



## APRESENTAÇÃO

Este número da RAM – *Revista de Administração Mackenzie* –, representa e consubstancia o esforço de produzi-la de forma quadrimestral neste ano de 2005. A quantidade de artigos submetidos tem crescido substancialmente, o que permite a certeza de que a decisão de torná-la trimestral em 2006 se revela, na prática, como efetiva. O objetivo maior que esta editoria se propõe a empreender a partir de agora é o de publicar a revista dentro de períodos de tempo que sustentem a sua participação no SCIELO.

Por outro lado, representa a segunda experiência em produzi-la de forma eletrônica. Ressalte-se que a partir de maio do próximo ano, a RAM apresentará mais uma mudança, agora na sua sistemática de submissão, acompanhamento, controle e informação tanto para o autor do artigo submetido quanto para os seus avaliadores. Conforme anunciado na Apresentação do volume dois do ano de 2005, a partir de agora a submissão de artigos pelos autores será também realizada de forma eletrônica. Assim como o comprovante de envio e acompanhamento do processo de avaliação. Da mesma maneira, o parecerista receberá o artigo e devolverá o conseqüente formulário de análise. Os autores deverão acessar a revista pelo link: [news.mackenzie.com.br/revista](http://news.mackenzie.com.br/revista)

Além do formato eletrônico, a revista será produzida para efeito de trocas pela biblioteca e apresentações em eventos, como congressos e semelhantes, no formato CD-ROM.

Vale ressaltar que a transformação da revista em eletrônica não sofre variação de pontuação no sistema Qualis.

Em razão dessas mudanças, insistimos em que o autor ou autores procurem no final deste número as regras e normas de submissão adequadas ao novo sistema de produção da RAM.

Este número trata de assuntos relativos à governança corporativa e cultura das organizações em que é apresentado o caso de uma empresa Junior da UFMG. Apresenta também trabalho no âmbito da universidade corporativa e valores organizacionais e o comprometimento afetivo. A questão do comércio eletrônico e a sua relação com a estrutura organizacional é discutida com o foco

na indústria automotiva brasileira. Finalmente, a área de marketing conta com trabalho sobre marketing vivencial, no caso de eventos musicais em *shopping*, e gestão de informações e a satisfação dos usuários.

**MOISES ARI ZILBER**

Copyright of *Revista de Administração Mackenzie* is the property of Universidade Presbiteriana Mackenzie, RAM-Revista de Administracao Mackenzie and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.