

Relatório de Follow-up: Avaliação Institucional (Processo n.º AINST/16/00111)

Em 19 de junho de 2018, o Conselho de Administração (CA) da Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior (A3ES), com base no Relatório da Comissão de Avaliação Externa (CAE) nomeada para o efeito, decidiu conceder a acreditação institucional ao IPAM – Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa (IPAM-Lisboa), subordinando-a ao cumprimento das seguintes condições:

1. A cumprir de imediato:

- 1.1. Formalizar a estratégia de investigação;
- 1.2. Formalizar e implementar a avaliação do desempenho do corpo docente.

2. A cumprir no prazo de 1 ano:

- 2.1. Adequar os Estatutos ao RJIES, visando a correta constituição e funcionamento dos órgãos de gestão;
- 2.2. Consolidar o Sistema Interno de Garantia da Qualidade;
- 2.3. Apresentar os primeiros resultados da estratégia de investigação desenvolvida;
- 2.4. Apresentar resultados da avaliação do desempenho do corpo docente.

3. A cumprir no prazo de 3 anos:

- 3.1. Cumprir o rácio de especialistas no corpo docente.

Neste sentido, e tendo a instituição cumprido os requisitos enunciados no ponto 1. e 2. – demonstrado no Relatório de *Follow-Up* entregue em 2019, o que lhe valeu a prorrogação da acreditação até ao presente momento – cumpre à ENSILIS, Educação e Formação, Unipessoal, Lda., entidade instituidora do IPAM-Lisboa, demonstrar no presente documento que se encontram já cumpridas as condições de acreditação a 3 anos, bem como juntar evidências que demonstram o contínuo investimento no aprofundamento do Sistema Interno de Garantia da Qualidade; no incremento da investigação do corpo docente; e na implementação de medidas de valorização do corpo docente, que resultam da sua avaliação de desempenho. Assim:

1. Publicação dos Estatutos do IPAM-Lisboa em Diário da República, adequados ao RJIES

Conforme se fez referência no Relatório entregue em 2019, os novos Estatutos da IPAM-Lisboa – que visam responder aos requisitos fixados no ato de acreditação, bem como proceder a um conjunto de alterações que visam preparar a instituição para os novos desafios que a legislação em vigor veio colocar às instituições de ensino superior – foram enviados para aprovação do Senhor Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior a 19/06/2019.

Cumpra-nos agora informar que a 21/05/2021 foi recebido um ofício da Secretaria-Geral da Educação e Ciência (com a referência OF-CC/39/2021/DSAJ, constando evidência no anexo A), que sugere ligeiras alterações à proposta inicialmente remetida pela ENSILIS, Educação e Formação, Unipessoal, Lda., entidade instituidora do IPAM-Lisboa. Em nosso entender, as propostas que nos foram endereçadas são pertinentes, pelo que serão incorporadas no processo de revisão dos Estatutos que já se encontra em marcha, de modo a que este processo possa ficar concluído a breve trecho.

2. Consolidação do Sistema Interno de Garantia da Qualidade

Os dois últimos anos foram utilizados na melhoria contínua do Sistema Interno de Garantia da Qualidade, o Quality4IPAMLx. Salientam-se as seguintes ações:

- Portal Quality4IPAMLx detém agora link direto para: 1) regulamentos em vigor; 2) planos de estudos em vigor; e 3) modelos e *templates*, conforme se pode comprovar no anexo B. Estas ações, que implicaram a construção de mecanismos informáticos que possibilitem a atualização permanente de informação e a autenticidade dos

documentos disponibilizados, vieram melhorar os fluxos de gestão documental e a disponibilização de informação mais fiável aos *stakeholders* internos;

- Portal do Docente tem agora duas novas funcionalidades, ligadas à formação dos docentes na vertente pedagógica e à utilização de tecnologias digitais no processo de ensino/aprendizagem: *Learn2Teach*; *Experiential Learning Hyflex*. As evidências encontram-se no anexo C. Estas ferramentas suportaram a formação do corpo docente no início do confinamento, mas são hoje essenciais no desenvolvimento pedagógico dos nossos professores, que permitiram à instituição manter os níveis de satisfação dos seus estudantes com o processo de ensino/aprendizagem que a instituição tem apresentado nos últimos anos;

- Construção do novo Portal do Estudante (cuja evidência consta no anexo D), que permite aceder de uma forma personalizada, a informação relativa à vida académica, bem como um conjunto de novas funcionalidades, das quais se destacam:

- Acesso aos horários e calendário académico;
- Efetuar pagamentos de uma forma rápida e imediata e aceder aos respetivos recibos de pagamento;
- Efetuar pedidos à Secretaria do Estudante através da área "Pedidos";
- Aceder ao Infopoint, um separador que agrega num só lugar esclarecimentos e procedimentos relevantes para o dia a dia dos nossos estudantes;
- Informação atualizadas sobre eventos, notícias e acesso a todos os comunicados e comunicações enviados aos estudantes.

Em termos de grandes áreas, o portal está organizado em:

- O Meu Curso: Acesso ao horário, calendário académico, percurso académico e pedidos para a Secretaria;
- Área Financeira: Valores a pagamento e recibos;
- Vida Académica: Notícias, Eventos e Comunicações;
- Internacional: International Office, Mobilidade *Outgoing* e Mobilidade *Incoming*;
- Talentos & Carreira: Estágios, Gabinete Empregabilidade;
- Biblioteca: acesso aos recursos da biblioteca;
- Campus: Localização dos campus, horário de serviços e #Be Safe (Covid-19);
- Info Point: Repositório de informação, regulamentos e procedimentos para os estudantes;
- My email: acesso à conta Office.

- Foram revistos um conjunto de regulamentos e, conseqüentemente, os processos que os sustentam, nomeadamente:

- Regulamento de Estágios Curriculares e Estágios Extracurriculares: <https://bit.ly/34mEZqZ>;
- Regulamento dos Regimes de Reingresso e de Mudança de Par Instituição-Curso: <https://bit.ly/3fNWFkE>;
- Regulamento do Concurso Especial de Acesso e Ingresso para Titulares dos Cursos de Dupla Certificação de Nível Secundário e Cursos Artísticos Especializados: <https://bit.ly/3vnudwD>;
- Regulamento de Estudos de 1º e 2º Ciclo: <https://bit.ly/3hVxfnB>;
- Regulamento de Funcionamento dos Cursos Técnicos Superiores Profissionais: <https://bit.ly/3vpoJBs>;
- Regulamento Estatuto do Estudante Internacional: <https://bit.ly/3fKMFH>.

- Foram publicados um conjunto de novos regulamentos, com a devida procedimentalização institucional:

- Regulamento de Mobilidade IPAM Lisboa: <https://bit.ly/3hUYMg4>;
- Regulamento de Atribuição de Bolsas de Estudo por Mérito: <https://bit.ly/3unGoZ1>.

Estão, ainda, em curso ações de melhoria nas seguintes componentes do SIGQ:

- Aquisição de um sistema de gestão documental, que visa simplificar todos os processos de gestão;
- Aprofundamento dos procedimentos de divulgação de informação interna e externa.

Deste modo, pode concluir-se que a instituição tem prosseguido as políticas que inscreveu no Manual da Qualidade (<https://bit.ly/3vpCsbn>), cumprindo também os trabalhos planeados e descritos no Relatório de Progresso que se enviou ao CA da A3ES em 2019 e que visam a consolidação de um sistema que garanta a melhoria contínua, tanto no que se refere aos processos de ensino/aprendizagem e investigação, bem como naqueles que se

reportam ao funcionamento administrativo da instituição. É nossa intenção que o SIGO esteja totalmente operacional aquando da próxima avaliação institucional.

3. Resultados da estratégia de investigação

Em função da estratégia de investigação que se formalizou em 2018 – e da qual se deu conta no anterior relatório e que se encontra disponível, para consulta pública, em <https://bit.ly/3wCXEL1> - e que deu os frutos que se relataram em 2019, cumpre-nos agora evidenciar os resultados a 3 anos. Assim, no anexo E consta o relatório de progresso realizado pela Coordenação da Investigação do IPAM-Lisboa, bem como as evidências dos resultados apresentados.

Em traços largos, destacamos alguns dos indicadores que melhor refletem o esforço da instituição no aprofundamento do compromisso com a investigação:

Tabela 1. Resumo dos principais indicadores de execução da estratégia de investigação do IPAM-Lisboa

Dimensão	Indicadores	2018-2019	2019- 2020	2020-2021*
Criação de uma Cultura de Investigação	Reuniões internas para partilha de trabalho em curso e alinhamento de equipas de docentes/ano	0	5	2
	Nº de seminários e workshops de investigação/ano	5	3	4
Promoção da Produção de Investigação Científica	Nº de publicações em jornais e conferências <i>proceedings</i> , indexados/período de 5 anos anterior	44	54	52
	Nº de projetos de investigação aplicada/ano	3	8	3
Dinamização de Transferência de Conhecimento	Nº de artigos publicados na Revista Portuguesa de Marketing/ano	0	0	5
	Nº de referências nos media sobre atividades de investigação/ano	44	36	33

* Reportam-se a dados até maio de 2021

Conforme se pode constatar da análise da Tabela 1., a instituição tem prosseguido a criação de uma cultura de investigação entre os seus docentes, estimulando a partilha de conhecimento e a formação. Neste capítulo e apesar da pandemia, o número de ações tem vindo a aumentar ao longo dos últimos letivos.

No que se refere à promoção da produção científica, o indicador que se refere ao número de publicações em jornais e conferências *proceedings*, indexados/período de 5 anos anterior registou um aumento muito significativo nos últimos dois anos (cerca de 23%), prevendo-se que, no ano letivo em curso, se atinjam os melhores resultados da história do IPAM-Lisboa, não obstante e em resultado da pandemia ter imposto uma carga de trabalho maior aos docentes, os resultados de 2020 registarem um ligeiro decréscimo no que diz respeito às publicações em revistas indexadas.

Também ao nível da investigação aplicada, os resultados são bastante positivos. São disso sinal o retomar das atividades da Revista Portuguesa de Marketing e as múltiplas referências nos media aos estudos de investigação aplicada que o IPAM-Lisboa foi produzindo ao longo dos últimos anos e que se encontram no anexo E.

É, também, de destacar que a instituição está a organizar, em conjunto com ICNOVA e FCSH da Universidade Nova, a 2ª Conferência Ibero-Americana de Place Branding.

Pelo exposto, pode concluir-se que a instituição tem feito um esforço assinalável na melhoria dos resultados provenientes das suas atividades científicas, mantendo-se firme no compromisso de investir nos recursos humanos e materiais que a podem levar a assumir cada vez maior destaque na área científica do Marketing.

4. Resultados da avaliação do desempenho do corpo docente

Conforme se evidenciou no relatório de progresso anterior, já se encontram publicados os regulamentos para a Avaliação de Desempenho dos Docentes (<https://bit.ly/3fof6oo>) e para os Concursos de Carreira Docente

(<https://bit.ly/3bTyIwD>). Os processos de avaliação do corpo docente continuam em curso, conforme se pode constatar nos Anexos E, onde constam os outputs científicos do corpo docente, e F, onde consta a última apresentação realizada aos Conselhos Técnico-Científico e Pedagógico, relativa a avaliação de desempenho pedagógico dos docentes por parte dos estudantes. Assim, e uma vez que a avaliação de desempenho docente é, conforme o regulamento em vigor, bianual, a instituição está agora a compilar os dados de forma a poder, no final do ano letivo, proceder à primeira avaliação de desempenho formal do corpo docente do IPAM-Lisboa. Como ficou demonstrado, o IPAM-Lisboa também tem procurado dotar-se dos instrumentos de avaliação, das políticas e dos recursos necessários a dar vias de progressão de carreira aos seus docentes.

Não obstante, a instituição tem prosseguido esforços para sedimentar a carreira académica e dar condições condignas de trabalho e progressão aos seus docentes. Nesse sentido, em 2020 foi aberto um concurso para o provimento de um lugar de Professor Coordenador em 2020 (<https://bit.ly/34h7x54>), que já se encontra preenchido e, por despacho da entidade instituidora, procedeu-se à promoção de outro docente à categoria de Professor Coordenador.

Em 2021, encontram-se já abertos mais dois concursos para Professor Coordenador (<https://bit.ly/2RMyXx8>), que estarão finalizados até ao início do ano letivo 2021-2022. No entanto, e levando em consideração o conjunto de desafios que o IPAM-Lisboa enfrenta no futuro mais próximo, entendeu a sua Diretora apresentar, ao Conselho de Gestão da instituição, uma proposta de abertura de concursos internos adicionais para o ano letivo 2021/2022 (anexo G), que visam admitir um Professor Coordenador Principal, três Professores Coordenadores e quatro vagas para Professor Adjunto.

Isto representará a abertura de 10 novas vagas para progressão na carreira docente num único ano letivo, o que, em nosso entender, dá mostras do esforço muito significativo da melhoria das condições de trabalho que a instituição tem realizado.

5. Cumprimento do rácio de especialistas no corpo docente

Para além do esforço de melhoria considerável na dignificação da carreira docente, a instituição também tem prosseguido uma política de melhoria da qualificação do seu corpo docente. Neste momento e conforme se pode constatar pelos dados no anexo H, o IPAM-Lisboa dispõe de 48 docentes:

- 22 docentes detêm o grau de Doutor (i.e., 46%), 14 deles a tempo integral (i.e., 29%);
- 18 docentes detêm o título de Especialista (i.e., 38%);
- 37 docentes detêm o grau de Doutor e/ou o título de Especialista (i.e., 77%).

Daqui se conclui que a instituição cumpre a legislação em vigor, nomeadamente a alínea C do art. 49.º da Lei n.º 62/2007, que determina que “[n]o conjunto dos docentes e investigadores que desenvolvam atividade docente ou de investigação, a qualquer título, na instituição, pelo menos 15 % devem ser doutores em regime de tempo integral e, para além destes, pelo menos 35 % devem ser detentores do título de especialista, os quais poderão igualmente ser detentores do grau de doutor”.

É ainda de assinalar que se encontram em fase de conclusão do processo de obtenção do título de especialista mais seis docentes do IPAM-Lisboa (Ana Luísa Fernandes Marques Rocha; Anabela Figueira Neves Chastre; Fara Lynn Ferguson Carvalhinhos; Filipe Santos Mariño Carrera; João Filipe Torneiro; e Pedro Gonçalo Correia Baptista Soares de Mello), o que poderá fazer com que, no próximo ano letivo, a instituição possua 24 docentes com título de especialista (i.e., 50%) e 42 docentes com o grau de Doutor e/ou o título de Especialista (i.e., 88%), ultrapassando-se, assim, largamente o que dispõe a legislação em vigor.

Conclusões

Pelo exposto, pode concluir-se que o IPAM-Lisboa se dotou de:

1. Estatutos compatíveis com a legislação em vigor;
2. Um SIGQ robusto e em fase de ultimação, de modo a que se possa constituir como um instrumento de confiança para a tutela e para a comunidade com a qual trabalha;

3. Uma estratégia de investigação, que tem dado resultados bastante satisfatórios, que redundam num aumento das publicações científicas indexadas, de publicações em atas de conferência ou de livros em editoras internacionais de referência, e na participação em conferências internacionais, mas também na transferência de conhecimento relevante para a sociedade;
4. Um sistema integrado de avaliação do desempenho dos docentes, bem como dos recursos necessários à abertura de uma carreira académica condigna e atrativa;
5. Um corpo docente qualificado e estável, que permite cumprir todos os rácios em vigor.

Pelo exposto, a instituição demonstra cumprir todas as exigências fixadas pelo Conselho de Administração da A3ES, assinalando o seu compromisso com uma estratégia que permita o incremento da qualidade dos processos e dos resultados da instituição.

Anexo A – Evidência do ofício enviado pela Secretaria-Geral da Educação e Ciência

SGEC – Saída Nº 413/2021 Data: 25-05-2021



Cc: Exmo. Senhor
Chefe do Gabinete do Ministro da
Ciência, Tecnologia e Ensino Superior

Exmo(a). Senhor(a)
Representante da
ENSILIS, Educação e Formação, Ensilis - Educação e
Formação, S.A.Unipessoal, Lda.
Quinta do Bom Nome
Estrada da Correia, 53
1500 – 210 Lisboa

Sua Referência	Sua Comunicação	Nossa Referência	Data
		OF-CC/39/2021/DSAJ	21-05-2021

Assunto: Registo de alterações aos Estatutos do IPAM - Lisboa.

A ENSILIS, Educação e Formação, Unipessoal, Lda., requereu, oportunamente, junto do Senhor Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, que detém a competência legal para proceder ao registo dos estatutos dos estabelecimentos de ensino superior detidos por entidades instituidoras privadas, nos termos do disposto na alínea c) do n.º 2 do artigo 27.º e do artigo 142.º da Lei n.º 62/2007, de 10 de setembro, o registo de alterações aos Estatutos do Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa, doravante IPAM-Lisboa.

O registo encontra-se dependente da apreciação da conformidade legal da proposta de alterações aos Estatutos do IPAM – Lisboa apresentada por V. Exas.

Cumprida essa apreciação, é de expor o seguinte:

Tal como refere essa entidade instituidora – ENSILIS — Educação e Formação, Unipessoal, Lda. – no pedido de apresentação a registo da proposta de alterações aos Estatutos do IPAM-Lisboa, trata-se mais de uma revisão integral dos Estatutos, motivada quer por recomendações da A3ES, quer "tendo em vista garantir-se (i) o total cumprimento do Regime










Av. do Antigo Suro, nº 2, 1.º 2º
1549-015 Lisboa - Portugal
Tel. (351) 21 751 00 00

www.sgec-por.gov.pt
geral@sgec-por.gov.pt
geral@sgec-por.gov.pt



Publico das Licenciaturas
Escola da Licenciatura, 205
1549-015 Lisboa - Portugal
Tel. (351) 21 723 00 00

Modelo OFC 1 5/2019

NOVIDADES	NOVOS MODELOS	REGULAMENTOS RECENTES OU COM NOVAS VERSÕES
 <p>SICQ e Macroprocessos</p>	 <p>Procedimentos</p>	 <p>Instruções Operacionais</p>
 <p>Modelos / Templates</p>	 <p>Regulamentos</p>	 <p>Manual da Qualidade</p>
 <p>Ocorrências</p>	 <p>Outras Informações</p>	

PERGUNTAS FREQUENTES

INFORMAÇÕES

Learn2Teach
— by Acad3mia



Experiential Learning Hyflex



Avaliação Desempenho



Horário Letivo



Repositório Científico



Formação Pedagógica



Cal. Atividades Escolares



CV Docente



Anexo D – Novo Portal do Estudante

The screenshot displays the IPAM student portal with a dark navigation bar at the top. The navigation bar includes the IPAM logo on the left and a series of menu items: Home, O Meu Curso, Área Financeira, Vida Acadêmica, Internacional, Talento & Carreiras, Biblioteca, Campus, Info Point, My email, PT, a globe icon, a speaker icon, a gear icon, a user profile icon, and a TEST button with the text 'Última Sessão: 27-08-2023 16:04'. Below the navigation bar, the page is divided into three main sections. The first section, 'CAMPUS VIRTUAL', features an illustration of an astronaut on the moon and the text 'Sem serviços neste momento'. The second section, 'PRECISA DE AJUDA?', contains a red circular icon of a person with a speech bubble and a box for 'Secretaria FCES' with the phone number '+351 213 939 580' and operating hours for QBN (2nd and 4th floors from 09:00 to 14:00 hours, and 5th floor from 15:00 to 20:00 hours). The third section, 'AS MINHAS AULAS', shows an illustration of an astronaut and the text 'FINALMENTE! Não tem mais aulas hoje!'. Below this, there are sections for 'EVENTOS' (with the message 'Não existem eventos para apresentar') and 'NOTÍCIAS' (with the message 'Não existem notícias para apresentar'). At the bottom left, there is a section for 'O MEU CURSO' (with a placeholder image) and 'ÁREA FINANCEIRA' (with the message 'Sem serviços neste momento').

IPAM
THE MARKETING SCHOOL

Home O Meu Curso Área Financeira Vida Acadêmica Internacional Talento & Carreiras Biblioteca Campus Info Point My email PT TEST
Última Sessão: 27-08-2023 16:04

CAMPUS VIRTUAL

Sem serviços neste momento

PRECISA DE AJUDA?

Secretaria FCES
+351 213 939 580

Horário de Funcionamento
QBN : 2ª, 4ª das 09:00 às 14:00 horas.
QBN : 5ª, das 15:00 às 20:00 horas.

AS MINHAS AULAS

FINALMENTE!
Não tem mais aulas hoje!

EVENTOS

Não existem eventos para apresentar

NOTÍCIAS

Não existem notícias para apresentar

O MEU CURSO

ÁREA FINANCEIRA

Sem serviços neste momento

Anexo E – Relatório Síntese das Atividades de Investigação – Resultados Anos Letivos 2018- 2021

Em função da estratégia apresentada, e das linhas de orientação referidas no plano, os indicadores de concretização são os seguintes:

Linha 1: Criação de uma Cultura de Investigação			
Indicadores	2018-2019	2019- 2020	2020-2021
Reuniões internas para partilha de trabalho em curso e alinhamento de equipas de docentes/ano	0	5	2
Nº de edições de newsletters internas/ano	0	0	1
Nº de seminários e workshops de investigação/ano	5	3	4

Nota: dados até maio de 2021.

Linha 2: Promoção da Produção de Investigação Científica				
Indicadores	2018-2019	2019-2020	2020-2021	
Nº de investigadores agregados à unidade/ano	0	10	10	
Nº de publicações em jornais e conferências <i>proceedings</i> , indexados/período de 5 anos anterior	44	54	52	
Nº de projetos de investigação financiados e com parceria com as empresas/ano	3	0	0	
Nº de projetos de investigação aplicada/ano	3	8	3	
Nº de docentes envolvidos no desenvolvimento de projetos de investigação aplicada/ano	5	3	2	
Nº de docentes que usa a linha de apoio para apresentação da pesquisa/ano	0	1	0	
Nº de docentes agregados a centros de investigação reconhecidos pela FCT avaliados com Muito Bom e Excelente/ano	17	10	9	

Nota: dados até maio de 2021.

Linha 3: Dinamização de Transferência de Conhecimento				
Indicadores	2018-2019	2019-2020	2020-2021	
Nº de artigos publicados na Revista Portuguesa de Marketing/ano	0	0	5	
Nº de artigos submetidos a publicações indexadas com base em trabalhos do 2º ciclo/ano	0	3	0	
Número de eventos organizados de <i>Junior Research</i> /ano	1	0	0	
Nº de referências nos media sobre atividades de investigação/ano	44	36	33	

Nota: dados até maio de 2021.

Relativamente ao nº de referências nos **media** sobre as atividades de investigação desenvolvidas pelo IPAM Lisboa, que promovem a transferência de conhecimento, apresentam-se em seguida alguns exemplos em detalhe e os resultados obtidos.

Período 2018 - 2019

- Barómetro Clima Transitários - Pareceria APAT: A APAT, o IPAM e a Grounded, em conjunto com a revista Transportes em Revista, desenvolveram um barómetro para avaliar o sentimento dos associados da APAT relativamente à atividade transitária. A avaliação do sentimento foi feita via a medição dos níveis de confiança dos associados APAT. Participaram no estudo todos aqueles que trabalham numa empresa da área do transitário: **5 notícias**.

- Estudo sobre utilização do Facebook pelas empresas (2018): **11 notícias**.
- Barómetro – O IPAM Lisboa em parceria com o IPAM do Porto desenvolveu um Estudo Nacional sobre o Impacto do Festival Eurovisão da Canção (2018): **18 notícias**.
- Barómetro Fatores Transportes - A Grounded, o IPAM, em conjunto com a revista Transportes em Revista, a revista de referência em Portugal no setor dos transportes, e com o suporte da ANTRAM, desenvolveram um barómetro onde se avalia quais os fatores que mais preocupam os agentes no setor de Transporte Rodoviário de Mercadorias (2018): **10 notícias**.

Período 2019 - 2020

- Barómetro Fatores Transitários - A APAT, o IPAM e a Grounded, em conjunto com a revista Transportes em Revista, desenvolveram um barómetro para avaliar os fatores que mais preocupam os associados da APAT: **8 notícias**.
- Barómetro Clima Indústria Farmacêutica A revista Marketing Farmacêutico e o IPAM desenvolveram um barómetro para avaliar o sentimento dos profissionais da indústria farmacêutica: **6 notícias**.
- Barómetro - Satisfação dos colaboradores com o ambiente de trabalho na ARRIVA: **14 notícias**.
- Barómetro Clima Transportes - A Grounded e o IPAM desenvolveram em conjunto com a revista Transportes em Revista, a revista de referência em Portugal no setor dos transportes, e com o suporte da ANTRAM, um barómetro para o setor de transporte rodoviário de mercadorias. O estudo, já com três edições, tem como objetivo avaliar o sentimento do setor junto dos seus intervenientes ativos: **8 notícias**.

Período 2020 - 2021

- Barómetro Transportes 2021 – O IPAM em parceria com a Eurotransporte e a ANTRAM, desenvolveram um barómetro sobre a perspetiva dos operadores portugueses relativamente ao transporte rodoviário de mercadorias: **6 notícias**.
- Barómetro Clima Turismo - O IPAM e a Faculdade de Turismo e Hospitalidade da Universidade Europeia, em conjunto com a revista Publituris, desenvolveram um barómetro para avaliar o sentimento dos profissionais do setor do turismo: **12 notícias**.
- Barómetro Clima Turismo - O IPAM e a Faculdade de Turismo e Hospitalidade da Universidade Europeia, em conjunto com a revista Publituris, desenvolveram um barómetro para avaliar o sentimento dos profissionais do setor do turismo face à situação de pandemia: **15 notícias**.

Relativamente ao número de publicações científicas em revistas internacionais e *conference proceedings* indexadas re-fira-se a tabela síntese seguinte, onde se sistematiza a sua evolução.

Tabela: Evolução das Publicações Científicas Indexadas – IPAM Lisboa

Ano	Número
2017	11
2018	6
2019	14
2020	12
2021	9

Nota: dados até maio 2021 (referências publicadas e impressas). Não considera livros e capítulos de livros indexados.

Síntese das Atividades de Investigação – Produção Anos Letivos 2018-2021

1. Investigação Fundamental

Em termos de resultados, de referir os resultados obtidos com a investigação fundamental, que tem sido desenvolvida pelos Docentes e Investigadores do IPAM. Para além de ter um desejado impacto e valor prático na gestão das organizações, pretende-se com estes resultados desenvolver avanços teóricos e conceptuais na área do marketing.

Publicações Indexadas por Docente

Prof^o Doutor Albérico Rosário

Rosário, A. M. F. T., & Cruz, R. N. (2019). Determinants of Innovation in Digital Marketing. *Journal of Reviews on Global Economics*, 8, 1722-1731.

Rosário, A., Vilaça, F., Raimundo, R. & Criz, R. (2021). Literature Review on Health Knowledge Management in the Last 10 Years (2009-2019). *Electronic Journal of Knowledge Management*, 18(3).

Prof. Doutor Aníbal Lopez

Lopez, A., Neves, P., Cunha, M. (2018). A high-growth firm contingency test of the formalization-performance relationship. *Journal of Small Business Management*, 1-23.

Prof^o Doutor António Rosinha

António Rosinha: Rosinha, A., Junior, H., & Souza, M. (2019). Sustainable team leadership: social identity and collective leadership for military and society. In U. Kumar (Eds.), *The Routledge International Handbook of Military Psychology and Mental Health*. (pp. 1-30). Routledge UK.

Prof^o Doutor António Sacavém

Sacavém, A., Cruz, R. V., Sousa, M., Rosário, A., & Gomes, J. S. (2019). An integrative literature review on leadership models for innovative organizations. *Journal of Reviews on Global Economics*, 8, 1741-1751.

Sousa, M. J., Santo, V., Sacavém, A., dos Reis, I. P., & Sampaio, M. C. (2019). 4.0 Leadership Skills in Hospitality Sector. *Journal of Reviews on Global Economics*, 8, 105-117.

Prof. Doutor Filipe Sardo

Sardo, F. and Serrasqueiro, Z. (2019). On the Relationship Between Intellectual Capital and SME Growth: A Dynamic Panel Data Analysis. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 16(3), 213-238.

Sardo F. and Alves, M.C. (2018). ERP systems and accounting – a systematic literature review. *International Journal of Enterprise Information systems*, 14(3), 1-18.

Sardo, F., Serrasqueiro, Z. and Alves, H. (2018). On the Relationship Between Intellectual Capital and Financial Performance: A Panel Data Analysis on SME Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 67-74.

Sardo, F. and Serrasqueiro, Z. (2018). Intellectual Capital, Growth Opportunities, and Financial Performance in European Firms: Dynamic Panel Data Analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 19(4), 747-767.

Prof^a Doutora Helena Rodrigues

Herédia-Colaço, V. & Rodrigues, H. (2021). Hosting in turbulent times: hoteliers' perceptions and strategies to recover from the Covid-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 94.

Mohsin, A. Brochado, A. & Rodrigues, H. (2020). Halal tourism is travelling fast: community perceptions and implications. *Journal of Destination Marketing and Management*, 18.

Mohsin, A., Rodrigues, H. & Brochado, A. (2019). Shine Bright like a star: hotel performance and guests' expectations based on star ratings. *International Journal of Hospitality Management*, 83.

Rodrigues, L. F., Oliveira, A., Rodrigues, H. & Costa, C. J. (2019). Assessing consumer literacy on financial complex products. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 22.

Rodrigues, H., Almeida, F., Figueiredo, V. & Lopes, S. L. (2019). Tracking e-learning through published papers: a systematic review. *Computers and Education*, 136.

Brochado, A., Troilo, M., Rodrigues, H. & Oliveira-Brochado, F. (2019). Dimensions of wine hotel experiences shared online. *International Journal of Wine Business Research*, 32.

Rodrigues, H., Brochado, A. & Troilo, M. (2019). Listening to the murmur of water: essential satisfaction and dissatisfaction attributes of thermal and mineral spas. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(5).

Rodrigues, L. F., Oliveira, A. & Rodrigues, H. (2019). Main gamification concepts: a systematic mapping study. *Heliyon*, 5(7).

Rodrigues, L. F., Oliveira, A., Costa, C. J., & Rodrigues, H. (2018). Games and business: Human factors in gamified applications. In *International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics*, 318-324. Springer, Cham. doi:10.1007/978-3-319-94619-1_31.

Profª Yvonne Ivanescu

Duignan, M., Pappalepore, I. Smith, A. & Ivanescu, Y. (2021). Tourists' experiences of mega-event cities: Rio's olympic 'double bubbles', *Annals of Leisure Research*.

Profº Doutor João Freire

Freire, J. & Gernner, R. (2021). The relevance of food for the development of a destination brand. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17(2).

Profª Doutora Luisa Martinez

Martinez, L., Rando, B., Agante, L. & Abreu A. (2021). True colors: Consumers' packaging choices depend on the color of retail environment (2021). *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59.

Neumann, H.L., Martinez, L.M., & Martinez, L.F. (2021). Sustainability efforts in the fast fashion industry: Consumer perception, trust and purchase intention. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 12(3), 571-590.

Tarta, C., Plaias, I., Martinez, L. & Martinez, L. (2020). The role of car aesthetics on consumers' decisions: An example from Romania. *Scientific Annals of Economics and Business*, 67.

Bento, M., Martinez, L. & Martinez, Luis (2018). Brand engagement and search for brands on social media: Comparing Generations X and Y in Portugal. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43.

Profª Doutora Marta Bicho

Bicho, M., Nikolaeva, R., Ferreira, F. A., & Lages, C. (2020). Perceived success of hybrid microorganizations in a contested category. *Journal of Small Business Management*, 1-33.

Profª Doutora Natália Pacheco

da Rosa Pulga, A. A., Basso, K., Viacava, K. R., Pacheco, N. A., Ladeira, W. J., & Dalla Corte, V. F. (2019). The link between social interactions and trust recovery in customer–business relationships. *Journal of Consumer Behaviour*, 18(6).

Pacheco, N. A., Pizzutti, C., & Geuens, M. (2019). A temporal model of perceived control to explain service failures. *BAR-Brazilian Administration Review*, 16(2).

Wagner, R. L., & Pacheco, N. A. (2019). Name-your-own-price as participative pricing strategy: a review of the literature from 2001–2017. *Journal of Strategic Marketing*, 28(7), 583-600.

Pacheco, N. A., Pizzutti, C., Basso, K., & Van Vaerenbergh, Y. (2019). Trust recovery tactics after double deviation: better sooner than later?. *Journal of Service Management*, 30, 2-22.

Reck, D., Franceschetto, I., Rech, L., Pacheco, N. A., & Wagner, R. L. (2019). Faltou integridade ou competência? Efeitos da coprodução da recuperação de serviços de acordo com o tipo de falha. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(2), 224-242.

Gasparotto, L. S., Pacheco, N. A., Basso, K., Dalla Corte, V. F., Rabello, G. C., & Gallon, S. (2018). The role of regulation and financial compensation on trust recovery. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 26(1), 10-16.

Pacheco, N. A., Geuens, M., Pizzutti, C. (2018). Whom do Customers Blame for a Service Failure? Effects of Thought Speed on Causal Attribution. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40 (1), 60-65.

Profº Doutor Pedro Mendes

Carapinheira, A., Mendes, P., Guedes Carvalho, P., & Travassos, B. (2019). Sports Career Termination in Football Players: Systematic Review. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 14(1).

Carapinha, A., Torregrossa, M., Mendes, P., Carvalho, P. G., & Travassos, B. F. R. (2018). Perception A retrospective analysis of career termination of football players in Portugal. *Motricidade*, 14(4), 74–85.

Carapinha, A., Mendes, P., Guedes Carvalho, P., Torregrossa, M., & Travassos, B. (2018). Career Termination of Portuguese Elite Football Players: Comparison between the Last Three Decades. *Sports*, 6(4), 155.

Prof^o Doutor Ricardo Bilro

Loureiro, S. M. C., Japutra, A., Molinillo, S., & Bilro, R. G. (2021). Stand by me: analyzing the tourist–intelligent voice assistant relationship quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Bilro, R. G., & da Cunha, J. F. (2021). An exploratory study of Western firms' failure in the Chinese market: a network theory perspective. *Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies*.

Bilro, R. G., Loureiro, S. M. C., & Angelino, F. J. D. A. (2021). The Role of Creative Communications and Gamification in Student Engagement in Higher Education: A Sentiment Analysis Approach. *Journal of Creative Communications*, 0973258621992644.

Loureiro, S. M. C., Romero, J., & Bilro, R. G. (2020). Stakeholder engagement in co-creation processes for innovation: A systematic literature review and case study. *Journal of Business Research*, 119, 388–409.

Loureiro, S. M. C., Bilro, R. G., & Japutra, A. (2020). The effect of consumer-generated media stimuli on emotions and consumer brand engagement. *Journal of Product & Brand Management*, 29(3), 387–408.

Rosado-Pinto, F., Loureiro, S. M. C., & Bilro, R. G. (2020). How Brand Authenticity and Consumer Brand Engagement Can Be Expressed in Reviews: A Text Mining Approach. *Journal of Promotion Management*, 26(4), 457–480.

Bilro, R. G., & Loureiro, S. M. C. (2020). A consumer engagement systematic review: synthesis and research agenda. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, In Press.

Loureiro, S. M. C., Bilro, R. G., & Angelino, F. J. A. de. (2020). Virtual reality and gamification in marketing higher education: a review and research agenda. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, In press.

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., Guerreiro, J. (2019). Exploring online customer engagement with hospitality products and its relationship with involvement, emotional states, experience and brand advocacy. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 28(2), 147-171.

Pina, L., Loureiro, S.M.C., Rita, P., Ferreira, E., Bilro, R.G., Guerreiro, J. (2019). Analysing Consumer-Brand Engagement Through Appreciative Listening on Social Network Platforms. *Journal of Promotion Management*, 25(3), 304-313.

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., Ali, Faizan (2018). The role of website stimuli of experience on engagement and brand advocacy. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(2), 204-222.

Prof^o Doutor Ricardo Abreu

Abreu, R. & Almeida, F. (2018). E-learning in mixed reality landscape: emerging issues and key trends in scientific research. In Luis Gómez Chova; Agustín López Martínez; Ignacio Candel Torres; (Ed.), *12th International Technology, Education and Development Conference*, 6181-6187. Valencia: IATED.

Prof^a Doutora Vera Maria Portela de Herédia Lancastre Freitas Colaço

Herédia-Colaço, V., do Vale, R. C., & Villas-Boas, S. B. (2019). Does Fair Trade Breed Contempt? A Cross-Country Examination on the Moderating Role of Brand Familiarity and Consumer Expertise on Product Evaluation. *Journal of Business Ethics*, 156(3), 737-758.

Herédia-Colaço, V., & do Vale, R. C. (2018). Seize the day or save the world? The importance of ethical claims and product nature congruity. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 783-801.

Mestre William Cantú

LOBO, T., CANTÚ, W. A., GOMES, N. P. (2021). Cork as Relevant Material in Fashion: A Study of Socio-cultural Trends and a Semiotic Reading of the Cork-a-Tex Yarn. In T. Ahram e W. Karwowski (Eds) *Human Systems Engineering and Design: Future Trends and Applications*.

Lobo T., Cantú W.A., Gomes N.P. (2020). The Cork Thread, A Sustainable Material: Branding and Marketing Implications from A Cultural Perspective. In: Markopoulos E., Goonetilleke R., Ho A., Luximon Y. (eds) *Advances in Creativity, Innovation, Entrepreneurship and Communication of Design*. AHFE 2020. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol. 1218. Springer, Cham.

Publicações Não Indexadas

Prof^o Doutor Albérico Rosário

Rosário, A., Vilaça, F., Raimundo, R. & Criz, R. (2021). Big Data Analytics: A New Competitive Advantage. In Sousa, M. & Oliveira, M. (Eds). *Top 10 Challenges of Big Data Analytics*. Nova Science Publishers – Ney York.

Rosário, A., Moreira, C. & Macedo, P. (2019). Strategic Groups in the Portuguese Banking Industry. An Analysis of the 2008 – 2011 period. In Moreira, C. & Silva, P. (2019). (Eds.), *Handbook of Research on Corporate Restructuring and Globalization*. Hershey, PA: IGI Global (1-29). ISBN13: 9781522589068, DOI: 10.4018/978-1-5225-8906-8.

Cruz, R., Rosário, A. & Rio, M. (2019). The factors that influence the acceptance and adoption of mobile marketing by university students. *Int. J. of Business and Systems Research*, ISSN: 1751-2018.

Cruz, R., Rosário, A. & Correia, A. (2019). Satisfaction when purchasing smartphones – The influence of the social media. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, ISSN: 1741-8100.

Cruz, R., Rosário, A. & Silva, H. (2019). A Eficácia da Publicidade em Jogos FPS, *Egitania Scientia*, ISSN: 1646-8848.

Rosário, A., Cruz, R. & Miguel, M. (2019). Quality Evaluation of Critical Regions of Organ Harvesting Service in Portugal. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, ISSN: 0952-6862.

Rosário, A., Moreira, C. & Macedo, P. (2018). Competitive dynamics of strategic groups banking sector. *Cuadernos de Gestión*, 1-22, ISSN: 1131-6837.

Prof^a Mestre Ana Rocha

Almeida, F., Casquilho-Martins, I., Belchior-Rocha, H., & Rocha, R. (2019). Habilidades emocionais: competências para o sucesso. In A. Editora (Ed.), *Resiliência e Inteligência Emocional* (p. 234). Lisboa.

Prof^o Doutor António Sacavém

Sacavém, A. (2020). Competências facilitadoras do empreendedorismo. In R. Soares, L. Pimentel & A. Sabino (Eds). *O livro do empreendedorismo*. Lisboa: Atual editora.

Sacavém, A. & Sacavém A. (2020). O reconhecimento emocional na barra do tribunal. In R.S, Vieira (Ed). *E se eu fosse inocente? Um caso de estudo: um advogado e uma equipa multidisciplinar revelam as (in)verdades da acusação*. Lisboa: Guerra e Paz.

Sacavém, A. (2018). A comunicação não-verbal na negociação. In S. Antunes, I. Camisão & S. Ribeiro (Eds). *Negociação internacional: Estratégias e táticas*. Lisboa: Sílabas & Desafios.

Prof^a Doutora Helena Rodrigues

Rodrigues, H. & Brochado, A. (2021). Going for Silver-Senior Consumers` Reviews of Medical Tourism. In *New Techniques for Brand Management in the Healthcare Sector*, 64-83.

Prof^o Doutor João Freire

Freire, J. (2021). Place Marketing and Destination Branding. *Focus 17: Journal of the City and Regional Planning*, 17(1).

Freire, J. (2021). Dr. João Freire on Place Branding in Portugal and Middle East. In Kaefer, F., *An Insider's Guide to Place Branding – Shaping the Identity and Reputation of Cities, Regions and Countries*. Springer.

Gertner, R. & Freire, J. (2019). The Sun and Beach Myth: The Impact of Pull-Based Factors and Things-To-Do on Tourists Motivations and Place Images. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 6(3/4).

Prof^o Doutor José Rousseau

Rousseau, J. (2020). Manual de Distribuição, 3ª edição, Editora Principia.

Rousseau, J. (2020) Distribuição: Um negócio de tostão gerido pela informação in Inovação e Novos Paradigmas de Gestão, coordenação de José Guilherme Tavares (pp. 43 -62), editora ExLibris.

Profª Doutora Luisa Martinez

Leonardo, C., Martinez, L.M., & Ramos, F.R. (2021). Cor e tipografia em capa de livro: Emoções, atratividade e intenção de compra. *Revista Brasileira de Expressão Gráfica*, 9(1), 44-68.

Martinez, L., Gameiro, D., Martinez, L., Agante, L. & Abreu, A. (2020). The influence of colour in anthropomorphic packaging: Purchase intention and product attractiveness. *Revista Portuguesa de Marketing*, 19.

Medeiros, A., Martinez, L. & Martinez, L. (2020). Assessing the Determinants of Millennials' Online Protective Behavior: How Their Protection Motivation Translates into Actual Use Behavior. *Advances in Digital Marketing and eCom-merce*, 153-162. Springer, Cham.

Martinez, L., Neves, T. & Martinez, L. (2020). The Effect of Web Advertising Visual Design on Online Purchase Intention: Insights on Generations Y and Z. *Advances in Digital Marketing and eCommerce* (pp. 130-140). Springer, Cham.

Profª Doutora Marta Bicho

Almeida, F. P., & Bicho, M. (2020). A Road Map for Implementing Impact Investing: The Case of Multinational Companies. In E. M. Morais & P. R. Herman (Eds.), *Global Handbook of Impact Investing: Solving Global Problems Via Smarter Capital Markets Towards A More Sustainable Society* (pp. 1060-1122). United Kingdom: Wiley.

Profº Doutor Pedro Mello

Tomé, E. Gromova A. Mello P. Hatch A. Mauricio F. (2020). KM and the Post COVID-19 new normal - Theoretical analysis with application to Universities – The Future of Universities Edited by Dan Remenyi. Academic Conferences Publishing International.

Profº Doutor Ricardo Abreu

Belchior-Rocha, H., Almeida, F. N. & Abreu, R. (2018). IoT sustainability in higher education: an exploratory study. In Dora Simões, Belem Barbosa, Sandra Filipe (Ed.), *Smart Marketing with the Internet of Things*. (pp. 185-197). Hershey: IGI Global.

Profº Doutor Ricardo Bilro

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., Angelino, F. (2020). Implications of gamification and virtual reality in higher education. In S. Loureiro (Eds.), *Managerial Challenges and Social Impacts of Virtual and Augmented Reality* (pp. 111-124). Hershey, PA: IGI Global.

Japutra, A., Bilro, R.G., & Loureiro, S. M. C. (2020). Beyond Virtual and Augmented Reality: AI-Assisted Mixed Reality and Its Impacts on Society. In S. Loureiro (Eds.), *Managerial Challenges and Social Impacts of Virtual and Augmented Reality* (pp. 252-265). Hershey, PA: IGI Global.

Loureiro, S. M., & Bilro, R.G. (2020). Be or Not Be Online Engaged: Exploring the Flow from Stimuli to e-WOM on Online Retail Consumers. In S. Loureiro, & H. Kaufmann (Eds.), *Exploring the Power of Electronic Word-of-Mouth in the Services Industry* (pp. 18-34). Hershey, PA: IGI Global.

Bilro, R.G., & Loureiro, S.M.C. (2020). Exploring Consumer-Brand Engagement in Online Environments Designed for Tourism", In Burkiewicz, Ł. and Knap-Stefaniuk, A. (Eds.), *Management - Tourism - Culture: Studies and Reflections on Tourism Management* (pp. 247 – 264). Krakow, PL: Ignatianum University Press.

Profº Doutor Rui Brás

Brás, Rui Manuel (2020). Igualdade, Justiça e Fraternidade. A identidade dos operários tabaqueiros de Lisboa (1860-1936). *Cadernos do Arquivo Municipal*. ISSN 2183-3176. 2.ª Série, Nº 13. janeiro-junho 2020, 63-83.

Mestre William Cantú

Cantú W., Oliveira F. (2020). Contributions to Brand Systems in Lisbon Tailoring Brands. In: Raposo D., Neves J., Silva J. (eds) *Perspective on Design. Springer Series in Design and Innovation*, vol 1. Springer, Cham.

GOMES, N., COHEN, S., CANTÚ, W., LOPES, C. (2021). Roteiros e modelos para a identificação de tendências socio-culturais e a sua aplicação estratégica em produtos e serviços. *ModaPalavra*, v. 14, n. 32, pp. 228-272.

GOMES, N., LOPES, C., CANTÚ, W. & PRADO, G. (2021). Strategic Analysis of Sociocultural Trends: a triangulation of scientific methods. *Design, Art and Technology Journal (DAT Journal)*. v. 6, n. 1. pp. 213-228.

Conferências/Workshops e Comunicações

Prof. Doutor Albérico Rosário

XXVIII 2019, Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica, Interioridade e Competitividade: Desafios Globais da Gestão: fevereiro 7-10, Guarda, Portugal.

XXIX 2018, Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, Empreendedorismo, Estratégia e Conhecimento: 30 de janeiro a 2 de fevereiro, Paraninfo de la Escuela Universitaria de Osuna, Espanha.

Prof. Doutor Aníbal Lopez

Academy of Management Conference (2018, Chicago, USA).

European Association of Work and Organizational Psychology (2019, Turin, Italy).

Prof.^a Doutora Filipa Fernandes

Iberia Retail Show, Abril 2019, Portugal, Porto.

ICSC European Conference April 2019, Spain, Barcelona.

Balrec, November 2018, Bulgaria, Sofia.

ICSC European Conference April 2018, Spain, Barcelona.

Prof.^a Helena Rodrigues

2019-APTA Asia Pacific Tourism Association-Annual Conference-Da Nang, Vietnam.

2019-EDULEARN Annual International Conference on Education and New Learning Technologies- Palma de Mallorca, Spain.

2018-AHFE Conference Proceedings books published by Springer in the prestigious series of Advances in Intelligent Systems and Computing (AISC).

Rodrigues, H., Almeida, F., Figueiredo, V. & Lopes, S. (2018). Mapping key concepts of e-learning and educational-systematic review through published papers. In L. Gómez Chova, A. López Martínez, I. Candel Torres (Ed.), 11th annual International Conference of Education, Research and Innovation. (pp. 8949-8952). Sevilla: IATED.

Rodrigues, L. F., Oliveira, A., Costa, C. J. & Rodrigues, H. (2018). Gamification to teach and assess financial education: a case study of self-directed bank investors. In Andrew Burge (Ed.), 17th Annual Hawaii International Conference on Education. (pp. 1851-1882). Honolulu.

Rodrigues, L. F., Oliveira, A., Costa, C. & Rodrigues, H. (2018). Games and business: human factors in gamified applications. In Tareq Ahram (Ed.), Advances in Human Factors in Wearable Technologies and Game Design. AHFE 2018. Advances in Intelligent Systems and Computing. (pp. 318-324). Orlando: Springer International Publishing AG.

Prof.^o Especialista João Barbosa

Feira de Turismo ITB Berlim (Berlim, Março 2018) - Apresentação da European Spas Association.

Apresentação dos "ESPA Innovation Awards - Best 10 benchmarks" (Domburg, Holanda, Maio 2018).

Quality and Innovation in Spa Balneotherapy (Amarante, Junho 2018) - Congresso Mundial da ISMH - International Society of Medical Hydrology.

Apresentação do projecto ESPA Epidemiology Survey da European Spas Association (Gotse Delchev, Bulgária, setembro 2018).

Prof.^a Doutora Marta Bicho

Marta Bicho, Natália Pacheco and Luísa Martinez (2021), "The role of customer and service provider mindfulness on trust recovery after a service failure", European Marketing Academy (EMAC) Conference, Madrid, Spain, May 26 - 28.

Bicho, Marta, Carmen Lages and Cláudia Simões (2019), "Identity and Optimal Distinctiveness by Contested Transformative Services: the Case of Complementary and Alternative Medicine (CAM)", 8th International Conference on Social Responsibility, Ethics and Sustainable Business, Braga, Portugal, October, 24 – 25.

Santos, Isabel and Marta Bicho (2019). "Public Policy, Policy-Making and Social Entrepreneurship – The Case of Portugal and the UK", European Academy of Management Conference (EURAM), Lisbon, Portugal, June 26-28.

Santos, Isabel and Marta Bicho (2019). "Public Policy, Policy-Making and Social Entrepreneurship – The Case of Portugal and the UK", 5th Symposium on Ethics and Social Responsibility Research, Lisbon, Portugal, June 6-7.

Bicho, Marta; Ralitzia Nikolaeva and Carmen Lages (2018). "Social Enterprise Legitimacy Spiral in a Hostile Context", 2018 Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Oporto, Portugal, June 26-30.

Bicho, Marta; Ralitzia Nikolaeva and Carmen Lages (2018). "Hybrid Organizations' Legitimacy Quest in a Hostile Environment", European Group for Organizational Studies (EGOS) Conference, Tallinn, Estonia, July 5-7.

Profª Doutora Natália Pacheco

International Research Symposium on Advancing Service Research and Practice (QUIS). 2019. (Karlstad, Suécia).

Encontro de Marketing da ANPAD, 2018. Porto Alegre, Brasil.

Comunicação em Evento Científico (*Conference Proceeding* não indexadas)

Profº Doutor Albérico Rosário

Araújo, R., Rosário, A., Cruz, R. (2020). The impact of social media on B2B sales. XXX Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica, Bragança.

Araújo, R., & Rosário, A. (2019). The influence of social media on customer satisfaction Business-to-business, International Conference, Navigating the Future of Management, 10-12 July 2019, Universidade Europeia de Lisboa, Lisbon, Portugal.

Van-Dúnem, M., & Rosário, A. (2019). Internal marketing in job satisfaction and organizational engagement, International Conference, Navigating the Future of Management, 10-12 July 2019, Universidade Europeia de Lisboa, Lisbon, Portugal.

Rosário, A., Pratas, A., & Diogo, C. (2019). Determinants of success in the implementation of a CRM program in the Associated Municipalities of the Inter-municipal Community of Lezíria do Tejo, International Conference, Navigating the Future of Management, 10-12 July 2019, Universidade Europeia de Lisboa, Lisbon, Portugal.

Rosário, A., Moreira, C. & Macedo, P. (2018). Dinâmica competitiva dos grupos estratégicos, XXVIII Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica, Interioridade e Competitividade: Desafios Globais da Gestão: fevereiro 7-10, Guarda, Portugal.

Rosário, A., Pratas, A. & Diogo, C. (2018). Implementação de Serviços Online nos Municípios associados da Comunidade Intermunicipal da Lezíria do Tejo, IV Scientific Meeting of the UI&D - ISLA, the professional future: 1 de junho. ISBN - 978-989-96995-1-9

Prof. Doutor Filipe Sardo

Serrasqueiro, Z., Sardo, F. and Félix, E. (2018). "The investment sensitivity to cash flows in VC-backed SMEs: does firm size matter?". 10th Portuguese Finance Network Conference (PFN2018). 2-4 July 2018, Portugal.

Profª Doutora Helena Rodrigues

Fernandes, P., Rodrigues L. & Rodrigues H. É fácil fazer compras com os olhos fechados: uma aplicação de supermercado para os deficientes visuais. CAPSI 2020 20a Conferencia da Associação Portuguesa de Sistemas de Informação, Porto.

Hélio Cavadissa, Luis Rodrigues, Helena Rodrigues. "What are the Main Features for Educational Software According to Angola Universities Students?". The IRES Institute of Research Engineers and Scientists, Lisboa.

Rosário, A., Pratas, A., & Diogo, C. (2019). Determinants of success in the implementation of a CzRM program in the Associated Municipalities of the Inter-municipal Community of Lezíria do Tejo, International Conference, Navigating the Future of Management, 10-12 July 2019, Universidade Europeia de Lisboa, Lisbon, Portugal.

Brochado, A., Troilo, M. & Rodrigues, H. (2019). Take a walk on the wild side: World zoos experiential satisfaction. RBGN's Paper Development Workshop.

Mohsin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2019). Star Wars: Measuring importance-performance analysis in three, four and five star hotels. 25th Annual APTA Conference.

Rodrigues, L. F., Oliveira, A., & Rodrigues, H. (2019). Main gamification concepts: a systematic mapping study. *Heliyon*, 5(7), e01993.

Rodrigues, L., Oliveira, A., Costa, C. & Rodrigues, H. (2018). Games & Business: Human factors in gamified applications. *Ciência 2018 - Encontro com a Ciência e Tecnologia em Portugal*.

Rodrigues, L., Oliveira, A., Rodrigues, H. & Costa, C. (2018). Games and Business: Human Factors in Gamified Applications. 9th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2018).

Rodrigues, L., Oliveira, A., Costa, C. & Rodrigues, H. (2018). Human factors in gamified applications. *Ciência 2018 - Encontro com a Ciência e Tecnologia em Portugal*.

Luis R., Oliveira, A., Costa, C. & Rodrigues, H. (2018). Gamification to teach and assess financial education: A case study of self-directed bank investors. 17th Annual Hawaii International Conference on Education.

Prof^o Doutor João Freire

Freire, J. and Gertner, R. (2020) "Food" and "Place Branding" Tenth International Conference on Food Studies, Marymount Manhattan College New York City, New York 17–18 October.

Freire, J. and Gertner, R. (2020) ""Food" a relevant dimension for a Destination Brand – the Case of the Algarve" 1ª Conferência Ibero-Americana de Place Branding 1st and 2nd of October, ICNOVA and NOVA FCSH.

Prof^a Doutora Marta Bicho

Lucian, Rafael and Marta Bicho (2019). Crowdfunding Practices for Social Projects: An Experiment of Co-Creation. In: Rossi P., Krey N. (eds) Finding New Ways to Engage and Satisfy Global Customers. AMSWMC 2018. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham.

Bicho, Marta; Ralitzia Nikolaeva and Carmen Lages (2019). Social Enterprise Legitimacy in a Hostile Market. In: Rossi P., Krey N. (eds) Finding New Ways to Engage and Satisfy Global Customers. AMSWMC 2018. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham.

Bicho, Marta; Ralitzia Nikolaeva, Carmen Lages and Fernando A.F. Ferreira (2018). Exploring the Success Factors of Hybrid Micro-Enterprises. In: Rossi P., Krey N. (eds) Marketing Transformation: Marketing Practice in an Ever Changing World. AMSWMC 2017. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham.

Prof^a Doutora Marta Sampaio

Saraiva, S., Sampayo, M., Rodrigues, L. F. (2020). What are the main requirements to conceptualize an App with the purpose of diminish tax literacy among millennials and generation-z. International Conference on E-Education, EBusiness, E-Management and E-Learning (IC4E) Lisbon, Portugal 29th - 30th May, 2020.

Silva, I. Sampayo, M., Rodrigues, L. F. (2020). The bad and the ugly: a systematic review of technology's negative impacts' mentions in literature from 2005 to 2020. 6th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'20) June 2 – 5, 2020. Valencia (Spain).

Prof^a Doutora Natália Pacheco

Rech, L., Pacheco N. A., Rech, E. (2020). Os efeitos das notícias ruins nas respostas cognitivas, afetivas e comportamentais do consumidor. Encontro da ANPAD, Porto Alegre - evento online, Brasil.

Reck, D., Franceschetto, I., Rech, L., Pacheco, N. A. (2018). Faltou integridade ou competência? Efeitos da coprodução da recuperação de serviços de acordo com o tipo de falha. Encontro de Marketing da ANPAD. Porto Alegre, Brasil.

Wagner, R. L., & Pacheco, N. A. (2018). Name-Your-Own-Price: A systematic review of the literature. 2018. Encontro de Marketing da ANPAD. Porto Alegre, Brasil.

Profº Doutor Pedro Mello

Tomé E.; Rivera-Hernaez O.; Lopez-Lopez D.; Mello P. (2020). Robotic and Artificial Intelligence (R&AI) Perceptions of Consumers and Producers – An International Comparison among Portugal and Spain, ECIAIR Conference, ISCTE Lisbon.

Mello, Pedro; Tomé E. (2020). Conflict Management Styles and Knowledge Management – Theoretical Analysis with Application in Portugal – ECKM Conference, UK, Coventry, December.

Profº Doutor Ricardo Abreu

D'Órey, F., Cardoso, A., & Abreu, R. (2019). "Tourist'Sense of Place", an Assessment of the Sense of Place in Tourism Studies: The Case of Portugal. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(1), 1-14.

Profº Doutor Ricardo Bilro

Loureiro, S.M.C., Bilro, R.G., Angelino, F. (2020). Creating memories in college student through virtual reality. 6th International AR VR Conference - Immersive Tech and the Future of Smart Cities.

Loureiro, S.M.C., Bilro, R.G., Japutra, A., Molinillo, S. (2020). Relationships between tourists and intelligent virtual assistants: promoting the love ties. AIRSI 2020 Conference on Artificial Intelligence and Robotics in Service Interaction.

Loureiro, S.M.C., Bilro, R.G. (2020). How committed I am with Tourist-Intelligent Virtual Assistants. ICMaTech'20 - Conferência Internacional sobre Marketing e Tecnologias de 2020.

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C. (2020). An exploratory study of social selling on LinkedIn: the concept and its implications. ICMaTech'20 - Conferência Internacional sobre Marketing e Tecnologias de 2020.

Al-Reesh, M., Loureiro, S.M.C. & Bilro, R.G. (2020). Inspiring consumers online: a proposed framework comparing different cultures. ICMaTech'20 - Conferência Internacional sobre Marketing e Tecnologias de 2020.

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., Guerreiro, J. & Raposo, D. (2020). How influencers and digital interaction can impact consumer-brand relationship and engagement. 2020 GAMMA-Global Marketing Conference. Global Alliance of Marketing & Management Associations.

Policarpo, P., Guerreiro, J., Loureiro, S.M.C., & Bilro, R.G. (2020). Exploring young artists' digital performance: the impact of online community engagement and co-creation on brand love. 2020 GAMMA-Global Marketing Conference. Global Alliance of Marketing & Management Associations.

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., Rosado-Pinto, F. & Costa, I. (2020). The impact of influencer marketing and instagrammers on consumer purchase intentions and brand attitude. 2020 GAMMA-Global Marketing Conference. Global Alliance of Marketing & Management Associations.

Al-Reesh, M., Loureiro, S.M.C. & Bilro, R.G. (2020). Firm performance through online engagement: the role of experience and customer inspiration. 2020 GAMMA-Global Marketing Conference. Global Alliance of Marketing & Management Associations.

Rosado-Pinto, F., Loureiro, S.M.C. & Bilro, R.G. (2020). Tourist-hotel relationship: the role of customer experience and brand authenticity. 2020 GAMMA-Global Marketing Conference. Global Alliance of Marketing & Management Associations.

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., Guerreiro, J. (2018). Analysing customer engagement on social network platforms devoted to tourism and hospitality. 2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings: 239-240 (July 2018).

Pina, L. S., Loureiro, S. M. C., Rita, P., Sarmiento, E. M., Bilro, R. G., Guerreiro, J. (2018). The perception of active listening practice on social networks. 2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings: 1098-1106 (July 2018).

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., Marques, M.I. (2018). Online brand communities: when consumers are negatively engaged. P. Rossi, N. Krey (eds.), *Finding New Ways to Engage and Satisfy Global Customers*, *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*: 733-740.

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., (2018). How can stimuli and emotions help increase brand advocacy. P. Rossi, N. Krey (eds.), *Finding New Ways to Engage and Satisfy Global Customers, Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*: 375-382.

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., Dos Santos, J.F. (2019). The impact of Massclusivity campaigns on perceptions and brand love of Gucci online brand communities' members. 48th European Marketing Academy Conference (EMAC 2019).

Loureiro, S.M.C., Bilro, R.G., Ferro, T. (2019). Are they sisters? Using text mining approach to understand perceptions about Madeira and Bermuda. 48th European Marketing Academy Conference (EMAC 2019).

Pinto, F., Loureiro, S.M.C., Bilro, R.G. (2019). Insights into brand authenticity and customer engagement in a restaurant setting: a text mining approach. 48th European Marketing Academy Conference (EMAC 2019).

Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C., Cabaço, M.G. (2019). Do hedonic rewards at online communities affect consumer-fashion brand engagement? A PLS approach. 2019 Global Fashion Management Conference at Paris.

Nobre, P., Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C. (2019). The influence of cross-cultural effect on Kérastase (L'Oreal Group) consumer-brand relationship and engagement. 2019 Global Fashion Management Conference at Paris.

Dos Santos, J.F, Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C. (2019). Analyzing the impact of massclusivity campaigns on luxury and mass-market fashion brands. 2019 Global Fashion Management Conference at Paris.

Cabaço, M. G., Bilro, R.G., Loureiro, S.M.C. (2019). Exploring the rewards dimension of engagement in consumer-fashion brand relationship. 2019 Global Fashion Management Conference at Paris.

"Consumer-brand engagement in a digital marketing era", BRU-ISCTE Seminar Series, 13th April, Lisbon, Portugal.

Online Brand Communities: When Consumers are Negatively Engaged", 21st World Marketing Congress of the Academy of Marketing Science, 27th to 29th June, Porto, Portugal.

"How Can Stimuli and Emotions Help Increase Brand Advocacy", 21st World Marketing Congress of the Academy of Marketing Science, 27th to 29th June, Porto, Portugal.

Prof^o Doutor Ricardo Raimundo

Raimundo, R., Domingues, N. (2020). Evaluation of the electricity liberalization impact on households and retail consumers, IEEE International Conference on Environment and Electrical Engineering. Madrid, June 09th -12th 2020.

Prof^a Doutora Vera Maria Portela de Herédia Lancastre Freitas Colaço

Herédia Colaço, Vera, Sandra Costa, and Maria Ataíde, "The Shape of Water: The Influence of Ecologically-designed Packaging on Brand Valuations," AMA Marketing and Public Policy Conference, Washington D.C. (US), June 2019.

Herédia Colaço, Vera, Sandra Costa, and Maria Ataíde, "The Shape of Water: The Influence of Ecologically-designed Packaging on Brand Valuations," 41st Annual ISMS Marketing Science Conference, Rome (Italy), June 2019.

Herédia Colaço, Vera, Rita Coelho do Vale, " "The impact of unique versus ordinary donation solicitations on prosocial behavior" for the 5th Symposium on Ethics and Social Responsibility Research, Lisbon (Portugal), June 2019.

Aleem, Aihoor, Vera Herédia-Colaço, "Luxury Hotel Consumption - Examining the effects of personality on consumers' hotel valuations involving inconspicuous versus conspicuous consumption experiences and sustainability perceptions," EURAM 2019 Conference, Lisbon (Portugal), June 2019.

2. Investigação Aplicada

Ao nível da investigação aplicada registamos alguns estudos de relevância desenvolvidos pelo IPAM Lisboa que permitem uma clara transferência de conhecimento para a sociedade civil. São exemplos deste tipo de resultados os barómetros referidos anteriormente, especificamente na **Linha 3** dos quadros de análise dos indicadores desta área.

Avaliação

Docência

2.º Semestre

2019/2020

IS2Quality
Monitor | Measure | Inform



Avaliação à docência (dados agregados)

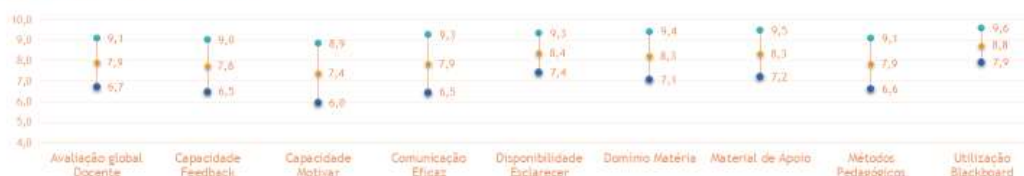
Medida	Avaliação Global	Capacidade Feedback	Capacidade Motivar	Comunicação Eficaz	Disponibilidade Esclarecer	Domínio Matéria	Material de Apoio	Métodos Pedagógicos	Utilização Blackboard
Média	7,9	7,8	7,4	7,9	8,4	8,3	8,3	7,9	8,8
Moda	9,0	#N/A	9,0	8,0	9,0	7,8	8,5	8,9	10,0
Mediana	8,3	8,1	7,9	8,2	8,6	8,6	8,6	8,2	9,0
Desvio Padrão	1,2	1,3	1,4	1,4	1,0	1,2	1,1	1,2	0,8
Média + Desvio Padrão	9,1	9,0	8,9	9,3	9,3	9,4	9,5	9,1	9,6
Média - Desvio Padrão	6,7	6,5	6,0	6,5	7,4	7,1	7,2	6,6	7,9
Mínimo	5,1	5,0	3,7	4,0	5,5	5,1	5,8	4,4	6,8
Máximo	9,7	9,6	9,4	9,7	9,5	9,6	10,0	9,7	10,0

- Utilização Blackboard apresenta-se como a variável com melhores resultados;
- Capacidade de Motivar (7,4 Média; 1,4 DP) é a variável com resultados menos satisfatórios.

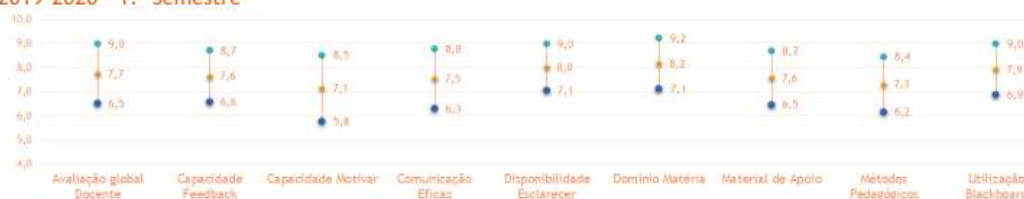
2

Avaliação à docência (dispersão)

2019/2020 - 2.º Semestre



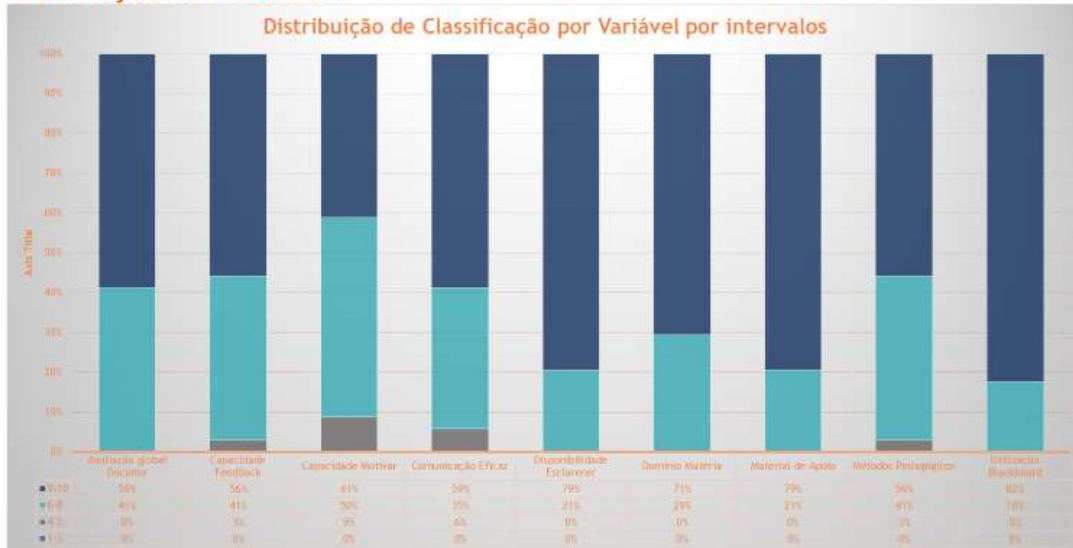
2019-2020 - 1.º Semestre



- Melhoria significativa da variável "Utilização Blackboard";
- Melhoria nas pontuações médias em todas as variáveis;
- Diminuição da dispersão na grande maioria das variáveis.

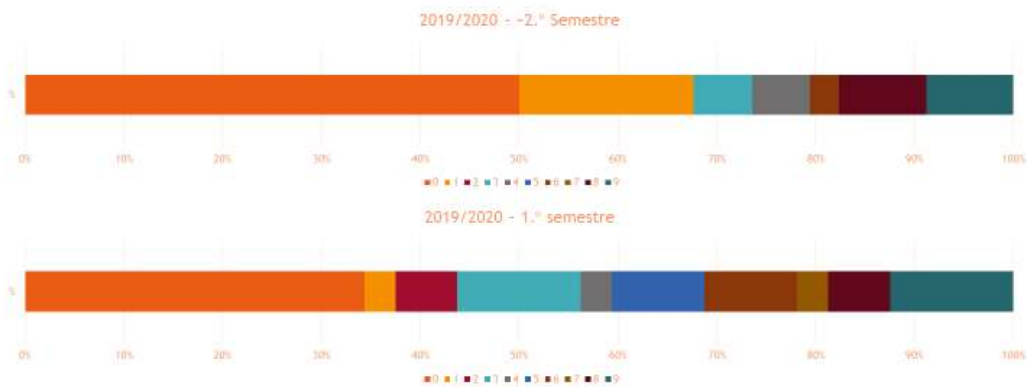
3

Avaliação à docência



4

Avaliação à docência



- 50% (face a 34% no semestre transato) do corpo docente tem uma avaliação acima de 7,5 valores em todas as variáveis;
- 74% (face a 56% no semestre transato) do corpo docente tem uma avaliação acima de 7,5 valores em 3 ou menos variáveis;
- 9% (face a 13% no semestre transato) do corpo docente tem uma avaliação abaixo de 7,5 valores em todas as variáveis.

5

Avaliação à docência

PERFIL DOS DOCENTES COM "N" VARIÁVEIS ABAIXO DE 7,5

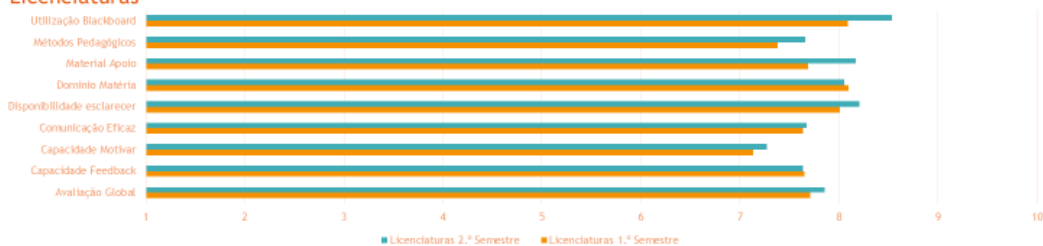
Distribuição	Média	Avaliação global Docente	Capacidade Feedback	Capacidade Motivar	Comunicação Eficaz	Disponibilidade Esclarecer	Domínio Matéria	Material de Apoio	Métodos Pedagógicos	Utilização Blackboard
0	8,8	8,8	8,6	8,6	8,9	8,9	8,8	8,8	8,6	9,1
1	8,2	8,2	8,0	7,3	8,0	8,5	8,6	8,6	7,9	8,8
2	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
3	8,0	7,4	7,3	5,9	7,4	9,2	8,8	9,2	8,0	9,3
4	7,8	6,5	7,3	6,0	6,7	8,8	8,5	9,1	8,3	9,6
5	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
6	7,3	7,3	7,1	6,7	7,2	7,5	7,8	7,6	7,6	6,8
7	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
8	6,1	6,0	5,8	5,0	5,2	6,9	6,4	6,5	5,5	7,9
9	6,0	6,0	5,6	5,6	5,8	6,3	6,0	5,9	5,7	7,3

- As variáveis **Capacidade de Motivar** e **Capacidade de Feedback** são aquelas que apresentam resultados mais baixos na grande maioria dos perfis;
- A **Utilização do BlackBoard** emerge com a variável com melhores resultados em todos os perfis.

6

Avaliação dos Ciclos de Estudos

Licenciaturas



Mestrados



7

Avaliação dos Ciclos de Estudos

2019/2020 - 2.º semestre

Ciclo de estudos	Avaliação Global	Capacidade Feedback	Capacidade Motivar	Comunicação Eficaz	Disponibilidade esclarecer	Domínio Matéria	Material Apoio	Métodos Pedagógicos	Utilização Blackboard
Licenciaturas	7,86	7,64	7,27	7,68	8,21	8,05	8,17	7,66	8,53
Isoladas - Licenciatura	8,19	8,16	7,64	8,22	8,29	8,25	8,56	7,93	8,86
Erasmus	8,37	8,41	7,58	8,00	8,78	8,59	8,48	8,33	8,71
Gestão de Marketing	7,77	7,50	7,16	7,53	8,13	7,93	8,05	7,52	8,47
Marketing	8,10	8,07	7,89	8,38	8,68	8,84	8,86	8,55	8,75
Mestrados	7,49	7,41	7,18	7,40	8,15	7,94	7,50	7,24	8,80
Gestão de Marketing	7,49	7,41	7,18	7,40	8,15	7,94	7,50	7,24	8,80

2019/2020 - 1.º semestre

Ciclo de estudos	Avaliação Global	Capacidade Feedback	Capacidade Motivar	Comunicação Eficaz	Disponibilidade esclarecer	Domínio Matéria	Material Apoio	Métodos Pedagógicos	Utilização Blackboard
Licenciaturas	7,71	7,65	7,13	7,64	8,01	8,10	7,69	7,38	8,09
Isoladas - Licenciatura	8,41	8,36	7,81	8,24	8,47	8,60	8,58	8,15	8,48
Erasmus	8,06	6,88	7,30	7,30	8,56	7,84	8,04	7,67	7,79
Gestão de Marketing	7,57	7,56	7,00	7,54	7,87	8,02	7,52	7,22	8,05
Marketing	8,22	8,35	7,65	8,35	8,82	8,55	8,02	8,10	8,18
Mestrados	8,22	8,18	7,64	8,05	8,35	8,71	7,92	7,65	8,10
Isoladas - Mestrado	8,86	9,43	8,86	8,86	8,86	9,57	7,13	9,00	9,67
Gestão de Marketing	8,19	8,13	7,59	8,02	8,34	8,67	7,96	7,60	8,05



Instituto Português de Administração de Marketing - Lisboa

Proposta de Abertura de Concursos Internos para o Conselho de Gestão do Instituto Português de Administração de Marketing (Lisboa) de 4 de Maio

Considerando:

- o artigo 5.º do Regulamento para os Concursos da Carreira Docente do IPAM Lisboa, e em conformidade também com as recomendações do Conselho Técnico-Científico do IPAM Lisboa datadas do dia 3 de abril de 2019, indicando que, com base na análise do corpo docente da instituição e na necessidade de se iniciar o processo de criação de uma carreira de forma sustentada;
- que no ano letivo 2019/20 foram abertos concursos para o provimento de dois lugares de Professor Coordenador que foram atribuídos, e no presente ano letivo 2020/21 encontra-se aberto dois concursos para Professor Coordenador que estarão finalizados no próximo mês de Junho;
- analisando o diagnóstico interno de Abril de 2021 tendo em consideração o artigo 40.º da Lei nº 62/2007, de 10 de setembro relativa ao corpo docente das instituições de ensino politécnico e o artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 207/2009 de 31 de Agosto relativo ao Estatuto da Carreira Docente Politécnica;

Vem o Diretor do IPAM Lisboa apresentar a seguinte proposta de abertura de concursos internos para o ano letivo 2021/22 ao Conselho de Gestão do IPAM Lisboa:

- 1 Vaga para Professor Coordenador Principal
- 3 Vagas para Professor Coordenador
- 4 Vagas para Professor Adjunto

Lisboa, 4 de Maio 2021.

O Diretor do IPAM Lisboa

Prof.ª. Doutora Marta Bicho

Anexo H - Cumprimento do rácio do corpo docente

Docente	Grau	Regime	Área do Título de Especialista	Aguarda defesa	Instituições que conferiram Título de Especialista	Ano de atribuição do Título	Alínea DL 206/2009
Ana Margarida Saraiva Ferreira	M	TP					
Ana Paula da Fonseca Cruz	L	TP	Mkt		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2013	a) do nº 1 do artigo 4º
Ana Paula Portal Fernandes de Alves e Martins	M	TP					
Ana Luísa Fernandes Marques Rocha	M	TI		x			
Anabela Figueira Neves Chastre	M	TP		x			
António Garcia Nunes Morão	M	TP	Mkt		Politécnico de Lisboa	2016	b) do nº 1 do artigo 4º
António Pedro Salgueiro Duarte Sacavém	D	TP					
António José Palma Esteves Rosinha	D	TP					
Carlos Manuel Súcia Búrcio	D	TI					
Carlos Manuel Cortês Pereira e Sá	L	TI	Mkt		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2015	a) do nº 1 do artigo 4º
Ana Catarina Rosa Carnaz	D	TP					
Fara Lynn Ferguson Carvalhinhos	L	TP		x			
Filipa Isabel de Almeida Fernandes Vilaça	D	TI					
Filipe Santos Mariño Carrera	L	TP		x			
Francisco Manuel Coelho da Silva	D	TP	Mkt		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2012	a) do nº 1 do artigo 4º
Helena Maria Correia Neves Cordeiro Rodrigues	D	TI					
Henrique Jorge Machado Ribeiro	L	TI	Mkt		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2020	a) do nº 1 do artigo 4º

Hugo Ângelo Lima da Silva	M	TP	Mkt		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2019	a) do nº 1 do artigo 4º
João Carlos Faro Leite Pinto Barbosa	L	TP	Mkt		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2015	a) do nº 1 do artigo 4º
João Filipe Torneiro	M	TI		x			
João Ricardo Martins Silva Freire	D	TI					
Joaquim Manuel da Silva Marques	L	TP	Mkt		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2013	a) do nº 1 do artigo 4º
José Álvaro Gomes Silva	L	TP	GA		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2011	a) do nº 1 do artigo 4º
José António Pereira Rousseau	D	TP	Mkt		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2019	a) do nº 1 do artigo 4º
José Miguel Violante Rodrigues	L	TI	GA		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2011	a) do nº 1 do artigo 4º
José Augusto Nunes Carneiro	M	TP	Mkt		ISPGAYA - Instituto Superior Politécnico Gaya	2015	b) do nº 1 do artigo 4º
Judite Maria Manso e Silva	L	TP	Mkt		Universidade de Aveiro	2015	a) do nº 1 do artigo 4º
Luís Manuel Godoi Valentim	D	TI	GA		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2012	a) do nº 1 do artigo 4º
Luís Raimundo Batalha Schwab	D	TI					
Luísa Margarida Guerra Marques Martinez	D	TI					
Marta Liliana Nunes Bicho	D	TI					
Marta Pereira de Lima de Mello e Sampayo Goulão	D	TI					
Miguel Edmundo Martin Davila	D	TI					
Natália Araújo Pacheco	D	TI					
Nuno João Marques Farinha	D	TI					
Nuno Rodrigues	L	TP					

Patrícia João Rodrigues Oliveira	M	TI					
Paulo José de Freitas Lopes Porto	L	TP	GA		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2012	a) do nº 1 do artigo 4º
Paulo Sérgio Teixeira Costa	L	TP	Mkt		ISCIA - Instituto Superior de Ciências da Informação e da Administração	2019	b) do nº 1 do artigo 4º
Pedro Gonçalo Correia Baptista Soares de Mello	D	TI		x			
Pedro Miguel Correia de Oliveira Aguiar	L	TP	Mkt		IPAM Porto + Politécnico do Porto + Politécnico de Coimbra	2014	a) do nº 1 do artigo 4º
Ricardo João Lourenço de Abreu	D	TP					
Ricardo Jorge Gomes Raimundo	D	TP					
Rui Manuel da Costa Carvalho Bráz	D	TI					
Sara Lopes Paulino Gomes Morais	M	TI					
Susana Cristina Silva Santos	M	TP	GA		Instituto Politécnico de Lisboa	2016	a) do nº 1 do artigo 4º
William Afonso Cantú	M	TP					
Yvonne Ivanescu	D	TP					