

EDITORIAL

outubro/dezembro 2007

Com o número 4 do volume 12, concluímos as edições do ano de 2007. Cumprimos um período de 12 anos colaborando com a discussão de temas relacionados às estratégias e à gestão das organizações. Essa trajetória nem sempre foi linear, muito menos previsível. Ela reflete o empenho do Programa de Pós-Graduação em Administração, do corpo editorial e dos autores em colocar à disposição da comunidade acadêmica uma série de estudos teóricos e empíricos que fomentam a reflexão sobre a produção científica nas áreas de marketing, empreendedorismo, gestão universitária, finanças e negócios internacionais.

Portanto, avançamos. Percorremos um período de transformações na área de Administração, Correntes internas e externas impulsionaram mudanças de sistemas de pensamento e de paradigmas que vigoraram durante décadas nos espaços intelectuais das universidades.

Incentivando abordagens inovadoras e reflexões críticas, a Revista de Negócios tem contribuído para que sejam divulgadas as novas tendências da área de gestão das organizações, para que novos talentos possam emergir e para que os estudantes e pesquisadores tenham oportunidade de compartilhar os resultados de suas pesquisas.

Manifestamos nossos agradecimentos a todos os autores que enviaram seus trabalhos para a Revista. Agradecemos também aos avaliadores, revisores de língua portuguesa e línguas estrangeiras, que se dedicaram à seleção dos artigos e a edição da Revista durante todos esses anos.

Nesta edição, apresentamos sete artigos que trazem o fruto das pesquisas e reflexões de autores de universidades brasileiras.

Juliano Lissoni, Alexandre Marino Costa, Gilberto de Oliveira Moritz e Maurício Fernandes Pereira comparam o processo de formulação de estratégias empresariais à execução do Jazz, considerando que ambos evoluem a partir da improvisação e da experimentação.

Sandra Maria dos Santos, Francisco de Assis Soares, Carlos Alberto Correia Lima Junior e José Nelson Barbosa apresentam as conclusões de um estudo sobre o papel da Controladoria no apoio às estratégias competitivas de uma empresa brasileira de telefonia móvel.

Alexandre Marino Costa, Domingo Cericato e Pedro Antônio de Melo abordam o empreendedorismo como uma ferramenta de transformação corporativa capaz de gerar inovações e novos negócios dentro da organização.

Glauber de Castro e Otávio Ribeiro de Medeiros analisam comportamento e a eficiência do mercado acionário brasileiro mediante eventos favoráveis e desfavoráveis.

Aléssio Bessa Sarquis e Ana Akemi Ikeda abordam as práticas do posicionamento de marca em agências de comunicação do Estado de Santa Catarina.

Francisco José da Costa e Alexandre Araújo Cavalcante analisam os hábitos de consumo; a imagem de produto, de marca e as intenções comportamentais do consumidor de cerveja.

Edmilson Lima descreve a formação e a evolução da visão compartilhada das equipes de direção de seis Pequenas e Médias Empresas (PME) brasileiras e canadenses.

No final, gostaríamos de agradecer novamente aos autores que contribuíram para a realização desta edição. Boa leitura a todos.

Mohamed Amal
Editor