

“Projeto de Pesquisa em Reputação – Academia 2010”
Reputation Institute / www.reputationinstitute.com/rio2010

REGULAMENTO

1. PROJETO

1.1. O “Projeto de Pesquisa em Reputação – Academia 2010”, promovido pelo Reputation Institute, é uma premiação que tem como objetivo incentivar, junto ao meio acadêmico brasileiro, a produção de artigos sobre os temas de Reputação, Marca e Identidade para apresentação na 14ª Conferência Internacional sobre Reputação Corporativa, Marca, Identidade e Competitividade, que será realizada no Rio de Janeiro, Brasil, entre os dias 19 e 21 de maio de 2010, com o tema “*The Sustainability Imperative: A Strategic Role for Reputation Management*”.

1.2. Podem participar do projeto – concorrendo aos prêmios instituídos neste regulamento – brasileiros que estejam cursando mestrado ou doutorado, mestres e doutores. Não podem apresentar trabalhos para concorrer ao prêmio estudantes universitários de graduação ou de programas de pós-graduação *latu sensu*.

2. REGRAS PARA EXECUÇÃO DOS ARTIGOS

2.1. Os artigos devem ser redigidos em inglês, em fonte Arial tamanho 12, com espaçamento duplo e tamanho máximo de 30 (trinta) páginas.

2.2. A folha de rosto deve incluir nome, filiação institucional e contato do(s) autor(es), contendo telefones e e-mails.

2.3. Caso o trabalho seja assinado por mais de um autor, o autor principal deve ser indicado, pois a ele será entregue o prêmio. Caso não haja indicação clara de autoria principal, o prêmio será atribuído ao primeiro nome dentre os apresentados na lista.

2.4. O resumo (abstract) deve ter no máximo 100 palavras, esboçando o foco do artigo. Deve ser incluído também um resumo biográfico de cada autor (com no máximo 50 caracteres). Os trabalhos não serão avaliados pelo resumo, mas todos os trabalhos devem apresentá-lo.

2.5. Os trabalhos submetidos não devem ter características promocionais vinculadas a um produto ou serviço, assim como os autores devem assegurar que as referências a pessoas e/ou organizações não tenham caráter difamatório.

2.6. As citações devem ser sustentadas por referências. O Reputation Institute segue o sistema de referência Harvard, no qual os autores devem ser citados da seguinte forma no texto: “Silva (2005)”. No final do artigo, as referências devem ser ordenadas alfabeticamente, conforme o exemplo:

- McKenna, R. (1991) Relationship Marketing: Successful Strategies for the Age of the Customer. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Pine, J.B. II, Peppers, D. and Rogers, M. (1995) 'Do You Want to Keep Your Customers Forever?'. Harvard Business Review, March-April, pp.103-114.
- Stroud, D. (2005) 'Interactive Marketing for the Charmed Generation', Journal of Direct, Data & Digital Marketing Practice, (In Press).

2.7. As imagens utilizadas devem ter boa resolução (no mínimo 300 dpi), estando preferencialmente nos formatos JPEG, GIF ou TIFF.

2.8. Os autores devem assegurar que as imagens, figuras e tabelas:

- possam ser reproduzidas em escala de cinza
- sejam adequadas aos formatos Word, Excel ou PowerPoint
- tenham referência no texto e estejam numeradas consecutivamente
- possam ser compreendidas independentemente do texto
- tenham legendas ou notas de rodapé para descrição do conteúdo

3. SUBMISSÃO DE ARTIGOS

3.1. Os artigos completos, em inglês, devem ser enviados até o dia 30 de março de 2010 para o e-mail: conference2010@reputationinstitute.com.

3.2. Os brasileiros que desejarem submeter artigos para a 14ª Conferência Internacional sobre Reputação Corporativa, Marca, Identidade e Competitividade e que não se enquadrem nas categorias mencionadas no item 1.2 poderão inscrever-se para o *call for papers*. Nesse caso, os artigos inscritos não concorrem à premiação que é objeto deste regulamento. Para mais informações sobre o *call for papers*, acesse: www.reputationinstitute.com/rio2010.

4. APROVAÇÃO PELA COMISSÃO JULGADORA

4.1. Após a submissão dos artigos no site do Reputation Institute, a avaliação será feita por uma Comissão Julgadora formada por professores de universidades nacionais e internacionais, no formato *blind review*, no qual os avaliadores não têm conhecimento da autoria dos trabalhos a serem corrigidos.

4.2. As decisões tomadas pela comissão julgadora são soberanas. Quaisquer dúvidas serão discutidas e examinadas pelo Reputation Institute Brasil.

4.3. Os autores dos três melhores artigos serão contatados pelo Reputation Institute. A ordem de colocação dos artigos premiados será divulgada apenas na cerimônia de premiação, durante a realização da 14ª Conferência Internacional de Reputação Corporativa, Marca, Identidade e Competitividade.

4.3. O resultado será divulgado no site do Reputation Institute e por e-mail para os autores dos artigos selecionados.

5. PREMIAÇÃO E APRESENTAÇÃO DOS ARTIGOS

5.1. Os prêmios para os três melhores trabalhos serão de: R\$ 8.000,00 para o 1º lugar; R\$ 5.000,00 para o 2º lugar; e R\$ 3.000,00 para o 3º lugar.

5.2. Os autores principais dos três trabalhos premiados terão os custos de inscrição, as passagens aéreas em classe turística e a hospedagem (em hotel escolhido pela Comissão Organizadora) pagos pelo Reputation Institute. A apresentação do artigo será feita em uma *Poster Session*. Informações complementares sobre a apresentação serão disponibilizadas posteriormente, após a seleção dos artigos aprovados.

5.3. Os autores dos demais artigos selecionados, que não foram premiados, poderão apresentar os trabalhos na conferência, em uma *Poster Session*, de acordo com a avaliação da Comissão Julgadora. O Reputation Institute não se responsabiliza pelos custos de inscrição, viagem e hospedagem desses autores, que devem efetuar a inscrição para o evento por meio do site www.reputationinstitute.com/rio2010.

5.4. Os autores dos trabalhos inscritos no Projeto Academia, selecionados ou não para apresentação na *Poster Session*, terão o benefício de manutenção dos valores originais das inscrições, conforme o site www.reputationinstitute.com/rio2010, caso sejam efetuadas até o dia 15 de abril de 2010.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1. Ao se inscreverem no “Projeto de Pesquisa em Reputação – Academia 2010”, os autores concordam com a utilização gratuita de seu nome, voz, imagem e artigo inscrito para divulgação em qualquer meio de comunicação, sejam eles nacionais ou internacionais, em língua portuguesa ou em outros idiomas, na forma impressa ou eletrônica.

6.2. O Reputation Institute tem o direito de publicar integralmente ou em parte todos os trabalhos inscritos, tendo sido premiados ou não, em quaisquer veículos de comunicação.

6.3. No ato da inscrição, fica entendido que os participantes conhecem o presente regulamento, manifestando sua expressa e incondicional concordância.

6.4. O Reputation Institute se reserva ao direito de avaliar e resolver de maneira que lhe for conveniente quaisquer fatos inesperados relacionados aos processos de submissão, avaliação, julgamento e premiação dos artigos recebidos.

6.5. Casos omissos serão analisados pelo Reputation Institute Brasil.