, C.A.V.; KLOECKNER, G. O.; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Ricardo Scherer Perlin. **O Marketing e a Abertura de Capital**, 2010. (Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

45. PRADO, P. H. M.; VIEIRA, R.; GONCALVES, C. A.; FREITAS, V.; PRADO, C. E. F.. Participação em banca de Juliane de Almeida Ribeiro. **Personalidade e Consumo Ecologicamente Consciente**, 2010. (Administração) Universidade Federal de Minas Gerais.

46. STEINER NETO, Pedro José; ZELA, D.; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Mayana Virginia Viégas Lima. **A Influência da Qualidade Percebida, dos Valores de Consumo e das Emoções na Avaliação da Satisfação de Usuários de Shopping Center**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

47. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; TOALDO, A. M. M.. Participação em banca de Tatiani Silva dos Santos. **A Influência das Emoções e da Regulação Emocional na Avaliação e nas Respostas Pós-Compra no Contexto do Varejo Virtual de Livros**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

48. STEINER NETO, Pedro José; MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Carolina Fabris Ferreira. **A Influência dos Agentes de Socialização no Comportamento de Separação de Materiais para a Reciclagem: Um Estudo com Jovens Universitários de Curitiba**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

49. PRADO, P. H. M.; ZELA, D.; CARVALHO, D. M. W.. Participação em banca de Carlos Henrique Machado. **Autoconceito, Estilo de Vida e Consumo de Vestuário de Moda Feminina**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

50. Hirt, L.; MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; BAPTISTA, Paulo de Paula. Participação em banca de Luciano Hirt. **Avaliação da Lealdade dos Usuários de Agências de Viagens da Cidade de Joinville (SC) com base na Qualidade do Relacionamento**, 2009. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

51. ARRUDA, T.; BAPTISTA, Paulo de Paula; MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Thaís Arruda. **Cidades como Marcas: Análise da Aplicabilidade do Conceito de Personalidade de Marcas ao Contexto de Cidades**, 2009. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

52. PRADO, P. H. M.; Rossi, C.A.V.; CUNHA, João Carlos da. Participação em banca de José Carlos Korelo. **Fatores de Influência na Adoção de Tecnologias de Informação e Comunicação na Educação: Um Estudo junto a Professores**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

53. Pavarini, S.C.; MARCHETTI, Renato Zancan; BAPTISTA, Paulo de Paula; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Sara Cordeiro Coelho Pavarini. **Mobile Banking: O Impacto das Características Percebidas do CONsumidor e dos Atributos Percebidos da Inovação no Comportamento Inovador**, 2009. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
54. PRADO, P. H. M.; KATO, Heitor Takashi; STEINER NETO, Pedro José. Participação em banca de Sérgio Roberto Ferreira. **O Comportamento de Compra de Vestuário das Mulheres em Shopping Centers e Lojas de Rua da Cidade de Londrina**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
55. BAPTISTA, Paulo de Paula; TOALDO, A. M. M.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Sandra Biégas. **Qualidade do Relacionamento e Lealdade no Comércio Eletrônico**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
56. ZELA, D.; STEINER NETO, Pedro José; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Claudete Teixeira. **Retenção do CONsumidor no Mercado Varejista de Origem: Ação do Consumidor e Reação do Mercado Varejista de Cornélio Procopio**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
57. PRADO, P. H. M.; ZELA, D.; CARVALHO, D. M. W.. Participação em banca de Edna Aparecida Lopes Bezerra Katakura. **Satisfação do Usuário com a Assistência Médica: Um Estudo em Bandeirantes - Região Norte do Paraná**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
58. PRADO, P. H. M.; KATO, Heitor Takashi; STEINER NETO, Pedro José. Participação em banca de Josiane Petenaci de Araújo. **Satisfação e Lealdade em Instituições Estaduais de Ensino Superior no Norte de Paraná**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
59. SOUZA, F.F.; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; TOALDO, A. M. M.. Participação em banca de Flávio Freire Souza. **A Preferência do Consumidor Joven por Destinos Turísticos. A Emergência de Geobrand**s, 2008. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
60. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; KATO, Heitor Takashi. Participação em banca de Gisele Ceschim. **Comportamento Inovador entre Consumidores de Produto Orgânicos**, 2008. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
61. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Ana Paula Raittz Cavallet-Mengarelli. **Interações entre Autoconceito e Personalidade de Marca nas Representações de Consumo de Adolescentes**, 2008. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
62. FERNANDES, D. V. D. H.; SANTOS, C. P.; Rossi, C.A.V.; LUCE, F. B.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Daniel von der Hayde Fernandes. **O Comportamento de Retaliação do Consumidor e seus Antecedentes**, 2008. (Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
63. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; STEINER NETO, Pedro José. Participação em banca de Eneida Bezzerra Soares Ribeiro. **O COMportamento Inovador: Um Estudo Aplicado em Contextos B2B**, 2008. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
64. PRADO, P. H. M.; BAPTISTA, Paulo de Paula; TOALDO, A. M. M.. Participação em banca de Alexandre Eugenio Pieski. **Participação do Consumidor no Desenvolvimento do Sistema Operacional Linux: Aplicação do Modelo 3M de Mowen**, 2008. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
65. BAPTISTA, Paulo de Paula; PRADO, P. H. M.; SILVA, Wesley Vieira da. Participação em banca de Luciana Claudia Piva. **Relacionamento entre a Adoção de Práticas de Promoção da Saúde e Prevenção de Doenças e a Percepção de Valor para Clientes de Plano de Saúde**, 2008. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

66. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; KATO, Heitor Takashi. Participação em banca de Ana Flávia Barbosa de Billo Rodrigues. **Comportamento Inovador entre Usuários Maduros da Internet**, 2007. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
67. MARCHETTI, Renato Zancan; KATO, Heitor Takashi; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Gisele Ceschim. **O Consumo de Produtos Orgânicos: Fatores que Influenciam no Processo de Adoção da Inovação**, 2007. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
68. HERNANDEZ, José Mauro da Costa; PRADO, P. H. M.; URDAN, André Torres. Participação em banca de Cláudia Cincotto dos Santos. **Uma investigação sobre os tipos de confiança e seu desenvolvimento em negócios Business-to-Business**, 2007. (Administração) Universidade Nove de Julho.
69. CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo; PRADO, P. H. M.; ALMEIDA, Lauro Brito de. Participação em banca de Carlos André de Melo Alves. **A Divulgação do Risco Operacional Segundo Recomendações do Comitê da Basiléia: Estudo em Bancos com Carteira Comercial no Brasil**, 2006. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
70. HERNANDEZ, José Mauro da Costa; URDAN, André Torres; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Claudia Cincotto dos Santos. **As fontes de confiança em negócios B2B**, 2006. (Administração) Universidade Nove de Julho.
71. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; SILVA, Wesley Vieira da. Participação em banca de Sylvio Kauffmann. **Canais de Atendimento Bancário e Satisfação de Cliente: Estudo em Bancos de Varejo**, 2006. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
72. PRADO, P. H. M.; KATO, Heitor Takashi; STEINER NETO, Pedro José. Participação em banca de Cristina Peters Tetto Hepp. **Envolvimento, Satisfação e Lealdade: Um Estudo no Varejo de Vestuário em Curitiba**, 2006. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
73. AKEL SOBRINHO, Zaki; PRADO, P. H. M.; KATO, Heitor Takashi. Participação em banca de Leonardo Pinheiro Deboça. **Estratégias Mercadológicas em Cooperativas Agroindustriais: Um estudo de caso no Paraná**, 2006. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
74. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; STEINER NETO, Pedro José. Participação em banca de Fabiana Thiele Escudero. **Hierarquia de Metas do Consumidor de Automóveis em Curitiba: Um Estudo na Categoria de Utilitários Esportivos Compactos**, 2006. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
75. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Eliane Cristine Francisco. **Impacto da Qualidade do Relacionamento no Tempo de Vida Rentável dos Clientes**, 2006. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
76. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Arthur Leidens. **Investimentos no Relacionamento e Lealdade: Um Estudo no Varejo de Vestuário em Curitiba**, 2006. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
77. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Danielle Mantovani Lucena da Silva. **O Processo de Escolha de Serviço de Telefonia Celular por Jovens em Curitiba**, 2006. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
78. PRADO, P. H. M.; KATO, Heitor Takashi; STEINER NETO, Pedro José. Participação em banca de Rafael Guilherme Wandrey. **Responsabilidade Social Corporativa e o Envolvimento da Cadeia Produtiva: Estudo de Caso em uma Empresa do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos**, 2006. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
79. PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki; KATO, Heitor. Participação em banca de Cris

Betina Schlemer. **A Experiência de Consumo em Shopping Centers: Um Estudo sobre a Surpresa**, 2005. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

80. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa; PALMEIRA, Mirian. Participação em banca de Fábio Pimenta de Pádua Junior. **Adoção de Inovações de Alta Tecnologia por Jovens: O caso do Telefone Celular**, 2005. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

81. CUNHA, João Carlos da; PRADO, P. H. M.; SLONGO, Luiz Antonio. Participação em banca de Simone Crocetti Pereira. **Estratégias e Vantagens Competitivas em Serviços Pós-Vendas Cooperação em Serviços Pós-Venda**, 2005. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

82. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; SILVA, Wesley Vieira da. Participação em banca de Luciano Kravetz Ijaille. **Relacionamento e Lealdade - A Perspectiva dos Clientes de Hipermercados em Curitiba**, 2005. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

83. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; SILVA, Wesley Vieira da. Participação em banca de Edinaldo Lorenzetto. **Satisfação e Rentabilidade: Um Estudo junto a Clientes Organizacionais em um Banco COMercial de Varejo em Curitiba e Região Metropolitana**, 2005. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

84. PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; STEINER NETO, Pedro José. Participação em banca de Cláudio Zancan. **Uma Análise da Qualidade do Relacionamento: A Perspectiva de Produtores da Maça Brasileira**, 2005. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

85. PRADO, P. H. M.; WEBER, Lúcia Natália D. Participação em banca de Ivan Luigi Vitali. **Como Nossos Pais? A Transmissão Intergeneracional dos Estilos Parentais**, 2004. (Psicologia) Universidade Federal do Paraná.

86. STEINER NETO, P.; PRADO, P. H. M.; SOUZA, A.. Participação em banca de Gisele de Campos Ribeiro. **Influência do Beneficiário na Decisão de Compra de Consumidores de Presentes da Categoria de higiene e Cuidados Pessoais**, 2004. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

87. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; CORSO, J. M.. Participação em banca de Luciane Strano. **Proposição e Teste de um Modelo para Avaliação de Inovações em Embalagens de Produtos Alimentícios**, 2004. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

88. PRADO, P. H. M.; SANTOS, Rubens da Costa; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Sérgio Ricardo Kaminski. **Valores, Benefícios, Atributos e Dimensões Simbólicas no Consumo de Música Popular Jovem: Uma Análise Exploratória**, 2004. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

Doutorado

1. Manosso, F.C.; **PRADO, PAULO H. M.**; MANTOVANI, D.; DEMCZUK, R.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, ELIANE CRISTINE. Participação em banca de FRANCIELE CRISTINA MANOSSO. **PRIDE PERCEPTION AND DIFFERENTIATION: HOW NEGATIVE EMOTIONS AND TYPE OF PRODUCT CAN IMPACT ON THIS RELATION**, 2023. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

2. Schoessl, D.; Korelo, J.C.; BAPTISTA, Paulo de Paula; VIACAVA, Juan José Camou; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de DJONATA SCHIESSL. **THE CHEATING GAME: HOW SOCIAL EXCLUSION DRIVES CONSUMERS TO DESPERATE MEASURES**, 2022. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

3. Dias, H.B.A; KORELO, J. C.; BAPTISTA, Paulo de Paula; Nicolao, L.; SEMPEBON, E.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de HELISON BERTOLI ALVES DIAS. **"VALUE-CONSCIOUS SIGNALING: AN ADAPTIVE CONSUMPTION STRATEGY OF SOCIAL SIGNALING**, 2022. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
4. Oliviera, D.M.S; LUCE, F. B.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Daniel Max de Sousa Oliveira. **ANÁLISE DOS ANTECEDENTES E CONSEQUÊNCIAS DA ROTATIVIDADE NO CARGO DE CHIEF MARKETING OFFICER**, 2021. (Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
5. DUARTE, NAYARA PEREIRA; BAPTISTA, Paulo de Paula; **PRADO, PAULO H. M.**; Nicolao, L.; KORELO, J. C.; Gonçalves, D.. Participação em banca de NAYARA PEREIRA DUARTE. **EFFECT OF BRAND ACTIVISM ON PURCHASE INTENTIONS THROUGH CONSUMER EMPOWERMENT**, 2021. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
6. MORENO, RENATA BÁRBARA; **PRADO, PAULO H. M.**; SEMPEBON, E.; Razzolini Filho, E.; KATO, Heitor Takashi; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de RENATA BARBARA MORENO. **O EFEITO DA COMPORTAMENTO DO LÍDER E DA MOTIVAÇÃO DOS VENDEDORES SOBRE O DESEMPENHO EM VENDAS**, 2021. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
7. BENKE, D. R.; MARCHETT, R. Z.; TOALDO, A. M. M.; VIACAVA, Juan José Camou; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de DIOGO RICHARTZ BENKE. **QUALIDADE DA EXPERIÊNCIA DE ESTUDANTES NO ENSINO SUPERIOR**, 2021. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
8. DE BRITO, CECÍLIA SOUTO MAIOR; SILVA, DANIELLE MANTOVANI LUCENA DA; **PRADO, PAULO H. M.**; BAPTISTA, Paulo de Paula. Participação em banca de CECÍLIA SOUTO MAIOR DE BRITO. **THE VALUE OF NON(MONETARY) BEHAVIORS: HOW MORALITY AND STATUS SHAPE CONSUMERS PERCEPTIONS ABOUT SUSTAINABLE ACTIONS**, 2021. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
9. Ferreira, M.; Sampaio, C.H.; Nicolao, L.; Espartel, L.B.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Maura Ferreira. **Understanding the Determinants of Disposition to Accept Help at the Bottom of the Socioeconomic Status Ladder**, 2021. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
10. Rodrigues, Graziela P.; **PRADO, PAULO H. M.**; KORELO, J. C.; Sampaio, C.H.; SEMPEBON, E.; Gonçalves, D.. Participação em banca de GRAZIELA PERRETTO RODRIGUES. **WHEN NEGATIVE FEEDBACK CAUSE ENGAGEMENT IN THE EARLY STAGE OF GOAL PURSUIT? THE ROLES OF PERSISTENCE, GOAL PROGRESS, EFFORT, AND GOAL ATTAINABILITY**, 2021. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
11. **PRADO, PAULO H. M.**; MANTOVANI, D.; Nicolao, L.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.. Participação em banca de Francielle Frizzo. **How Unethical Brands Motivate Self-Interested Behavior of Consumers**, 2020. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
12. MANTOVANI, D.; Barros, L.S.G.; VIACAVA, Juan José Camou; **PRADO, PAULO H. M.**; KORELO, J. C.. Participação em banca de Rafael Demczuk. **Looking Up or Down on the Social Ladder: How Socioeconomic Comparison Influences Self and Other Prosocial Behavior**, 2020. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
13. **PRADO, PAULO H. M.**. Participação em banca de Simoni Fernanda Rohden. **Effects of Compensation and social class comparison among consumers in service recovery contexts**, 2019. (Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
14. **PRADO, P. H. M.**; KATO, Heitor Takashi; Alexandro, T.B.; Razzolini Filho, E.; MARCHETT, R. Z.. Participação em banca de Maiara Regina Kososki. **Redefining Brand Authenticity: A Multi Dimensional Hierarchical Structure Model from the Item Response Theory Perspective**, 2019. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

15. Costa, J.C.N.; TOALDO, A. M. M.; Alexandro, T.B.; **PRADO, PAULO H. M.**; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; DIDONET, S. R.; KATO, Heitor Takashi. Participação em banca de Juliana Conceição Noschang da Costa. **Capacidade Absortiva e Desempenho Organizacional: A Influência Mediadora das Capacidades de Marketing e dos Desempenhos Operacionais**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
16. MARCHETT, R. Z.; KATO, Heitor Takashi; TORTATO, U.; **PRADO, P. H. M.**; SILVA, A. L. L.. Participação em banca de Ana Carolina Baggio Fabricio. **Consumo Sustentável sob a Ótica da Teoria do Julgamento Social: Um Estudo Experimental**, 2018. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
17. Canuto, K.C.; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo; Labiak Jr, S.; **PRADO, PAULO H. M.**; Alvarez, V.M.P.; Musial, N.T.K.. Participação em banca de Kleber Caussi Canuto. **Fatores de Competitividade Municipal: Proposta de Modelo de Análise por Meio de Variáveis de Natureza Econômica, Social e Tecnológica**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
18. Horowitz, M.; Sampaio, C.H.; Espartel, L.B.; **PRADO, PAULO H. M.**. Participação em banca de Marcia Horowitz. **The Effect of Emotions on the Relationship between the Goal Pursuit mode of Processing and Choice Patterns**, 2018. (Administração e Negócios) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
19. **PRADO, P. H. M.**; SANTOS, C. P.; Brasil, V.S.; Sampaio, C.H.. Participação em banca de Ana Rita Catelan Callegaro. **Aprendizagem de Categorias: Como o Contexto da Decisão de Consumo Afeta a Aprendizagem de Atributos Horizontais e Verticais**, 2016. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
20. **PRADO, PAULO H. M.**; COSTA JUNIOR, N. C. A.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; MANTOVANI, D.; KORELO, J. C.. Participação em banca de Juan José Camou Vlacava. **Cliente Satisfeito sempre tem razão... em continuar cliente**, 2016. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
21. **PRADO, PAULO H. M.**; MANTOVANI, D.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; KATO, Heitor Takashi; Nicolao, L.; Medeiros, J.. Participação em banca de Juliana Medeiros. **Falso Diamante ou Vidro Brilhante? Autenticidade como Mediador do Relacionamento entre Congruência Entre Marca e Self e Intenção de Compra**, 2016. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
22. AGUIAR, F. H. O.; HERNANDEZ, José Mauro da Costa; HUERTAS, M. Z.; **PRADO, P. H. M.**; SPERS, E. E.. Participação em banca de Fernando Henrique Oliveira de Aguiar. **O Efeito da Memória sobre a Percepção de Atributos Ausentes**, 2016. (Administração) FUNDAÇÃO EDUCACIONAL INACIANA PADRE SABOIA DE MEDEIROS.
23. BAPTISTA, Paulo de Paula; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; Veiga, C.P.; KORELO, J. C.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Adriana Martins de Oliveira. **Relacionamento entre Consumidores de Produtos Falsificados e suas Marcas e o Efeito na Intenção de Recompra e Recomendação Boca-a-Boca**, 2015. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
24. SEMPEBON, E.; **PRADO, P. H. M.**; MANTOVANI, D.. Participação em banca de Elder Sempebon. **A influência do poder no relacionamento entre consumidor e marca**, 2014. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
25. STEINER NETO, Pedro José; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; Korelo, J.C.; MARCHETTI, R. Z.; ANDRADE, E. B.. Participação em banca de Fabio Pimenta de Pádua Júnior. **O significado de um sorriso: A influência das condições contextuais sobre o significado das expressões faciais na tomada de decisão sob incerteza**, 2014. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

26. CORSO, J. M.; SILVA, Wesley Vieira da; KATO, Heitor Takashi; GIMENEZ, F. A. P.; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; David, G.. Participação em banca de Juliana Cândido Custódio. **A Gestão do Relacionamento Superior: Uma Análise Comparativa de Empresas de Pequeno e Médio Portes do Brasil, da França e do Marrocos**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
27. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MANTOVANI, Danielle; MARCHETTI, R. Z.; HERNANDEZ, José Mauro da Costa; BAPTISTA, Paulo de Paula. Participação em banca de Fabiana Thiele Escuredo. **Mantendo o Autocontrole: I Impacto da Depleção do Ego e da Conservação de Recursos Autorregulatórios sobre o Comportamento do Consumidor**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
28. PRADO, P. H. M.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; MANTOVANI, Danielle; BAPTISTA, Paulo de Paula; Damacena, C.. Participação em banca de Martin de La Matinière Petroll. **Os Pop-up Ads estão entre nós: A Invasão desse Placement Televisivo e seus Efeitos sobre o Comportamento do Consumidor**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
29. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; ANDRADE, E. B.; BAPTISTA, Paulo de Paula; MANTOVANI, Danielle; Frega, J.R.. Participação em banca de José Carlos Korelo. **Transgressões do Consumidor em Relacionamentos com Marca e o Papel da Vergonha**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
30. HASTREITER, S.; MARCHETTI, Renato Zancan; AUGUSTO, P. O. M.; BAPTISTA, Paulo de Paula; PRADO, P. H. M.; AYROSA, E. A. T.. Participação em banca de Silvana Taschek Hastreiter. **Metas do CONsumidor em Shopping Center: Uma Análise da Estrutura Cognitiva e Motivacional com Base na Hierarquia de Metas**, 2012. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
31. LIMA, L. I.; STEINER NETO, Pedro José; SILVA, A. L. L.; PRADO, P. H. M.; KATO, Heitor Takashi; BAPTISTA, Paulo de Paula. Participação em banca de Lunie Imamura de Lima. **Relação entre Foco Regulatório e tipo de Premiação sobre a Percepção de Sacrifícios em Programas de Lealdade**, 2012. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
32. SANTOS, C. P.; Nique, W.M.; Rossi, C.A.V.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Clara Isabel Koetz. **A INFLUÊNCIA DO AFETO E DO GÊNERO DO CONSUMIDOR NO PROCESSAMENTO DAS INFORMAÇÕES DE QUALIDADE SINALIZADAS POR MEIO DA PROPAGANDA**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
33. FRANCISCO, Eliane; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, R. Z.; Rossi, C.A.V.; STEINER NETO, Pedro José; TOALDO, A. M. M.. Participação em banca de Eliane Cristine Francisco Maffezzolli. **Proposta de um Modelo de CBBE - Customer-Based Brand Equity**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
34. MANTOVANI, Danielle; PRADO, P. H. M.; STEINER NETO, Pedro José; MARCHETTI, Renato Zancan; SILVA, A. L. L.. Participação em banca de Danielle Mantovani Lucena da Silva. **Relação entre Atingimento de Meta e Autorregulação na Decisão de Compra de Produtos de Consumo**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
35. MARCHETTI, Renato Zancan; AUGUSTO, P. O. M.; BAPTISTA, Paulo de Paula; PRADO, P. H. M.; ROCHA, A. M. C.. Participação em banca de Janaina Martins Soares Hees. **Hierarquia de Metas na Compra de Alimentos: Contraste entre as Classes de Baixa Renda e Alta Renda através das Cadeias Meios-FIM (MEC)**, 2010. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
36. Silveira, T.; COSTA FILHO, B. A.; PRADO, P. H. M.; Rossi, C.A.V.. Participação em banca de Jorge Luiz Henrique. **Dos Valores Pessoais Às Fases da Lealdade do Consumidor**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
37. KOPITKE, Bruno Hartmut; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; BAPTISTA, Paulo de Paula; MUSSI, Luis. Participação em banca de Douglas Ricardo Zela. **Marketing**

Teoria e Prática: Um Estudo Exploratório, 2006. (Engenharia de Produção) Universidade Federal de Santa Catarina.

38. MAZZON, José Afonso; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; BAPTISTELLA FILHO, Humberto; HERNANDEZ, José Mauro da Costa. Participação em banca de Paulo de Paula Baptista. **Lealdade do Consumidor e seus Antecedentes: Um Estudo Aplicado aos Setor Varejista na Intrenet**, 2005. (Administração) Universidade de São Paulo.

Exame de qualificação de doutorado

1. Richarde, A.P.M.; **PRADO, PAULO H. M.**; Pinto, D.C.; Ferreira, J.B.; KORELO, J. C.. Participação em banca de Ana Paula Merenda Richarde. **NAIVE BELIEFS ABOUT RECOMMENDATION SYSTEMS INFLUENCE CONSUMER BEHAVIOUR**, 2023. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

2. ALVES, F. J. M. A.; **PRADO, Paulo**; KORELO, Jose Carlos; Lea, S.E.G.. Participação em banca de FELIPE JOSÉ MARROCO DO AMARAL ALVES. **PRESENT BIAS AND ONLINE CREDIT DECISIONS**, 2023. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

3. Sobreira, E. M. C.; MANTOVANI, D.; Pinto, D.C.; **PRADO, PAULO H. M.**. Participação em banca de ÉRICA MARIA CALÍOPE SOBREIRA. **WHEN QUIET SOUNDS LOUD: MINIMALISM, SOCIAL SIGNALING AND CONSUMER BEHAVIOR**, 2023. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

4. Schoessl, D.; KORELO, J. C.; VIACAVA, Juan José Camou; BAPTISTA, Paulo de Paula; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de DJONATA SCHIESSL. **DON'T LEAVE ME ALONE: ANTICIPATED ALONENESS REDUCES THE QUALITY OF CONSUMER'S SUBSEQUENT DECISIONS**, 2022. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

5. Rodrigues, D.G.; Monteiro, P.R.R.; Cristino, J.M.M.; **PRADO, P. H. M.**; Leite, R.S.. Participação em banca de Denise Gabriela Rodrigues. **THE EFFECT OF "SOURCE-OF-FUNDING ON PREFERENCE FOR MATERIALS GOODS OR EXPERIENTIAL PURCHASES INFLUENCED BY TYPE OF REGRET AVOIDANCE**, 2022. (Administração) Universidade Federal de Minas Gerais.

6. MANTOVANI, D.; Pinto, D.C.; **PRADO, PAULO H. M.**. Participação em banca de Cecília Souto Maior de Brito. **Buying Less and Buying Green: The Ecological Impact of Sustainable Behaviors**, 2020. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

7. **PRADO, P. H. M.**; MANTOVANI, D.; VIACAVA, Juan José Camou. Participação em banca de Franciele Cristina Manosso. **Let's talk about envy? A network analysis and a guide for future research**, 2020. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

8. KORELO, J. C.; **PRADO, P. H. M.**; SANTOS, C. P.; VIACAVA, Juan José Camou. Participação em banca de Helison Bertoli Alves Dias. **Value-conscious signaling: An Adaptive Consumption Strategy of Social Signaling**, 2020. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

9. MARCHETT, R. Z.; VIACAVA, Juan José Camou; **PRADO, PAULO H. M.**. Participação em banca de Mirian Lauriano Rodrigues Stábile. **Conflito de Metas de Consumo e Comportamento Sustentável**, 2019. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

10. **PRADO, PAULO H. M.**; MANTOVANI, D.. Participação em banca de Cecília Souto Maior de Brito. **Ideological Time Saving: Leisure and Working time status inferences**, 2019. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

11. **PRADO, PAULO H. M.**; Gonçalves, D.; KORELO, J. C.. Participação em banca de Graziela Perreto Rodrigues. **The Effect of Effort, Goal Atainability and Feedback on Engagement in Goal Pursuit**, 2019. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
12. Sampaio, C.H.; Espartel, L.B.; Nicolao, L.; **PRADO, PAULO H. M.**. Participação em banca de Maura Ferreira. **Undestanding the Effect of Scarsity on consumers' daily lives through its influence on consumer cognition, predictyins of the future and trade-off-related thoughts**, 2019. (Administração e Negócios) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
13. MARCHETT, R. Z.; KATO, Heitor Takashi; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Diogo Richartz Benke. **A Qualidade da Experiência de Estudantes no Ensino Superior**, 2018. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
14. Neitzke, A. C. A.; Cesar, A. M. R. V. C.; Costa, F.; **PRADO, PAULO H. M.**. Participação em banca de Ana Claudia Afra Nietzke. **As Sombras projetadas pelo autocontrole sobre a s decisões orçamentárias**, 2018. (Contabilidade) Universidade Federal do Paraná.
15. SILVA, DANIELLE MANTOVANI LUCENA DA; KORELO, J. C.; **PRADO, PAULO H. M.**; BREI, V.. Participação em banca de Angela Negrão Torres Gomes. **Incidental Positive Emotions, Risk Perception and Compliance to Warning Messages**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
16. DEMCZUK, R.; SILVA, DANIELLE MANTOVANI LUCENA DA; Pinto, D.C.; KORELO, J. C.; **PRADO, PAULO H. M.**. Participação em banca de Rafael Demczuk. **Looking at the Other Side: How Monetary Social Comparison Influences Self and Predicted Other Prosocial Behavior**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
17. **PRADO, P. H. M.**; SEMPEBON, E.; Nicolao, L.. Participação em banca de Nayara Pereira Duarte. **Perceived Eudaimonic Motives in Humanized Brands: Can Consumers Attribute Human Motives to Brands?**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
18. Kososki, M.; **PRADO, PAULO H. M.**; SEMPEBON, E.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.. Participação em banca de Maiara Regina Kososki. **Redefining Brand Authenticity: A Multidimensinal Hierarchical Structure**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
19. **PRADO, P. H. M.**; MANTOVANI, D.; Gonçalves, D.. Participação em banca de Graziela Perreto Rodrigues. **The MODerate Rule of teh Amount of Effort on the Relation between Feedback and Engagement**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
20. FRIZZO, F.; **PRADO, PAULO H. M.**; SILVA, DANIELLE MANTOVANI LUCENA DA; Pinto, D.C.; KORELO, J. C.. Participação em banca de Francielle Frizzo. **Vicarious Moral Consistency: The inluence of Brands' Immoral Behavior on Consumers' Moral Decisions**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
21. BAPTISTA, Paulo de Paula; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Juliana del Secchi. **Marcas (In)deléveis? Respostas Atitudinais dos Consumidores à Descontinuidade de Marcas**, 2016. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
22. **PRADO, P. H. M.**; MANTOVANI, D.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; KORELO, J. C.. Participação em banca de Juliana Medeiros. **O Papel doi Sentimento de Autenticidade do Indivíduo e das Ameaças na Intenção de Compra de Marcas Congruentes com o Self**, 2016. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
23. VIACAVA, Juan José Camou; **PRADO, P. H. M.**; KORELO, J. C.; COSTA JUNIOR, N. C. A.. Participação em banca de Juan José Camou Viacava. **Deixar mais Fácil ou mais Difícil? Efeitos da Fluência e Valências sobre as Avaliações, Autoconfiança e Intenção de Compra**, 2015. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

24. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MANTOVANI, Danielle; MARCHETTI, R. Z.. Participação em banca de Elder Semprebom. **A Influência do Ajuste Regulatório entre Consumidor e Marca na Avaliação de Extensão de Marca**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
25. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Participação em banca de Natália Araújo Pacheco. **Consequências da Percepção de Controle em Episódios de Insatisfação**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
26. **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MANTOVANI, Danielle; MARCHETTI, R. Z.. Participação em banca de Juan José Camou Vlacava. **Satis facere (Realizar Suficiente): A Satisfação sob novas perspectivas**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
27. Espinha, P.G.; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, R. Z.; MANTOVANI, Danielle. Participação em banca de Pedro Guena Espinha. **A Influência Social na Adoção de Metas de Consumo**, 2012. .
28. STEINER NETO, Pedro José; TOALDO, A. M. M.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Fábio Pimenta de Pádua Junior. **As Crenças sobre o Significado de Sorriso Durante Negociações e Decisões de Consumo**, 2012. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
29. PRADO, P. H. M.; STEINER NETO, Pedro José; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; BAPTISTA, Paulo de Paula. Participação em banca de Elder Semprebom. **Extensão de Marcas: Estudos e Perspectivas**, 2012. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
30. ROCHA, D. T.; SILVA, Wesley Vieira da; MACIEL, C. O.; ALMEIDA, Lauro Brito de; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Daniela Torres da Rocha. **Influência do Contexto Social e dos Vieses Cognitivos nos efeitos Disposição e Manada**, 2012. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
31. PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; MARCHETTI, Renato Zancan. Participação em banca de Fabiana Thiele Escudero. **A Conservação de Recursos e a Auto-Regulação do Consumidor e seu Impacto na Decisão de Compra de Bens de Consumo**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
32. PETROLL, M. L. M.; PRADO, P. H. M.; BRASEL, S. A.; MANTOVANI, Danielle. Participação em banca de Martin de la Matinière Petroll. **A Efetividade do Merchandising Televisivo na Atenção Visual e Atitudes Frente à Marca**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
33. STOLSES, M.; BAPTISTA, Paulo de Paula; MARCHETT, R. Z.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Miriam Stolses Mazo. **A Influência da Autoeficácia e do Locus de Controle no Relacionamento com Marcas**, 2011. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
34. CORSO, J. M.; GIMENEZ, F. A. P.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Juliana Cândido Custódio. **Controle Estratégico: Modelo de Análise dos Riscos da Estratégia de Relacionamento Superior em Pequenas Empresas**, 2011. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
35. PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; BAPTISTA, Paulo de Paula. Participação em banca de José Carlos Korelo. **O Papel do Framing no Construal Counteractive como Estratégia de Autocontrole no Contexto de Metas de Consumo**, 2011. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

36. STEINER NETO, Pedro José; TOALDO, A. M. M.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Paulo Daniel Batista de Souza. **A Influência dos Personagens Infantis sobre as Crianças de Cinco a Doze Anos na Escolha de Produto Alimentícios nos Supermercados de Curitiba - PR e o Reflexo no Comportamento de Compra da Família**, 2010. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
37. MARCHETTI, Renato Zancan; AUGUSTO, P. O. M.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Silvana Taschek Haistreiber. **Metas do Consumidor em Shopping Center Uma Análise das Associações da Cadeia Meios-Fim**, 2010. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
38. **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Mellina da Silva Terres. **Exame de Qualificação de Conteúdos**, 2009. (Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
39. AKEL SOBRINHO, Zaki; TOALDO, A. M. M.; PRADO, P. H. M.; STEINER NETO, Pedro José. Participação em banca de Élcio Eduardo de Paula Santana. **Antecedentes, Consequentes e Moderadores do Amor à Marca: Um estudo sobre torcedores-consumidores de times de futebol**, 2008. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
40. PEPECE, O.; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; URDAN, André Torres. Participação em banca de Olga Maria Coutinho Pépece. **Comportamento de Consumo Simbólico de Marcas como Objeto de Coleção**, 2008. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
41. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; AUGUSTO, P. O. M.; ROCHA, A. M. C.. Participação em banca de Janaina Martins Soares Hees. **Consumo Popular de Alimentos: Uma Análise dos seus Valores Através da Cadeia Meios-Fim**, 2008. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
42. Rossi, C.A.V.; Balbinotto Neto, G.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Clara Isabel Koetz. **Exame de Qualificação em Conteúdos Específicos**, 2008. (Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
43. VIEIRA, R.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Luiz Rodrigo Cunha Moura. **Teoria da Ação Racional, Teoria do Comportamento Planejado e Teoria da Tentativa: Dois Estudos Comparativos entre as três Teorias da Ação**, 2008. (Administração) Universidade Federal de Minas Gerais.
44. Rossi, C.A.V.; Silveira, T.; Nique, W.M.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Jorge Luiz Henrique. **De um Sistema de Valores às Fases da Lealdade**, 2007. (Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
45. KOPITKE, Bruno Hartmut; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan; BAPTISTA, Paulo de Paula; SANT'ANA, Ruy Fernando. Participação em banca de Douglas Ricardo Zela. **Marketing - Teoria e Prática: Um Estudo Exploratório**, 2006. (Engenharia de Produção) Universidade Federal de Santa Catarina.
46. PRADO, P. H. M.; MAZZON, José Afonso; HERNANDEZ, José Mauro da Costa. Participação em banca de Paulo de Paula Baptista. **Lealdade em Compras pela Internet**, 2005. (Administração) Universidade de São Paulo.

Exame de qualificação de mestrado

1. Kurzydowski, L.; **PRADO, P. H. M.**; Rodrigues, A.; KORELO, J. C.. Participação em banca de LETÍCIA KURZYDLOVSKI. **FRAGRÂNCIAS GENDERLESS: DO DESAFIO CONCEITUAL AO METODOLÓGICO**, 2022. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

2. Pereira, B.E.; SEMPEBON, E.; BAPTISTA, Paulo de Paula; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de BRUNO EDUARDO PEREIRA. **HIPOCRISIA DO CONSUMIDOR NO RELACIONAMENTO COM AS MARCAS**, 2022. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
3. Costa, I.T.; SEMPEBON, E.; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, ELIANE CRISTINE; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de IRIAN THAIS COSTA. **O EFEITO DA HIPOCRISIA NA REPUTAÇÃO, AUTENTICIDADE E DISPOSIÇÃO DE COMPRA DA MARCA**, 2020. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
4. KORELO, J. C.; Malagrino, F.A.F.; Lima, L.M.; **H.M. Prado, Paulo**. Participação em banca de Pedro Forti. **Valências, Tendências e Momentos: A Demanda por Futebol como um Espetáculo em Movimento**, 2020. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
5. MARCHETT, R. Z.; VIACAVA, Juan José Camou; **PRADO, PAULO H. M.** Participação em banca de Isabelle Louise Biff. **A Estrutura de Preferência do Consumidor Conectado: Um Estudo Comparativo de Sites de Fabricantes e Varejistas e do Papel do Risco Percebido na Compra Online**, 2019. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
6. MANTOVANI, D.; KORELO, J. C.; **PRADO, PAULO H. M.** Participação em banca de Ágatha Sabrina de Leão. **Social Perception and Behavior Evaluation about Sustainable Consumption Practices of High- and Low-Income Consumers**, 2019. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
7. KORELO, J. C.; MANTOVANI, D.; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Djonata Schiessl. **Understanding Consumer Web browsing Behavior: A Construal Level Perspective**, 2019. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
8. SEMPEBON, E.; FERNANDES, A. S.; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Flavia Dameto. **Estratégias de Marketing Social para Redução de Vieses Cognitivos na Prevenção de Gravidez na Adolescência**, 2018. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
9. KORELO, J. C.; SEMPEBON, E.; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Guilherme Camara Conter. **O Impacto do Formato de Conteúdo EWOM na Relação entre Valência e a Intenção de Compra**, 2018. .
10. KORELO, J. C.; PETROLL, M. L. M.; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Luísa Barwinski. **A Interação entre o Conteúdo em Mídias Sociais e a Identidade da Marca no Engajamento do Consumidor**, 2016. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
11. KORELO, Jose Carlos; **PRADO, P. H. M.**; Mayer, V.F.. Participação em banca de Nayara Pereira Duarte. **O efeito das Diferentes Unidades Monetárias de Apresentação de Preço e da Disfluência de Processamento na Tomada de Decisão do Consumidor**, 2016. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
12. MANTOVANI, D.; Pinto, D.C.; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Cecilia Souto Maior de Brito. **O Efeito do Self-Construal sobre a Relação entre o Posicionamento Green e a Percepção do Consumidor**, 2016. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
13. NOVA, A. C.; Korelo, J.C.; MANTOVANI, D.; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Alexandre Conte da Nova. **A Influência da Autenticidade de Marca na Relação entre Congruência de Imagem dos Consumidores e Marcas e a Autoconexão de marca dos consumidores**, 2015. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
14. DEMCZUK, R.; Korelo, J.C.; MANTOVANI, D.; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Rafael Demczuk. **Avaliação do Efeito de Shopping Momentum na Indisponibilidade do Produto em Compras Sequenciais Não Relacionadas**, 2015. (Administração) Universidade Federal do Paraná.

15. ANDRADE, L. M.; MANTOVANI, D.; **PRADO, P. H. M.**; BREI, V.. Participação em banca de Lucas Magalhães de Andrade. **O impacto da motivação atribuída à empresa em uma comunicação de responsabilidade social corporativa sobre o comportamento pró-social do consumidor**, 2015. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
16. FRIZZO, F.; Korelo, J.C.; SEMPEBON, E.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Francielle Frizzo. **O que Fortalece o nosso relacionamento? A Autenticidade de Marca como determinante na busca pelo reforço do self e na distância com a marca**, 2015. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
17. MANTOVANI, Danielle; BAPTISTA, Paulo de Paula; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Participação em banca de Fabio Henrique Silva Galvão. **Efeitos da Exposição ao Priming de Marca Esportiva nos Níveis de Propensão ao Risco em Decisões Subsequentes**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
18. MANTOVANI, Danielle; FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**. Participação em banca de Deborah Iuri Tazima. **O Efeito do Ajuste Regulatório e da Arte Visual na Avaliação do Consumidor**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
19. MANTOVANI, Danielle; **PRADO, PAULO HENRIQUE MULLER**; MARCHETTI, R. Z.. Participação em banca de Jenny Fernanda Ibarra González. **O Papel Moderador da Severidade da Transgressão na Relação entre Distância Social e Avaliação no Relacionamento**, 2013. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
20. PRADO, P. H. M.; MANTOVANI, Danielle; Pécora Jr., J.E.. Participação em banca de Ricardo Luvizotto Dória. **A Difusão de Informação em Rede Social Online: Influência Pessoal e Propagação**, 2012. (Administração) Universidade Federal do Paraná.
21. FRANCISCO-MAFFEZZOLLI, E. C.; MARCHETT, R. Z.; **PRADO, P. H. M.**. Participação em banca de Cristina Maria Aguiar Pastore. **A Influência do Stress na Atitude em Relação ao Anúncio e à Marca**, 2012. (Administração) Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

Outra

1. STEINER NETO, P.; PRADO, P. H. M.; MARCHETTI, Renato Zancan. Participação em banca de Roberto de Araújo Nascimento Cunha. **Fatores e Tipos de Abordagens que Influenciam o Processo Decisório de Compra Familiar em Curitiba**, 2003. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
2. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; PALMEIRA, Mirian. Participação em banca de Andréia Maura Frey de Lira. **O Comportamento do Consumidor na Escolha de Farmácias e Drogarias em Curitiba: Um Estudo dos Segmentos Sócio-Econômicos A, B e C**, 2003. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
3. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; STEINER NETO, P.. Participação em banca de Camilla Maria Zanin Gusso. **O Papel da Satisfação, da Confiança e do Comprometimento na Lealdade dos Compradores de Automóveis Novos em Curitiba**, 2003. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
4. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; STEINER NETO, P.. Participação em banca de Luciane Strano. **O Processo de Adoção de Inovações em Embalagens dos Produtos Alimentícios e Bebidas, por Consumidor de Curitiba**, 2003. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
5. PRADO, P. H. M.; SILVA, Clovis Machado da. Participação em banca de Alexandre Leite de Andrade Junior. **Responsabilidade Social - Pressões Competitivas Concorrenciais e Institucionais**, 2003. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.

6. SILVA, C. M.; PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Sérgio Ricardo Kaminski. **Valores, Benefícios e Atributos no Comportamento dos Consumidores de Música em Curitiba**, 2003. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
7. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Nelson Luiz Gomez. **A Satisfação do Usuário de Informação na Internet**, 2002. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
8. PRADO, P. H. M.; GOMIDE, Paula Inez Cunha; FREITAS, Maria de Fátima Quintal de. Participação em banca de Solange Lúcia Machado. **Avaliação do impacto sobre o adolescente de duas categorias de estímulos adotadas pelo Ministério da Saúde para o controle do tabagismo**, 2002. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Psicologia) Universidade Federal do Paraná.
9. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; STEINER NETO, P.. Participação em banca de Fernando Rafael Cunha. **Lealdade do Consumidor a Marcas Próprias nos Supermercados de Curitiba**, 2002. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
10. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; STEINER NETO, P.. Participação em banca de Marjorie Mattioli Kockanny. **Relacionamento e Fidelidade: Um Estudo em Companhias Aéreas Nacionais**, 2002. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
11. MARCHETTI, Renato Zancan; CASTOR, B. V. J.; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Alexandre Cabral da Azevedo. **A Adoção de Inovações Pelos Consumidores: O Caso do Comércio Eletrônico via Internet**, 1999. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
12. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Olga Maria Coutinho Pepece. **Comportamento de Consumo Simbólico: O Ato de dar Presentes como Prática de Comunicação Social**, 1999. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
13. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Suzie Terci. **Razões de Notoriedade de Marca: Um Estudo Exploratório**, 1999. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
14. SILVA, C. M.; SANTOS, J. A.; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Clésio Gontijo Amorin. **Ambiente e Redes Organizacionais no Setor de Turismo**, 1998. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
15. MARCHETTI, Renato Zancan; CUNHA, João Carlos da; **PRADO, P. H. M.** Participação em banca de Luciana Giles da Silva. **Fatores de Sucesso de Novos Produtos na Indústria Brasileira de Eletro-Eletrônicos**, 1998. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
16. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; PALMEIRA, Mirian. Participação em banca de Vicente Chiaramonte Pires. **Fatores Influenciadores na Escolha da Fonte de Informação na Compra de Automóveis Novos: A Importância da Comunicação Boca-a-Boca**, 1998. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.
17. TELMA, R. R.; PRADO, P. H. M.; BULGACOV, S.. Participação em banca de Raul Landamann. **O Impacto do TQM em Empresas de Pequeno Porte**, 1998. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.

18. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Paulo de Paula Baptista. **A Duração do Processo de Deliberação de Compra de Automóveis Novos em Curitiba e Região Metropolitana**, 1997. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.

19. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Suzana de Oliveira Malta. **Análise do Grau de Orientação para o Mercado em Instituições de Ensino de 1o e 2o Grau na Cidade de Curitiba**, 1997. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.

20. MARCHETTI, Renato Zancan; SILVA, C. M.; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Ana Paula Celso de Miranda. **Comportamento do Consumo Simbólico: Um Estudo dos Efeitos da Mensagem de Propaganda na Adoção de Moda**, 1997. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.

21. MARCHETTI, Renato Zancan; PRADO, P. H. M.; AKEL SOBRINHO, Zaki. Participação em banca de Silvana T. Hastreiter. **Satisfação do Consumidor em Shopping Centers de Curitiba**, 1997. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.

22. TELMA, R. R.; BULGACOV, S.; PRADO, P. H. M.. Participação em banca de Luiz Coviello Rossi. **Sistema de Planejamento e Controle Empresarial: Itaipu Binacional, um Estudo de Caso**, 1997. (Comitê de Dissertação de Mestrado Em Administração) Universidade Federal do Paraná.

Participação em banca de comissões julgadoras

Concurso público

1. **Comissão de Premiação da Melhor Tese de Doutorado defendida em 2010 - CAPES**, 2012. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

2. **Relator da Comissão Julgadora do Concurso Público para Professor Adjunto - Estratégia de Marketing e Comportamento do Consumidor**, 2009. Universidade Federal do Paraná.

3. **Relator da Comissão Julgadora do Concurso Público para Professor Adjunto - Pesquisa de Marketing e Comportamento do Consumidor**, 2009. Universidade Federal do Paraná.

4. **Membro da Banca do Concurso Público Para Professor Adjunto em Marketing**, 2008. .

5. **Membro da Comissão Julgadora do Concurso Público para Professor Adjunto**, 2005. Universidade Federal do Paraná.

6. **Membro da Comissão Julgadora para Professor Substituto**, 2003. Universidade Federal do Paraná.

7. **Membro de Comissão de Avaliação de Desempenho do Professor Adilson Antonio Volpi**, 2003. Universidade Federal do Paraná.

8. **Membro da Comissão Julgadora para Professor Assistente na área de Estatística, matéria de Probabilidade e Inferência Estatística**, 1998. Universidade Federal do Paraná.

9. **Membro da Comissão Julgadora para Professor Assistente no DAGA, para a matéria de Administração da Produção**, 1996. Universidade Federal do Paraná.

10. **Membro da Comissão Examinadora para o cargo de Administrador**, 1995. Universidade Federal do Paraná.

11. Membro da Comissão Julgadora para Professor Auxiliar no DAGA, para a Matéria de Transportes e Seguros, 1995. Universidade Federal do Paraná.

Outra

1. Membro da Comissão do Processo Seletivo para Ingresso de Aluno Estrangeiro, 2018. Universidade Federal do Paraná.

2. Membro da Comissão para Elaboração do Edital de Processo Seletivo para Pós-doutorado UFPR, 2018. Universidade Federal do Paraná.

3. Comissão de Análise da Criação do Programa PPGOLD, 2016. Universidade Federal do Paraná.

4. Comissão de Bolsas do PPGADM, 2016. Universidade Federal do Paraná.

5. Comissão de Bolsas PPGADM - UFPR, 2015. Universidade Federal do Paraná.

6. Membro da Comissão de Avaliação do Processo Seletivo para o PPGADM 2016, 2015. Universidade Federal do Paraná.

7. Avaliação de Currículo de Professor para transferência ao DAGA-UFPR, 2013. Universidade Federal do Paraná.

8. Membro da Comissão de Avaliação do Processo Seletivo de bolsas do PNPd-CAPES, 2013. Universidade Federal do Paraná.

9. Comissão de Avaliação da 2ª Etapa de Estágio Probatório - Prof. Sandro Aparecido Gonçalves, 2012. Universidade Federal do Paraná.

10. Comissão de Avaliação para redistribuição de professor efetivo, 2012. Universidade Federal do Paraná.

11. Comissão de Avaliação da 3ª Etapa do Estágio Probatório - Karina De Deo Roglio, 2012. Universidade Federal do Paraná.

12. Comissão para Avaliação de Documentos de candidatos a Progressão de 20h para 40h, 2012. Universidade Federal do Paraná.

13. Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Alexandra Alquezare Trevisan - Relação entre o tipo de Ajuste e a Dificuldade da Tarefa sobre Avaliações de Anúncios de Consumo, 2012. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

14. Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Cristina Maria de Aguiar Pastore - Influência do Stress na Atitude em Relação ao Anúncio e à Marca, 2012. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

15. Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Diogo Richardz Benke - Antecedentes e Consequências da Satisfação de Pais e Alunos na Transição do Ensino Fundamental para o Médio: Um Estudo em Colégios de Ensino Básico do Paraná, 2012. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

16. Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Larissa - O Consumidor como Terceiro: O Impacto de uma Transgressão Cometida pela Empresa contra outro Consumidor na Avaliação do Terceiro sobre a empresa, 2012. Universidade Federal do Paraná.

17. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Morgana do Amaral Alano - Relação entre o Processo de Escolha e Implementação no Comportamento de Compra de Produtos não Relacionados**, 2012. Universidade Federal do Paraná.
18. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Ricardo Luvizotto Dória - A Difusão de Informação em Rede Social Online: Influência Pessoal e Propagação**, 2012. Universidade Federal do Paraná.
19. **Comissão de 1ª Avaliação de Estágio Probatório - Luiz Daniel Haj Mussi**, 2011. Universidade Federal do Paraná.
20. **Comissão de 1ª etapa de Avaliação de Estágio Probatório - Natalia Rese**, 2011. Universidade Federal do Paraná.
21. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Andréa de Albuquerque de Lima - A Influência da Congruência entre Autoconceito e Personalidade da Marca na Qualidade do Relacionamento com Marca**, 2011. Universidade Federal do Paraná.
22. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Gabriela de Souza Neves - Comprar com Amigos pode ser uma Solução? A Influência da Interação Social no Processo de Adaptação Hedônica**, 2011. Universidade Federal de Santa Catarina.
23. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Juan Viacava - Meu cliente não aceita R\$ 1,00 a mais que na concorrência: Uma Análise da Influência dos Benefícios e Investimentos no Relacionamento**, 2011. Universidade Federal do Paraná.
24. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Lúcio Sanzi Aquino - Diferentes Estruturas de Categorias Mercadológicas e a Saturação no Consumo de Alimentos**, 2011. Universidade Federal de Santa Catarina.
25. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Nina Rosa Gerges - A Relação entre Autoconceito e Fatores de Acesso a Blogs de Moda**, 2011. Universidade Federal do Paraná.
26. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Susi D'Almeida Garret - A Influência da Raiva do Consumidor nos Relacionamentos com Marcas**, 2011. Universidade Federal do Paraná.
27. **Comissão de Avaliação de Estágio Probatório - Ana Maria Machado Toaldo**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
28. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Alexandra Alquezare Trevisan - A Autoconexão com as Marcas e o Impacto no Autoconceito**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
29. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Aurea Cristina Magalhães Niada - A Relação entre Metas Abstratas e Concretas de Consumo e a Formação de Autoconexão com Marcas**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
30. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Cátia Fabíola Parreira de Avelar - Personalidade e Propensão à Cirurgia Plástica Estética**, 2010. Universidade Federal de Minas Gerais.
31. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Cíntia Buarque de Souza Costa - A Influência do Desenho do Programa de Fidelidade nas Propensões de Adesão e de lealdade do Consumidor**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
32. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Dasiele Daiane Monteiro Martins**, 2010. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

33. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Edemilson Messias dos Santos - Proposta e TEste de um MOdelo Teórico dos Efeitos da CONfiança, Valor Percebido, Co-criação de Valor e Custos de Mudança sobre a Lealadde dos Clinetes de Serviços Automotivos**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
34. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Edemilson Messias dos Santos - Proposta e teste de um Modelo Teórico dos Efeitso da CONfiança, Valor Percebido, Co-criação de Valor e Custo de Mudança sobre a Lealdade dos Clientes de Serviços Automotivos**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
35. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Flávio José Buononato - Estratégia de Marketing: Etsudo de Caso sobre as Estratégias do COMposto de Marketing Implementadas pelo Programa Agricultura Orgânica da Itaipu Binacional na Bacia do Paraná 3**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
36. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Janaína Seguin Franzolin - Posicionamento de Marca: Formulação e Implementação de Estratégia em Instituições de Ensino Superior Privadas de Curitiba**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
37. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Lealdro José Scherer - Marketing de Relacionamento: Um Estudo da Percepção dos Consumidor em Relação às Estratégias de Marketing de Relacionamento das Operadoras de Telefonia Móvel na Região Oeste do Paraná**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
38. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Maria Isabel da Silva Teles - Mensuração do Customr-Based Brand Equity do Destino de Foz do Iguaçu**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
39. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Olegário Borges Junior - Efeitos das Comunidades de Marcas em Sltes de Redes Sociais sobre os Níveis de Engajamento da Marca no Autoconceito e Lealdade dos Consumidores**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
40. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Valdete Fiorese - Processo de Formulação da Estratégia de Marcas Próprias de Empresa do Setor Atacadista do Oeste do Paraná**, 2010. Universidade Federal do Paraná.
41. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Clara Márcia Ribeiro - A Estrutura dos Relacionamentos Interorganizacionais, as Ocorrências e Ruptura de Produtos e a Avaliação do Relacionamento do Fornecedor no Varejo Alimentício**, 2009. Universidade Federal do Paraná.
42. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Elder Semprebom - Impacto das Dimensões Experienciais na Qualidade do Relacionamento do Consumidor com suas Marcas**, 2009. Universidade Federal do Paraná.
43. **Membro da Banca Examinadora para Ingresso de Alunos Estrangeiros no Mestrado em Administração**, 2009. Universidade Federal do Paraná.
44. **Comissão para avaliação de Similaridades em Dissertações de Mestrado**, 2008. Universidade Federal do Paraná.
45. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Carlos Henrique Machado**, 2008. Universidade Federal do Paraná.
46. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Edna Aparecida Lopes Bezerra Katakura - Satisfação do Usuário com a Assistência Médica: Um Estudo na Região Norte do Paraná**, 2008. Universidade Federal do Paraná.

47. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Eliane Batista Mady - Evolução dos Conceitos e Práticas do Marketing de Relacionamento: Um Estudo de Caso no Varejo Farmacêutico de Curitiba**, 2008. Universidade Federal do Paraná.
48. **membro da Banca de Qualificação de Mestrado de José Carlos Korelo - Fatores de Influência na Adoção de Ferramentas Tecnológicas de ensino: Um Estudo junto a Professores**, 2008. Universidade Federal do Paraná.
49. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Josiane Petenaci de Araújo - Satisfação dos Usuários com Serviços Educacionais**, 2008. Universidade Federal do Paraná.
50. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Lindinalva Rocha de Souza ScandiuZZi Santana**, 2008. Universidade Federal do Paraná.
51. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Moacir Vicentin Rodrigues - Marketing Ambiental e sua Influência no Comportamento de Compra do Consumidor Organizacional**, 2008. Universidade Federal do Paraná.
52. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Rodrigo Luciano Hirt**, 2008. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
53. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Sandra Biégas - Q Qualidade do Relacionamento e a Lealdade no Comércio Eletrônico**, 2008. Universidade Federal do Paraná.
54. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Tatiani Sulva dos Santos - A Influência das Emoções e da Regulação Emocional na Avaliação e nas Respostas Pós-Consumo de usuários de telefonia Móvel**, 2008. Universidade Federal do Paraná.
55. **Membro do Comitê de Programa (Program Committee) da Latin America Association for Consumer Research Conference**, 2008. Association for Consumer Research.
56. **Membro do Comitê de Qualificação de Mestrado de Maria Fernanda Pirajá Souto - Consumidores e Suas Marcas: dimensões da qualidade do relacionamneto com as marcas a partir do modelo de fournier (1998)**, 2008. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
57. **Membro do Comitê de Qualificação de Mestrado de Sara Cordeiro Pavarini - Mobile Marketing: A influência das características pessoais do consumidor e dos atributos percebidos da inovação na adoção do serviço**, 2008. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
58. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Alexandre Pieski - Traços de Personalidade e Participação de Usuários em Comunidades de Software Livre**, 2007. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
59. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Ana Flávia Barbosa de Bello Rodrigues - Adoção de Inovações por CONsumidores Maduros Brasileiros**, 2007. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
60. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Ana Paula Cavallet - Autoconceito e Personlidade de Marca na Percepção de Consumo de Adolocentes**, 2007. .
61. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Eneida Ribeiro - Adoção da Inovação em Contexts B2B: Um Estudo Aplicado à Protótipo de Sistemas de Geo-Rastreabilidade**, 2007. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
62. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Flávio Freire Souza - A Preferência do Consumidr por Destinos Turísticos: A Emergência de Geobrand**s, 2007. Departamento de Administração Geral e Aplicada.

63. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Francisco Rocha dos Santos - O Valor do Cliente e as Práticas de Consumo**, 2007. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
64. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Luciane Stefanek - Valores, Benefícios e Atributos Percebidos pelos consumidores de Perfumes de Luxo**, 2007. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
65. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Camila Camargo - Planejamento Financeiro Pessoal e Decisões Financeiras Organizacionais**, 2006. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
66. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Danielle Mantovani da Silva - Processo de Escolha de Produto de Alta Tecnologia por Jovens em Curitiba**, 2006. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
67. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Ana Cláudia de Souza - Influência da Conectividade Interorganizacional sobre a Satisfação e Valor Percebidos em Relacionamentos entre Operadoras de Planos de Saúde e Prestadores de Serviço em Saúde**, 2006. .
68. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Arthur Leidens - PERcepções de Investimento no Relacionamento e suas Consequências**, 2005. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
69. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Cristina Peters Tetto - O Impacto do Envolvimento na Satisfação do Consumidor**, 2005. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
70. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Fabiana Thiele Escudero - Metas Pessoais, Benefícios e Atributos Percebidos pelos Consumidores de Automóveis**, 2005. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
71. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Leonardo Deboça - Reposicionamento Mercadológico no Setor Alimentício**, 2005. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
72. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Miriam Stolses Mazo- Antecedentes e Consequências da Satisfação do Consumidor em Supermercados On-line**, 2005. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
73. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de RAfael Guilherme Vandrey- O Gerenciamento de Projetos Sociais**, 2005. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
74. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Paulo Jesus Monçores - Marketing de Relacionamento Fornecedor-Cliente no Contexto B2B**, 2005. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
75. **Membro da Banca de Qualificação de Mestrado de Sylvio Kauffmann - Valor de Clientes: Um Estudo em um Grande Banco de Varejo**, 2005. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
76. **Membro da Comissão Eleitoral para eleição do Coordenador e Vice-coordenador do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Administração**, 2005. Universidade Federal do Paraná.
77. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Claudio Zancan- Uma Análise da Qualidade do Relacionamento: Um Estudo na cadeia de valor da maçã brasileira**, 2004. .

78. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Cris Betina Schlemer - Antecedentes e Consequências da Surpresa no Contexto de Marketing**, 2004. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
79. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Fábio Pimenta de Pádua - Percepção do Consumidor frente a Inovações em Produtos de Alta Tecnologia**, 2004. Departamento de Administração Geral e Aplicada.
80. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Karlan Muniz- Avaliação das Dimensões da Personalidade da Marca no Contexto Brasileiro e seus Influenciadores Sociodemográficos**, 2004. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
81. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Luciano Kravetz Ijaille - Os Programas de Fidelidade dos Supermercados e suas influências na Lealdade do Cliente**, 2004. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
82. **Membro a Banca de Qualificação de Mestrado de Simoni Crocetti Pereira- Cooperação em Serviços Pós-Venda: O caso do Aglomerado de Base Tecnológica da Região Metropolitana de Curitiba**, 2004. .
83. **A Transmissão Intergeneracional dos Estilos Parentais**, 2003. Universidade Federal do Paraná.
84. **Membro da Comissão Eleitoral para Chefe de Departamento e Coordenador de Curso do DAGA - UFPR**, 1997. Universidade Federal do Paraná.
85. **Uma Análise do Comportamento de Compra de Produtos Horti-Frutis**, 1996. Universidade Federal do Paraná.

Totais de produção

Produção bibliográfica

Artigos completos publicados em periódico.....	67
Artigos aceitos para publicação.....	1
Livros publicados.....	1
Capítulos de livros publicados.....	26
Jornais de Notícias.....	2
Revistas (Magazines).....	3
Trabalhos publicados em anais de eventos.....	106
Apresentações de trabalhos (Conferência ou palestra).....	3
Apresentações de trabalhos (Congresso).....	47
Outras produções bibliográficas.....	7

Produção técnica

Trabalhos técnicos (assessoria).....	99
Trabalhos técnicos (consultoria).....	48
Trabalhos técnicos (parecer).....	1
Trabalhos técnicos (relatório técnico).....	9
Curso de curta duração ministrado (extensão).....	2
Outra produção técnica.....	5

Orientações

Orientação concluída (dissertação de mestrado - co-orientador).....	2
Orientação concluída (dissertação de mestrado - orientador principal).....	36
Orientação concluída (tese de doutorado - orientador principal).....	16
Orientação concluída (monografia de conclusão de curso de aperfeiçoamento/especialização).....	73
Orientação concluída (iniciação científica).....	2
Orientação concluída (supervisão de pós-doutorado).....	1
Orientação em andamento (dissertação de mestrado - orientador principal).....	1
Orientação em andamento (tese de doutorado - orientador principal).....	3

Eventos

Participações em eventos (congresso).....	69
Participações em eventos (seminário).....	20
Participações em eventos (simpósio).....	1
Participações em eventos (encontro).....	9
Participações em eventos (outra).....	2
Organização de evento (congresso).....	7
Participação em banca de trabalhos de conclusão (mestrado).....	88
Participação em banca de trabalhos de conclusão (doutorado).....	38
Participação em banca de trabalhos de conclusão (exame de qualificação de doutorado).....	46
Participação em banca de trabalhos de conclusão (outra).....	22
Participação em banca de comissões julgadoras (concurso público).....	11
Participação em banca de comissões julgadoras (outra).....	85

Demais trabalhos relevantes

Demais trabalhos relevantes.....	5
----------------------------------	---