

PLANEJAMENTO DE MARKETING COSMOÉTICO (PLANEJAMENTOLOGIA)

I. Conformática

Definologia. O *planejamento de marketing cosmoético* é o ato ou efeito de planejar ou preparar antecipada e estrategicamente o conjunto de ações necessárias para atingir os objetivos mercadológicos institucionais, elaborado com foco na Paradireitologia, extrapolando as *leis intra-físicas*.

Tematologia. Tema central homeostático.

Etimologia. O vocábulo *plano* vem do idioma Latim, *planus*, “plano; igual; chão; raso; nivelado”. Apareceu no Século XIV. O sufixo *mento* procede também do idioma Latim, *mentu*, formador de substantivos derivados de verbos. A palavra *planejamento* surgiu no Século XX. O termo do idioma Inglês, *marketing*, provém de *market*, e este do idioma Latim, *mercatus*, “negócio; mercado”. Apareceu em 1920. O termo *cosmos* deriva do idioma Grego, *kósmos*, “ordem; organização; mundo; universo”. Surgiu em 1563. O elemento de composição *cosmo* vem do mesmo idioma Grego, *kósmos*. Apareceu, no idioma Português, no Século XIX. O vocábulo *ética* procede do idioma Latim, *ethica*, “Ética; Moral natural; parte da Filosofia que estuda a Moral”, e este do idioma Grego, *éthikós*. Surgiu no Século XV.

Sinonimologia: 1. Planejamento estratégico mercadológico cosmoético. 2. Planificação de *marketing cosmoético*.

Cognatologia. Eis, na ordem alfabética, 9 cognatos derivados do vocábulo *marketing*: *demarketing*; *e-marketing*; *endomarketing*; *macromarketing*; *marqueteira*; *marqueteiro*; *micro-marketing*; *telemarketing*; *webmarketing*.

Neologia. As 4 expressões compostas *planejamento de marketing cosmoético*, *planejamento de marketing cosmoético aquisitivo*, *planejamento de marketing cosmoético executivo* e *planejamento de marketing cosmoético distributivo* são neologismos técnicos da Planejamentoologia.

Antonimologia: 1. Planejamento de *marketing*. 2. Planejamento estratégico mercadológico. 3. Planificação de *marketing*.

Estrangeirismologia: o planejamento de *marketing cosmoético*; o *agribusiness*; o *share of mind*; o *benchmarking*; o *brainstorming*; o *call center*; o *design*; o *franchising*; a *mailing list*; o *press release*; o *recall*; a *trademark*.

Atributologia: predomínio das faculdades mentais, notadamente do autodiscernimento quanto ao detalhismo teático evolutivo.

Megapensenologia. Eis megapensene trivocabular sintetizando o tema: – *Marketing cosmoético: autodiscernimento*.

Coloquiologia. Eis 7 expressões populares de contraposição ao planejamento de *marketing cosmoético*: *é assim mesmo*, *não tem jeito*, *não*; *não é comigo*; *deixa rolar*; *vamos ver como é que fica*; *vamos ver no que vai dar*; *todo mundo faz igual*; *no fim dá certo*.

II. Fatuística

Pensenologia: o holopensesne pessoal da Planejamentoologia; os autopensenes; a autopen-senidade; os cosmopensesnes; a cosmopensenidade; os demopensesnes; a demopensenidade; os doxopensesnes; a doxopensenidade; os genopensesnes; a genopensenidade; os grafo-pensesnes; a grafo-pensenidade; os hiperpensesnes; a hiperpensenidade; os homopensesnes; a homopensenidade; os inter-pensesnes; a inter-pensenidade; os logopensesnes; a logopensenidade; os maxipensesnes; a maxipensenidade; os megapensesnes; a megapensenidade; os mnemopensesnes; a mnemopensenidade; os neopensesnes; a neopensenidade; os ortopensesnes; a ortopensenidade; o respeito ao holopensesne grupal.

Fatologia: o planejamento do retorno equilibrado sobre o investimento; o estímulo ao investimento sustentável; a Cosmoética aplicada nos diferentes níveis de planejamento; a exequibilidade do planejamento cosmoético de *marketing* desde o Planeta inteiro até subdivisões ao modo de continentes, nações, estados, cidades, bairros e ruas; o planejamento cosmoético de *marketing* aplicado a ideias, produtos tangíveis, produtos intangíveis, instituições e pessoas.

Parafatologia: a autovivência do estado vibracional (EV) profilático; a sinalética energética e parapsíquica pessoal; a ajuda dos amparadores extrafísicos na formação da equipe de trabalho; o amparo de função para cada caso de *marketing* específico; as sincronidades promovidas por amparadores; o Paradireito; a Paradiplomacia.

III. Detalhismo

Sinergismologia: o *sinergismo Planejamento-Cosmoética-Mentalsomatologia*.

Principiologia: o *princípio da autocrítica cosmoética*; o *princípio da imortalidade da consciência*; o *princípio da afinidade*.

Codigologia: o *código pessoal de Cosmoética (CPC)*; o *código grupal de Cosmoética (CGC)*.

Teoriologia: as *teorias do planejamento*; as *teorias de marketing*; as *teorias da Metodologia Científica*; as *teorias de pesquisa mercadológica*.

Tecnologia: as *técnicas de planejamento de marketing*; a *técnica do detalhismo*; a *técnica da autorganização consciencial*.

Voluntariologia: o *voluntariado conscienciológico multidimensional*.

Laboratoriologia: o *laboratório conscienciológico do estado vibracional*; o *laboratório conscienciológico da autorganização*; o *laboratório conscienciológico da Cosmoeticologia*; o *laboratório conscienciológico da Pensenologia*; o *laboratório conscienciológico da Mentalsomatologia*; o *laboratório conscienciológico da Proexologia*; o *laboratório conscienciológico da Parageneticologia*; o *laboratório conscienciológico da grupalidade*.

Colegiologia: o *Colégio Invisível dos Proexólogos*; o *Colégio Invisível dos Despertos*; o *Colégio Invisível dos Evoluciólogos*.

Efeitologia: o *efeito dos hábitos saudáveis sobre as rotinas úteis*; o *efeito ansiogênico gerado pelas propagandas modernas*; o *efeito cascata (marginal) do hiperconsumismo*; os *efeitos ambientais do consumismo*; os *efeitos ilusórios da vida humana*; os *efeitos do planejamento da vida para evitar o pânico*; os *efeitos evolutivos da fraternidade vivida*.

Neossinapsologia: as *neossinapses formadas a partir do raciocínio lógico*.

Ciclogia: o *ciclo de planejamento de marketing cosmoético*; o *ciclo de formação da equipe especializada*; o *ciclo de construção da empatia com o cliente*; o *ciclo redação-revisão-aprovação do plano*; o *ciclo de implementação do plano*; o *ciclo de vida do produto*; o *ciclo produto desconhecido-marketing eficaz-produto posicionado-produto conhecido*.

Enumerologia: o *raciocínio cosmoético*; o *raciocínio fraterno*; o *raciocínio mercadológico*; o *raciocínio vendedor*; o *raciocínio publicitário*; o *raciocínio financeiro*; o *raciocínio manufatureiro*. O *detalhismo cosmoético*; o *equilíbrio cosmoético*; a *administração cosmoética*; a *diplomacia cosmoética*; o *planejamento cosmoético*; a *futuridade cosmoética*; o *mercado cosmoético*.

Binomiologia: o *binômio plano de marketing cosmoético-megatrafor aplicado*; o *binômio planejamento de marketing cosmoético-planejamento da proéxis*; o *binômio planificação de marketing cosmoético-sustentabilidade planetária*; o *binômio sucesso empresarial-sucesso cosmoético*; o *binômio habilidades quantitativas-habilidades qualitativas*; o *binômio (dupla) planejador tenepessista-planejador cosmoético*; o *binômio Cosmoética-Paradireito*.

Interaciologia: a *interação homeostática detalhismo-cosmovisão*; a *interação homeostática entre disciplinas*; a *interação harmoniosa entre equipes*; a *interação prazo restrito-exatidão de informações*; a *interação teoria-prática*; a *interação resultado intrafísico-resultado extra-*

físico; a interação cosmoeticidade–interassistencialidade–amparo extrafísico; a interação análise egocármica–análise grupocármica; a interação multidimensional.

Crescendologia: *o crescendo evolutivo plano de marketing–plano de marketing cosmoético; o crescendo ausência de informação–saturação informacional; o crescendo prejuízo–ponto de equilíbrio–lucro; o crescendo viabilidade empresarial–viabilidade empresarial cosmoética.*

Trinomiologia: *o trinômio (trio) conscin planejadora–dupla evolutiva–grupo cármico; o trinômio (trio) conscin planejadora–equipe intrafísica–equipe extrafísica; o trinômio conscin planejadora–instituição–mercado.*

Polinomiologia: *o polinômio página em branco–redação–revisão–aprovação do plano; o polinômio implementação–controle–revisão–replanejamento; o polinômio (modelo dos 4 pés) produto–ponto–promoção–preço; o polinômio (análise de equilíbrio) pontos fortes–pontos fracos–oportunidades–ameaças; o polinômio planejador–instituição–Governo Federal–Estado Mundial.*

Antagonismologia: *o antagonismo sonho / realidade; o antagonismo planejamento / improvisação; o antagonismo plano / ação; o antagonismo ação / inação; o antagonismo teoria / prática; o antagonismo falta de informação / excesso de informação; o antagonismo desejos e necessidades do consumidor / viabilidade empresarial; o antagonismo lucro / prejuízo; o antagonismo resultados de curto prazo / resultados de longo prazo; o antagonismo cosmoética / avareza.*

Paradoxologia: *o paradoxo de o planejamento de marketing poder ser cosmoético ao favorecer o investidor.*

Politicologia: *a democracia; a tecnocracia; a meritocracia; a cosmoeticocracia; a assistenciocracia; a discernimentocracia; a evolucioocracia.*

Legislogia: *as leis regulamentadoras da Constituição Federal; as leis do Código de Defesa do Consumidor; as leis do Código Civil; as leis internacionais; as leis ambientais; a lei da solidariedade cosmoética evolutiva; a lei do maior esforço pesquisístico.*

Filiologia: *a discernimentofilia; a evoluciofilia; a raciocionofilia; a neofilia; a experimentofilia; a conscienciofilia; a autopesquisofilia; a logicofilia; a mentalsomatofilia.*

Fobiologia: *a cosmoeticofobia; a raciocinofobia; a neofobia; a experimentofobia; a autopesquisofobia; a debatofobia; a logicofobia; a mentalsomatofobia.*

Sindromologia: *a síndrome do ansiosismo; a síndrome da pressa; a síndrome da insegurança; a síndrome da pré-derrota; a síndrome da distorção da realidade; a síndrome da procrastinação; a síndrome do perfeccionismo; a síndrome de burnout.*

Maniologia: *a doxomania; a tecnomania; a internetmania; a abulomania; a riscomania; a fracassomania; a oneomania; a tiranomania; a egomania; a acribomania; a megalomania.*

Mitologia: *o mito do fatalismo; o mito da predestinação; o mito de o planejamento ser restrito à cúpula institucional; o mito do planejamento distante da realidade; o mito de o planejamento ser gasto de tempo; o mito de o planejamento ser caro; o mito de o planejamento não dar certo.*

Holotecologia: *a mentalsomatoteca; a evolucioteca; a sociologicoteca; a comunicoteca; a administroteca; a cosmoeticoteca; a convivioteca; a juridicoteca; a pesquisoteca; a politicoteca.*

Interdisciplinologia: *a Planejamentoologia; a Mercadologia; a Cosmoeticologia; a Paradiireitologia; a Megatraforologia; a Equilibriologia; a Anticosmoeticologia; a Retribuiciologia; a Interassistenciologia; a Conviviologia; a Sociologia; a Psicologia; a Antropologia; a Filosofia.*

IV. Perfilologia

Elencologia: *a conscin lúcida; a isca humana lúcida; o ser desperto; o ser interassistencial; a conscin enciclopedista.*

Masculinologia: *o acoplamentista; o agente retrocognitor; o amparador intrafísico; o atacadista consciencial; o autodecisor; o intermissivista; o cognopolita; o compassageiro evolutivo; o completista; o comunicólogo; o conscienciólogo; o conscienciômetra; o conscienciotera-*

peuta; o macrossômata; o conviviólogo; o duplista; o duplólogo; o proexista; o proexólogo; o reeducador; o epicon lúcido; o escritor; o evoluciente; o exemplarista; o intelectual; o reciclante existencial; o inversor existencial; o maxidissidente ideológico; o tenepessista; o ofiexista; o parapercepciólogista; o pesquisador; o projetor consciente; o sistemata; o tertuliano; o verbetólogo; o voluntário; o tocador de obra; o homem de ação; o planejador.

Femininologia: a acoplamentista; a agente retrocognitora; a amparadora intrafísica; a atacadista consciencial; a autodecisora; a intermissivista; a cognopolita; a compassageira evolutiva; a completista; a comunicóloga; a consciencióloga; a conscienciômetra; a consciencioterapeuta; a macrossômata; a convivióloga; a duplista; a duplóloga; a proexista; a proexóloga; a reeducadora; a epicon lúcida; a escritora; a evoluciente; a exemplarista; a intelectual; a reciclante existencial; a inversora existencial; a maxidissidente ideológica; a tenepessista; a ofiexista; a parapercepciólogista; a pesquisadora; a projetora consciente; a sistemata; a tertuliana; a verbetóloga; a voluntária; a tocadora de obra; a mulher de ação; a planejadora.

Hominologia: o *Homo sapiens microplanus*; o *Homo sapiens megagestor*; o *Homo sapiens universalis*; o *Homo sapiens interassistentialis*; o *Homo sapiens cosmovisiologus*; o *Homo sapiens autocriticus*; o *Homo sapiens ethicus*; o *Homo sapiens cosmoethicus*.

V. Argumentologia

Exemplologia: planejamento de *marketing* cosmoético *quisitivo* = aquele objetivando a utilização da infraestrutura mais completa para alcançar a meta evolutiva; planejamento de *marketing* cosmoético *executivo* = aquele objetivando a implementação do plano de ação da forma mais completa e sadia; planejamento de *marketing* cosmoético *distributivo* = aquele objetivando o resultado do plano de ação beneficiando o maior número possível de consciências.

Culturologia: a *cultura do planejamento*; a *cultura do planejamento de marketing cosmoético*; a *cultura da Autexperimentologia*; a *cultura da Cosmoeticologia*; a *cultura do imediatismo*; a *cultura da indiferença*; a *cultura da impunidade*.

Taxologia. Eis, a título de exemplo, 12 categorias de planejamento de *marketing*, com 4 exemplos respectivos, passíveis de implementação cosmoética, listadas em ordem alfabética segundo classificação de produto:

01. **Bens industriais:** equipamentos; frutas; minérios; serviços especializados.
02. **Bens intangíveis (serviços):** escolas; hotéis; hospitais; linhas aéreas.
03. **Bens tangíveis duráveis:** automóveis; eletrodomésticos; móveis; roupas.
04. **Bens tangíveis não duráveis:** alimentos; bebidas; cosméticos; medicamentos.
05. **Eventos:** congressos; feiras; megaeventos; shows.
06. **Experiências:** planetários; parques nacionais; parques temáticos; restaurantes temáticos.
07. **Ideias:** causas; partidos políticos; responsabilidade social; sustentabilidade.
08. **Informações:** avaliação de risco de crédito; certificação digital; informação cadastral; notas fiscais eletrônicas.
09. **Lugares:** bairros; cidades; estados; países.
10. **Organizações:** imagens corporativas; organizações sem fins lucrativos; sindicatos.
11. **Pessoas:** artistas; atletas; políticos; profissionais.
12. **Propriedades:** ações; imóveis; investimentos financeiros; obras de arte.

Procedimentologia. Sob a ótica da *Teaticologia*, eis, em ordem alfabética, 9 ações compondo a metodologia de elaboração de plano de *marketing* cosmoético:

1. **Considerar:** *marketing* e planejamento de *marketing* enquanto ferramentas neutras. O planejador é o responsável pela aplicação e pelos resultados.

2. **Desenvolver:** empatia com o cliente desde o início, incentivando a equipe a colocar-se no lugar do consumidor visando maior qualidade de vida.

3. **Diferenciar:** sonho (abstração, visão de futuro, ideia-foco, pensamento), de planejamento (processo de raciocínio, força ao pensamento, pensenização), de plano (dados e fatos, comunicação do raciocínio, documento) e de ação (concretização, transformação).

4. **Escolher:** produto ou serviço a ser planejado com critérios cosmoéticos (procedimento sob a responsabilidade dos diretores da organização).

5. **Formar:** equipe de trabalho com base em procedimentos de liderança cosmoética (integridade, competência, mérito, convivialidade, lucidez e discernimento).

7. **Levantar:** informações com bases científicas para conhecer o cliente e o mercado a partir de dados e fatos para aumentar a segurança do empreendimento e, também, do consumidor.

8. **Pensar:** de maneira cosmoética nos 3 níveis principais de planejamento de *marketing* (estratégico, tático e operacional).

9. **Redigir:** plano transparente com prazos realistas, segundo modelo comprovado de raciocínio de *marketing* para gerar confiabilidade visando unir as pessoas no alcance de objetivos.

VI. Acabativa

Remissologia. Pelos critérios da *Mentalsomatologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 15 verbetes da *Enciclopédia da Conscienciologia*, e respectivas especialidades e temas centrais, evidenciando relação estreita com o planejamento de *marketing* cosmoético, indicados para a expansão das abordagens detalhistas, mais exaustivas, dos pesquisadores, mulheres e homens interessados:

01. **Central Extrafísica da Fraternidade:** Cosmovisiologia; Homeostático.
02. **Código pessoal de Cosmoética:** Cosmoeticologia; Homeostático.
03. **Conduta cosmoética:** Conviviologia; Homeostático.
04. **Consciência cosmoética:** Holomaturologia; Homeostático.
05. **Cosmoconsciência:** Comunicologia; Homeostático.
06. **Interassistencialidade:** Assistenciologia; Homeostático.
07. **Maxiplanejamento invexológico:** Invexologia; Homeostático.
08. **Medo:** Subcerebrologia; Nosográfico.
09. **Olhar de fraternidade:** Interassistenciologia; Homeostático.
10. **Planejamento milimétrico:** Autoproexologia; Homeostático.
11. **Poder da fraternidade:** Harmoniologia; Homeostático.
12. **Princípio do exemplarismo pessoal:** Cosmoeticologia; Homeostático.
13. **Senso universalista:** Cosmoeticologia; Homeostático.
14. **Síndrome do hiperconsumismo:** Parapatologia; Nosográfico.
15. **Vácuo cosmoético:** Cosmoeticologia; Nosográfico.

O PLANEJAMENTO DE MARKETING COSMOÉTICO, FERRAMENTA AUTEVOLUTIVA E INTERASSISTENCIAL, É CAPAZ DE PROMOVER RETORNOS EQUILIBRADOS PRÓ-PAZ ENTRE CONSCIÊNCIAS, INSTITUIÇÕES E / OU NAÇÕES.

Questionologia. Você, leitor ou leitora, considera viável fazer o planejamento de *marketing* sendo cosmoético? Admite aplicar tal estratégia na vida pessoal ou profissional visando a re-educação consciencial?

Bibliografia Específica:

01. **Ambrosio**, Vicente; *Plano de Marketing: Um Roteiro para a Ação*; XIV + 232 p.; 3 partes; 9 seções; 25 subseções; caps.; 1 *E-mail*; 785 enus.; 52 estrangeirismos; 8 fluxogramas; 1 foto; 3 gráfs.; 5 ilus.; 41 siglas; 92 tabs.; 41 *websites*; 2 notas; 43 infográficos.; 276 refs.; 1 apênd.; alf.; 24 x 17 cm; br.; 2ª Ed.; *Pearson Education do Brasil*; São Paulo, SP; 2012; páginas 3 a 18, 23 a 26, 33 a 42 e 45 a 50.
02. **Kotler**, Philip; & **Keller**, Kevin Lane; *Administração de Marketing (Marketing Management)*; revisores Edson Crescitelli; & Iná Futino Barreto; trad. Sônia Midori Yamamoto; XXVI + 766 p.; 6 partes; 22 caps.; 102 diagramas; 1 *E-mail*; 963 enus.; 8 fórmulas; 118 fotos; 95 tabs.; 2 *websites*; glos. 289 termos; 1.598 refs.; alf.; 28 x 21 x 3 cm; br.; 14ª Ed.; *Pearson Education do Brasil*; São Paulo, SP; 2012; páginas 1 a 33 e 35 a 67.
03. **Kotler**, Philip; **Jatusripitak**, Samkid; & **Maesincee**, Suvit; *O Marketing das Nações: Uma Abordagem Estratégica (The Marketing of Nations: A Strategic Approach to Building National Wealth)*; trad. Bazán Tecnologia e Lingüística; 416 p.; 4 partes; 18 caps.; 28 tabs.; 309 refs.; 26 x 16,5 x 3,5 cm; br.; *Editora Futura*; São Paulo, SP; 1997; páginas 15 a 40.
04. **Pereira**, Jayme; *Princípios do Estado Mundial Cosmoético*; colaboração Dulce Daou; et al.; pref. Rosemary Salles; revisores Equipe de Revisores da Editares; 306 p.; 3 seções; 25 caps.; 8 citações; 21 *E-mails*; 142 enus; 58 estrangeirismos; 1 foto; 1 microbiografia; 1 tab.; 20 *websites*; posf.; glos. 84 termos; 107 refs.; 9 webgrafias; 1 anexo; alf.; geo.; ono.; 23 x 16 cm; br; *Associação Internacional Editares*; Foz do Iguaçu, PR; 2013; páginas 141 a 149, 151 a 159 e 161 a 169.
05. **Rabaça**, Carlos Alberto; & **Barbosa**, Gustavo Guimarães; *Dicionário de Comunicação*; 820 p.; 1 *E-mail*; 11 fluxogramas; 122 fotos; glos 5.985 termos; 18 gráfs.; 107 ilus.; 1 organograma; 1 *website*; 372 refs.; 24,5 x 17 x 4,5 cm; br.; 2ª Ed. rev. e atual.; *Editora Campus*; Rio de Janeiro, RJ; 2002; páginas 261, 488 e 768.
06. **Vieira**, Waldo; *Conscienciograma: Técnica de Avaliação da Consciência Integral*; revisor Alexander Steiner; 344 p.; 150 abrevs.; 106 assuntos das folhas de avaliação; 3 *E-mails*; 11 enus.; 100 folhas de avaliação; 1 foto; 1 microbiografia; 100 qualidades da consciência; 2.000 questionamentos; 100 títulos das folhas de avaliação; 1 *website*; glos. 282 termos; 7 refs.; alf.; 21 x 14 cm; br.; *Instituto Internacional de Projeciologia*; Rio de Janeiro, RJ; 1996; páginas 68, 72, 82, 114, 116, 132, 154, 164, 166, 180, 184, 190, 196, 198, 200, 202, 204, 206, 208, 210, 212, 220, 224, 226, 232 e 234
07. **Idem**; *Dicionário de Argumentos da Conscienciologia*; revisores Equipe de Revisores do Holociclo; 1.572 p.; 1 *blog*; 21 *E-mails*; 551 enus.; 1 esquema da evolução consciencial; 18 fotos; glos. 650 termos; 19 *websites*; alf.; 28,5 x 21,5 x 7 cm; enc.; *Associação Internacional Editares*; Foz do Iguaçu, PR; 2014; páginas 174, 227, 309, 539 e 933.
08. **Idem**; *Homo sapiens pacificus*; revisores Equipe de Revisores do Holociclo; 1.584 p.; 24 seções; 413 caps.; 403 abrevs.; 38 *E-mails*; 434 enus.; 484 estrangeirismos; 1 foto; 37 ilus.; 168 megapensenes trivocabulares; 1 microbiografia; 36 tabs.; 15 *websites*; glos. 241 termos; 25 pinacografias; 103 musicografias; 240 sinopses; 240 filmes; 9.625 refs.; alf.; geo.; ono.; 29 x 21,5 x 7 cm; enc.; 3ª Ed. Gratuita; *Associação Internacional do Centro de Altos Estudos da Conscienciologia (CEAEC)*; & *Associação Internacional Editares*; Foz do Iguaçu, PR; 2007; páginas 179 a 180 e 647 a 653.
09. **Idem**; *Homo sapiens reurbanisatus*; revisores Equipe de Revisores do Holociclo; 1.584 p.; 24 seções; 479 caps.; 139 abrevs.; 12 *E-mails*; 597 enus.; 413 estrangeirismos; 1 foto; 40 ilus.; 1 microbiografia; 25 tabs.; 4 *websites*; glos. 241 termos; 3 infográficos; 102 filmes; 7.665 refs.; alf.; geo.; ono.; 29 x 21 x 7 cm; enc.; 3ª Ed. Gratuita; *Associação Internacional do Centro de Altos Estudos da Conscienciologia (CEAEC)*; Foz do Iguaçu, PR; 2004; páginas 1.018 a 1.063.
10. **Idem**; *Manual da Tenepes: Tarefa Energética Pessoal*; revisor Alexander Steiner; 142 p.; 34 caps.; 147 abrevs.; 1 *E-mail*; 52 enus.; 1 foto; 1 microbiografia; 1 tab.; 1 teste; glos. 282 termos; 5 refs.; alf.; 21 x 14 cm; br.; *Instituto Internacional de Projeciologia*; Rio de Janeiro, RJ; 1995; páginas 28 e 42.
11. **Idem**; *700 Experimentos da Conscienciologia*; 1.058 p.; 40 seções; 100 subseções; 700 caps.; 147 abrevs.; 1 cronologia; 100 datas; 1 *E-mail*; 600 enus.; 272 estrangeirismos; 2 tabs.; 300 testes; glos. 280 termos; 5.116 refs.; alf.; geo.; ono.; 28,5 x 21,5 x 7 cm; enc.; *Instituto Internacional de Projeciologia*; Rio de Janeiro, RJ; 1994; páginas 368 a 380.

V. A.