

Walter Meucci Nique

⇒ Formation

- 1982 : Docteur d'Etat ès Sciences de Gestion. Ecole Supérieure des Affaires – ESA Université Pierre Mendès France Grenoble, UPMF, França.
- 1975 : Master en Administration d'entreprise - Universidad de Chile, UC, Chile.
- 1974 : Licence en en Administration d'entreprise Instituto Educacional São Judas Tadeu, IESJ, Rio Grande do Sul, Brasil.

⇒ Domaine de Recherche

- Marketing
- Comportement du consommateur
- Marketing international
- Négociation internationale

⇒ Principales publications et communications récentes

Articles publiés

- AÑAÑA, Edar da Silva; NIQUE, Walter Meucci. A professional category positioning: The role of personal values and their influence on consumer perceptions. Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management. London: Jul 2007. Vol. 14, Iss. 4; p. 289 (8 pages)
- JUCHEN, Dionise Magna ; NIQUE, W. M. ; TOMASI, Abel Elias . Dificuldades Encontradas pelas Empresas da Microregião de Passo Fundo para realizarem um processo de exportação. FACEF pesquisa, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 31-50, 2006.
- KNY, Marcio A ; NIQUE, W. M. . Impacto de aromas ambientais sobre o comportamento do consumidor no varejo. Varejo Competitivo, v. 11, 2006.
- LIBERALI, Guilherme; GRUCA, Thomas S; NIQUE, W. M.. The effect od consumer preference dynamics on the optimal price and quality for durable goods. Ssrn Social Science Research Network, 2005.
- NIQUE, W. M. ; FLORIANI, Dinorá . Negociação comercial internacional - a ética à luz da cultura nacional: o caso dos executivos italianos e brasileiros. Revista Alcance, Itajaí, v. 10, n. 2, p. 285-301, 2004.
- FLORIANI, Dinorá ; NIQUE, W. M. . Negociação Comercial Internacional: A ética à luz da cultura nacional - o caso dos executivos italianos e brasileiros. Revista Alcance, Itajaí / SC, v. 10, n. 2, p. 285-318, 2003.
- FREIRE, Karine de Mello ; NIQUE, W. M. . A Preferência dos Consumidores de Vinhos Tintos Determinada por Testes Cegos de Degustação. READ - Revista Eletrônica da Administração (UFRGS), v. 8, p. 1-20, 2002.
- TERUCHKIN, S. U. ; NIQUE, W. M. . As relações de poder intra-Mercosul. Revista de Administração (USP), São Paulo, v. 36, n. 3, p. 86-94, 2001.
- NIQUE, W. M. ; VIEIRA, Berenice Lagranha Do Amaral . Comércio eletrônico via Internet: entendendo a rede como um canal de compra. São Judas Em Revista, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 32-50, 2000.
- NIQUE, W. M. ; VIEIRA, Berenice Lagranha Do Amaral . Comércio Eletrônico Via Internet: entendendo a rece como canal de compra. São Judas Em Revista, v. 1, n. 1, p. 32-50, 2000.
- BORGES JR, A. ; NIQUE, W. M. . A formação de cestas de produtos por associações de compras geradas pelo consumidor: uma abordagem inicial. Revista de Administração (USP), São Paulb, v. 33, p. 72-80, 1998.
- NIQUE, W. M. ; WAISENFILS, J. . Estrutura e Dinamica da Expansao do Mercado de Bens de Consumo Duraveis 1980-1982. DOCUMENTOS DE ESTUDO DO PPGA, 1983.
- NIQUE, W. M. . Aspectos Relevantes do Perfil dos Alunos Inscritos No Vestibular da Fates. REVISTA SIGNOS, LAGEADO, 1983.

- NIQUE, W. M. . Perfil Economico do Município de Lageado. SIGNOS, 1983.
- NIQUE, W. M. . O Mercado Porto-Alegrense de Bens de Consumo Duráveis. DOCUMENTOS DE ESTUDOS DO PPGA/UFRGS, 1983.

Chapitres Dans Ouvrages

- DICKSON, P. ; NIQUE, W. M. . Pesquisa de Marketing e Sistemas de Informação. In: Czinkota, Michael R.. (Org.). Marketing: As melhores Práticas. Porto Alegre: Artmed Editora Ltda, 2001, v. 1, p. -.
- KNY, Márcio André ; NIQUE, Walter Meucci . Impacto de aromas ambientais sobre o comportamento do consumidor no varejo. In: Claudio Felisoni de Angelo; José Augusto Giesbrecht da Silveira. (Org.). Varejo Competitivo. 1 ed. São Paulo: Saint-Paul, 2006, v. 11, p. 97-125.

Communications

- AÑAÑA, Eder da Silva; NIQUE, Walter Meucci. Segmentation and perception: the use of artificial neural networks in relating segments to consumer perception. In: EUROPEAN MARKETING ACADEMY CONFERENCE - EMAC, 2007, Reykjavik. 36th EMAC Conference. 2007.
- Danilo C.; CAPELLI, Sonia; NIQUE, Walter Meucci; FORNERINO, Marianela. Le système de Valeurs: un filtre pour percevoir La personnalité d'une marque ? In : IASK INTERNATIONAL CONFERENCE GLOBAL MANAGEMENT 2007, Faro. 2007.
- NIQUE, Walter Meucci; TERUCHKIN, Sônia Unikowsky. As estratégias internacionais das vinícolas do Brasil e do Uruguai: estudos de casos. In: IV Colloque IFBAE - Institut Franco-Brésilien d'Administration des Entreprises, 2007, Porto Alegre. Colloque IFBAE 2007, 2007.
- NIQUE, Walter Meucci; FERNANDES, Danie ; GONÇALVES, Dilney. Price Bundling and Consumer Decision: A Test of the Transaction Decoupling Theory. Ballas, Madrid, 2006.
- NIQUE, Walter Meucci; LENGLER, Jorge Francisco Bertinetti; OLIVEIRA, Fladimir de; International Commercial Negotiation: a comparison between Brazilian and Foreign tobacco dealers, Ballas, Madrid , 2005.
- NIQUE, Walter Meucci; BARCELLOS, Marcia Dutra de; New Consumer Approach: Understanding Emotions and Involvement in Beef Consumption. In: IAMA International Food & Agribusiness Management Conference, 2005, Chicago, Illinois, USA, 2005.
- ALMEIDA, Stefânia Ordoús; NIQUE, Walter Meucci. Customer Delight: An Attempt To Comprehend the Dimensions that Compose the Construct and Its Behavioral Consequences. In: AMA WINTER MARKETING EDUCATOR'S CONFERENCE, 2005, San Antonio. Proceedings 2005 AMA Winter Marketing Educator's Conference. 2005.
- NIQUE, W. M.; FREIRE, Karine de Mello. O Papel do Envolvimento com o Produto e do Comprometimento com a Marca em Diferentes Fases da Lealdade de Clientes. In: XXIX Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Administração, 2005, Brasília. Anais do XXIX Encontro Nacional da ANPAD - ENANPAD, 2005.
- NIQUE, W. M.; CARLI, Lúcio De; GASTALDELLO, Alexandre Turra; HÜTTEN, Fabiana; L'influence des Valeurs Personnelles des Cadres Brésiliens et Argentins au sein des Négociations Commerciales. In: III Colloque IFBAE, 2005, Grenoble. Colloque IFBAE 2005, 2005.
- NIQUE, W. M.; JUCHEM, Dionise; TOMASI, Abel Elias. Difficultés rencontrées par les entreprises de la microrégion de Passo Fundo pour réaliser une démarche d'exportation. In: III Colloque IFBAE, 2005, Grenoble. Colloque IFBAE 2005, 2005.
- NIQUE, W. M.; ESPINOZA, Francine da Silveira; SOUZA, Renata Ferraz. Le Rôle de la Convergence des Buts et de la Pertinence du But dans la Formation des Emotions, de l'Attitude et de l'Intention d'Achat des Consommateurs. In: XXI Congrès International de l'Association Française de Marketing, 2005, Nancy. XXI Congrès International de l'Association Française de Marketing, 2005.
- NIQUE, W. M. ; ESPINOZA, Francine da Silveira . The Role of Goal Congruence and Goal Relevance on the Formation of Consumer Emotions, Attitude and Purchase Intention. In: 7th European ACR Conference, 2005, Göteborg. 7th European ACR Conference, 2005.

- NIQUE, W. M.; GARRIDO, I. L.; BARIN-CRUZ, Luciano; WOLFF, P. R.. Estratégias de Internacionalização da Calçados Azaléia S.A.: O caso da entrada no mercado Europeu.. In: 3º Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas IFBAE 2005, 2005, Grenoble - França. 3º Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas IFBAE 2005, 2005.
- LIBERALI, Guilherme ; GRUCA, Thomas S ; NIQUE, W. M. The Effect of Consumer Preference Dynamics on the Optimal Price and Quality for Durable Goods. In: MARKETING DYNAMICS CONFERENCE 2005, Dartmouth. 2nd Annual Marketing Dynamics Conference at UC Davis, CA, 2005.
- ORDOVÁSALMEIDA, Stefânia; NIQUE, Walter Meucci. Customer Delight: Development and Validation of a Measurement Scale. In: EUROPEAN MARKETING ACADEMY CONFERENCE - EMAC, 2004, Murcia. 33rd EMAC Conference. 2004.
- NIQUE, Walter Meucci; ESPINOZA, Francine da Silveira. Customer experience in the virtual world: evaluating the consequences of the flow state in online environments. In: EUROPEAN MARKETING ACADEMY CONFERENCE - EMAC, 2004, 2004, Murcia. 33rd EMAC Conference. 2004.
- ALMEIDA, Stefânia Ordovás; NIQUE, Walter Meucci. Encantamento do Cliente: Compreendendo o Conceito e Validando o Constructo. In: XXVIII ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - ENANPAD, 2004, Curitiba. Anais do XXVIII Encontro Nacional da ANPAD - ENANPAD. 2004.
- NIQUE, Walter Meucci; ESPINOZA, Francine da Silveira. O Impacto de Experiências Emocionais na Atitude e Intenção de Compra do Consumidor: o Papel da Relevância e da Congruência com os Objetivos Pessoais. In: XXVIII ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - ENANPAD, 2004, Curitiba. Anais do XXVIII Encontro Nacional da ANPAD - ENANPAD. 2004.
- LOBATO, Alessandra; BORGES, Adilson; NIQUE, Walter Meucci. Avaliação da Aplicabilidade da Escala Consumption Emotions Set para Mensuração de Emoções em Experiências de Consumo na Cidade de Porto Alegre. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 2003, 2003, Atibaia, SP. 2003.
- ESPINOZA, Francine da Silveira; NIQUE, Walter Meucci. Experiências Emocionais em Situações de Consumo de Produtos: Evidências e Proposições de Pesquisa. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 2003, 2003, Atibaia, SP. 2003.
- HOFFMANN, Jonas André; ROERICH, Gilles; NIQUE, Walter Meucci. Le Materialisme du Consommateur, l'Estime de Soi, le Bien-être et le Capital Culturel: un Etude dans le Contexte Brésilien. In: 19EME CONGRES INTERNATIONAL - ASSOCIATION FRANCAISE DE MARKETING, 2003, GAMMARTH. 2003.
- LIMA, Marjori Rosa Souto; NIQUE, Walter Meucci. As Dimensões da Satisfação do Consumidor no Ambiente Virtual: Uma Avaliação no Varejo. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 2002, 2002, Salvador, BA. 2002.
- KRAFT, Sibila Ester Do Rocio Helvik; NIQUE, Walter Meucci. Desvendando o Consumidor Através das Metáforas: Uma Aplicação da Zaltman Metaphor Elicitation Technique - ZMET. In: ENCONTRO ANNUAL DA ANPAD, 2002, 2002, Salvador, BA. 2002.
- NIQUE, Walter Meucci; MACHADO, Marcelo André. Fatores Organizacionais Associados na Utilização e Programas de Apoio à Exportação: Um Estudo Sobre o PROEX no RS. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 2002, 2002, Salvador, BA. 2002.
- AMARAL, Berenice Vieira Lagranha Do; NIQUE, Walter Meucci. E-Commerce: atributos determinantes na utilização da internet como canal de compra. In: XXIV ENANPAD, 2000, Foz do Iguaçu. Anais. Foz do Iguaçu: Anpad, 2000.
- PANOSSO, Carls Alfredo; NIQUE, Walter Meucci. Negociação comercial internacional: um comparativo entre negociadores brasileiros e argentinos. In: XXIV ENANPAD, 2000, Foz do Iguaçu. Anais. Foz do Iguaçu: Anpad, 2000.
- BORGES JUNIOR, Adilson Adão; NIQUE, Walter Meucci. A formação de cestas de produtos por associações de compra geradas pelo consumidor: uma abordagem inicial. In: XXIII ENANPAD, 1999, Foz do Iguaçu. Anais. Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999.
- NIQUE, Walter Meucci; VIEIRA, Berenice Lagranha Do Amaral. Comércio eletrônico via internet: entendendo a internet como canal de compra. In: XXIII ENANPAD, 1999, Foz do Iguaçu. Anais. Foz do Iguaçu: Anpad, 1999.

⇒ **Autres activités de recherche**

- Professeur à l'**Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS**
- Membre de la **Sociedade Brasileira de Pesquisa de Mercado - SBPM**