# ENSINUS – ESTUDOS SUPERIORES, SA

## Relatório de Atividades

## 2018-2019

## Índice


**1. O Instituto Superior de Gestão - ISG ..... 7**

1.1 Missão ..... 7

1.2 Valores ..... 7

1.3 Projeto Educativo ..... 7

1.4 Plano Estratégico ..... 9

1.5 Sistema de Gestão da Qualidade ..... 11

1.6 Estrutura Organizacional ..... 16

1.6.1 Organigrama Organizacional ..... 17

1.7 Órgãos de Governo/Gestão ..... 17

1.7.1 Direção ..... 17

1.7.2 Conselho Geral ..... 18

1.7.3 Conselho Científico ..... 18

1.7.4 Conselho Pedagógico ..... 19

1.7.5 Secretário-Geral ..... 20

**2. Relatório das Atividades Académicas 2018/2019 ..... 20**

2.1 Oferta Formativa ..... 20

2.1.1 Licenciaturas ..... 21

2.1.2 Mestrados ..... 21

2.1.3 Formação Avançada ..... 22

2.1.3.1 Pós Graduações ..... 23

2.1.3.2 Master Business Administration (MBA) ..... 23

2.1.3.3 Formação de Executivos ..... 24

2.2 Atribuição de Vagas por Cursos: ..... 24

2.2.1 Vagas para Pós-Graduações e Outros Cursos: ..... 25

2.3 Acreditação da Oferta Formativa ..... 25

2.4 O Provedor do Aluno ..... 26

**3. Estágio, Emprego e Empreendedorismo ..... 27**

3.1 Gabinete de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo-GRIE ..... 27

3.2 Entidades Protocoladas com o ISG ..... 27
3.3 Estágios ..... 29
3.4 Empregabilidade ..... 29
3.5 Incubadora de Projetos – "*Projeto Empreendedor*" ..... 30
**4. Promoção de Iniciativas do Âmbito Académico e Pedagógico ..31**
**5. Investigação ..... 32**
5.1 Produção de Dissertações ..... 32
5.2 Produção Científica ..... 33
5.2.1 Publicações/livros ou capítulos de livros /projetos e outros ..... 33
**6. Sustentabilidade ..... 72**
6.1 Internacionalização ..... 72
6.1.2 ERASMUS+ tabela de instituições parceiras: ..... 74
6.2 Cidadania e Inclusão ..... 75
6.2.1 Atribuição de Bolsas da DGES ..... 75
6.3 Alunos Internacionais ..... 76
6.4 A Comunicação ..... 77
6.4.1 Publicidade nas Redes Digitais ..... 79
6.4.2 Publicidade nos Media em suporte físico ..... 81
6.4.3 Publicidade nos transportes ..... 83
6.4.4 Comunicação, Ativação, e Produção de Materiais para Stands e Feiras: ..... 84
6.5 Projetos para captação de novos alunos ..... 87
6.5.1 Criar Saberes ..... 88
6.5.1 Open day ISG ..... 95
6.6.2 Projeto Inspiring Future ..... 97
6.6.3 Projeto Academia Financeira ..... 101
6.5.3.1 Outras Participações em Feiras e Eventos Ligados à Educação e à Formação ..... 104
6.5.4 Intervenção nos Media ..... 105
**7. Recursos Humanos ..... 110**
7.1 Plano de Benefício de Saúde ("PBS") ..... 111
**8. Recursos Materiais ..... 112**
8.1 Instalações ..... 112

**9. Análise Financeira** ..... Erro! Marcador não definido.

9.1 Balanço ..... **Erro! Marcador não definido.**

9.2 Demonstração dos Resultados ..... **Erro! Marcador não definido.**

9.3 Indicadores ..... **Erro! Marcador não definido.**

**10. Evolução Previsível da Sociedade ...** Erro! Marcador não definido.

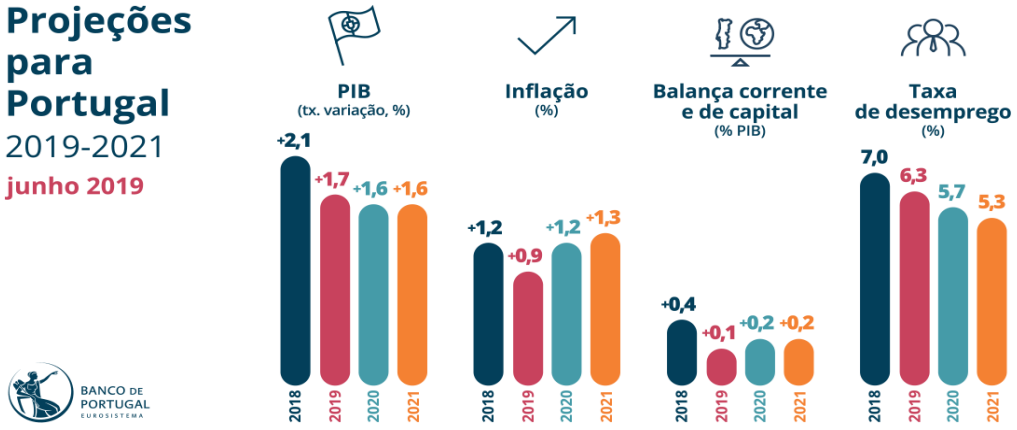
**11. Movimento de Ações** ..... Erro! Marcador não definido.

**12. Proposta de Aplicação de Resultados** Erro! Marcador não definido.

**13. Considerações Finais** ..... Erro! Marcador não definido.

## Enquadramento Económico

De acordo com informação oficial do Banco de Portugal datada de setembro de 2019, a economia portuguesa deverá manter "uma trajetória de expansão ao longo do período 2019-21, embora a um ritmo de crescimento inferior ao observado nos últimos anos" e o crescimento real do PIB deverá ser de 1,7% em 2019, depois de ter registado o valor de 2,1% em 2018. O crescimento do consumo privado e as exportações têm sustentado esta dinâmica de atividade. Ainda assim, em termos de convergência, o PIB per capita em Portugal situa-se próximo de 60% da média do PIB per capita da área do euro.




Fonte: Banco de Portugal

A inflação (IHPC), deverá manter-se em valores baixos, mas com tendência de ligeiro crescimento, aumentando de 0,9% em 2019 para 1,3% em 2021.

As taxas de desemprego na Europa são historicamente baixas, registando os valores mais baixos dos últimos 20 anos, tendo atingido o valor de 6,2% em agosto, em Portugal.

Quanto à população, Portugal assiste a um processo de "transição demográfica caracterizado pela redução e envelhecimento da população" em que "o saldo natural tem vindo a diminuir gradualmente desde os anos 80 do século passado por via da redução da fecundidade". A população portuguesa deverá situar-se em cerca de 10.260.000 habitantes e em que apenas 14% são jovens até aos 15 anos de idade.

## Candidatos ao Ensino Superior

No ensino superior, Portugal atingiu em 2018, a marca de 19% da população diplomada e na faixa etária dos 30 aos 35 anos, essa taxa é superior a 33%. Apesar da quebra da taxa de natalidade de 6,8% verificada no ano 2001 (10,9‰), face ao ano 2000 (11,7‰) o número de candidatos ao ensino superior (1ª fase) para o ano letivo de 2019/2020, evoluiu de forma contrária e subiu 3,35% face a 2018/2019. Em 2018 apresentaram-se na 1ª fase do concurso nacional de acesso 49625 estudantes, face aos 51291 de 2019.

Considerando a idade padrão média de 18 anos para o acesso ao ensino superior, tudo levaria a indicar uma quebra no número de candidatos em 2019, a avaliar a realidade apenas por esta variável da demografia/natalidade. Foi recentemente publicado um relatório do Ministério da Educação demonstrando que o número de alunos no ensino básico e secundário decresceu, no espaço de 10 anos, cerca de 25%, ou o mesmo será dizer que perdeu perto de meio milhão de alunos desde 2008. Apesar desta realidade, o número de alunos que terminam o secundário e que optam seguir para ensino superior é, felizmente, cada vez maior. Atualmente mais de 46% dos alunos que terminam o 12º ano seguem estudos de ensino superior.

# 1. O Instituto Superior de Gestão - ISG

## 1.1 Missão

A Missão do ISG centra-se em perceber as necessidades educativas dos diversos setores económicos e sociais, organizando as ofertas de formação de forma a contribuir para o desenvolvimento do país e da sociedade em geral, dotando de conhecimento os diferentes agentes económicos nacionais e internacionais onde intervém.

## 1.2 Valores

No ISG | Business & Economics School, a educação para a gestão tem em conta fatores chave de índole profissionalizante, integrando o conhecimento com a prática, e o rigor com a relevância, refletindo os desafios complexos que se colocam aos gestores no seu dia-a-dia.

Reinvenção Permanente

Rigor Científico

Exigência Pedagógica

## 1.3 Projeto Educativo

O Instituto Superior de Gestão - ISG impõe-se desde 1978 como uma Escola de referência no contexto do ensino das ciências económicas e empresariais em Portugal. De entre as Escolas de Gestão, o projeto ISG destaca-se pelo caráter inovador da sua formação multidisciplinar, adaptada às reais necessidades do mercado de trabalho.

No ISG, a formação tem em conta fatores chave de índole científica e simultaneamente profissionalizante, aliando o saber pensar e o saber fazer, numa vocação universitária, integrando o conhecimento com a prática e o rigor com a relevância, refletindo os desafios complexos que se colocam aos gestores e economistas no seu dia-a-dia. O ISG centra a sua atividade numa maior aproximação ao meio empresarial, nomeadamente através de parcerias com empresas nacionais com larga base de implantação no mercado.

O ISG aposta na geração de sinergias para um ensino superior que, sendo capaz de manter o enfoque na componente científica, a aplica a outras formas de conhecimento cada vez mais profissionalizantes e focalizadas numa ótica de saber pensar e saber fazer, encontrando-se dotado de modernos e funcionais equipamentos educativos dispondo inegavelmente de um dos mais generosos rácios área/aluno do nosso parque universitário.

A formação que, no passado, se ofereceu e que, no futuro, se pretende continuar, tem uma estreita relação com a necessidade de estar atento aos movimentos de transformação económica e social e, a partir daí, perceber as necessidades dos diversos setores económicos e sociais e organizar a oferta de formação. Neste processo, não surpreende e não há que recear que alguns cursos ocupem uma posição de conteúdo qualitativo crescente, mesmo que tendam a manifestar uma grande apetência para reagir superficialmente às "modernidades" do setor, enquanto outros, apoiados num caminho e conhecimento mais compreensível, estruturado e sedimentado são mais estáveis nos seus processos de formação.

Apesar de olhar o futuro, é essencial não abdicar de uma parte da herança que se transformou num património insubstituível: a capacidade de articular o saber prático e profissional com a reflexão teórica e a investigação, com a transferência para os processos de formação desses saberes profissionais. Manter abertos e desenvolver essas ações de trocas de informação entre o interior e o exterior da Escola e as estreitas ligações a empresas e organizações não é, pois, uma simples afirmação, mas um padrão de formação.

Este processo contínuo de organizar a formação, a atenção à qualificação dos seus quadros traduz a capacidade de uma escola em qualificar os seus estudantes perante um mercado cada vez mais exigente. A missão consiste no desenvolvimento de pessoas

e produção de conhecimento que permitam a construção e evolução da Sociedade e dos Mercados.

O Instituto Superior de Gestão orienta-se pelos conceitos-chave de trabalho e exigência, de algum modo determinados pela cultura acumulada na instituição e fruto também das redes de relacionamento e circulação de conhecimento da qual o ISG e os seus docentes fazem parte, orientando os produtos a oferecer à comunidade em quatro modalidades: Licenciaturas, Mestrados, Pós-graduações e Cursos para Executivos.

Para além destes aspetos da lógica de funcionamento da Escola, faz parte da sua tradição e cultura e, naturalmente, da sua estratégia, o desenvolvimento de relações com a sociedade e com o mercado, seja pela via dos temas dos trabalhos curriculares seja, igualmente, por via de iniciativas diversas com impacto no exterior – congressos, seminários – seja, ainda, por projetos de pesquisa ligados a lógicas de interesse público.

Este projeto educativo insere-se ainda, numa lógica de alinhamento internacional, tanto ao nível da designação, quanto dos valores de base das áreas científicas nele inseridas.

## 1.4 Plano Estratégico

O plano estratégico do ISG, em articulação com o seu projeto educativo, está centrado em quatro eixos: Sustentabilidade; Clientes; Processos Internos e Conhecimento. Os objetivos principais tendo em conta as variáveis externas e os pontos fortes e fracos do ISG, são: Fortalecer a imagem da marca do ISG; Desenvolver o conceito de Business School e formação de executivos próximo da comunidade empresarial; Estabilizar a oferta formativa conducente a grau académico; Inovação pedagógica permanente e atualização constante de conteúdos programáticos; Incentivar a produção de investigação e publicação em revistas científicas sem descurar a pedagogia e o ensino técnico característico das ciências económicas e empresariais; Abrir a universidade ao mercado através da promoção de seminários e conferências.

Promover uma política de gestão de pessoas que permita o desenvolvimento e valorização dos seus conhecimentos técnicos, científicos e das suas competências pessoais, promovendo a sua formação contínua, envolvimento e motivação.

Modelo: Plano Estratégico para o Projeto Educativo

**Aprendizagem e conhecimento**: promover uma política de gestão de pessoas que permita o desenvolvimento e valorização dos seus conhecimentos técnicos, científicos e das suas competências pessoais, promovendo a sua formação contínua, envolvimento e motivação. Através do incentivo à publicação e investigação em colaboração com o CIGEST- Centro de Investigação em Gestão e CICANT-The Centre for Research in Applied Communication, Culture, and New Technologies e outros centros onde os diversos docentes são investigadores; Incentivar a progressão na carreira dos docentes, com a obtenção dos seus graus de doutoramento, manter a sua vocação universitária; Fomentar a investigação científica, CIGEST- e IBER; Projetos FCT-Fundação para a Ciência e a Tecnologia e CE- European Commission; estimulo à participação em conferências internacionais.

**Clientes/Estudantes:** Garantir um serviço de qualidade reconhecida, procurar sistematicamente oferecer a melhor oferta formativa nas áreas das Ciências Económicas e Empresariais, tentando ajustar os conteúdos programáticos e a formação perfeitamente ajustada às reais necessidades do mercado. Para alcançar tais objetivos, o ISG procura estabelecer com as partes interessadas um relacionamento profícuo e canais de comunicação transparentes e eficazes, pelo cumprimento das especificações, pelo caráter pedagógico e científico da sua atividade. Procuramos: Estabilizar/ consolidar a oferta formativa, procurando mais alunos para os cursos e não mais cursos; Consolidar a oferta formativa no 1.º e 2.º ciclo, bem como aumentar a produção de teses; Criar oferta formativa para executivos e cursos de pós-graduação.

**Sustentabilidade:** Garantir a sustentabilidade económica e financeira, assente num modelo de gestão partilhada com maior rigor na gestão de recursos e controlo dos custos, evitando desperdícios, optando por uma contenção nos gastos e criatividade em soluções inovadoras de gestão. Visando desta forma, fortalecer a imagem de marca ISG e criar uma Business School (académica) e FEX - Formação de Executivos, mais próxima das empresas.

**Processos Internos:** Promover a posição do ISG nos rankings nacionais e internacionais pela qualidade de ensino prestado. Prestigiando a sua cooperação internacional seja através dos protocolos e parcerias estabelecidos com outras instituições de ensino, quer pela relação que tem sido desenvolvida com os programas europeus de promoção de mobilidade, como é o caso do Erasmus+, de forma a permitir a sustentabilidade da atividade de educação para a gestão. Permanecem como objetivos constantes da direção: Procurar sinergias entre os cursos intra e inter departamentos, procurando, a prazo, a lógica académica de ensino superior por unidade curricular; Inovar nos conteúdos das unidades curriculares das licenciaturas e mestrados e acentuar na pedagogia, a vocação prática e técnica dos mesmos; Desenvolver um departamento que estude o desenvolvimento de novas oportunidades nas empresas; Desenvolver conteúdos das pós-graduações existentes em articulação com os futuros mestrados.

## 1.5 Sistema de Gestão da Qualidade

O ISG | Business & Economics School tem como referência, no que ao sistema de gestão de qualidade diz respeito, um conjunto de legislação, normas, e recomendações, nacionais e internacionais, das quais se destacam:

A3ES (Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior);

Manual para o processo de Avaliação Institucional no Ensino Superior (2017) e Referenciais para Sistemas de Garantia de Qualidade nas Instituições de Ensino Superior (2016);

ENQA: Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education (2015); ISO 9001 2015 – Sistema de Gestão de Qualidade;

Lei n.º 38/2007, de 16 de agosto: Regime Jurídico da Avaliação do Ensino Superior (RJAES);

Lei n.º 62/2007, de 10 de setembro: Regime Jurídico de Ensino Superior (RJIES).

No primeiro semestre do ano letivo 2017/2018 decorreu, no ISG, a avaliação institucional da responsabilidade da A3ES, tendo o ISG sido notificado do Relatório Final da Comissão de Avaliação Externa em maio de 2018, no qual aponta a acreditação do ISG, com condições a serem satisfeitas no prazo máximo de 3 (três) anos. Esta decisão foi publicada em novembro de 2019 no site da A3ES.

A política de qualidade que orienta a atuação do ISG na relação com todas as partes interessadas na atividade por si desenvolvida é marcada globalmente por um comportamento de gestão e funcionamento proactivo, cooperante, construtivo, transparente, rigoroso e valorizador de todas as partes, tendo em consideração quatro Perspetivas de gestão: Perspetiva da sustentabilidade; Perspetiva do cliente; Perspetiva interna e na Perspetiva da aprendizagem e conhecimento.

Em junho de 2017 o ISG desenvolveu um manual com as Diretrizes para o Sistema de Gestão da Qualidade, estruturado com o intuito de descrever os princípios adotados na gestão do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), o que permite criar condições que assegurem a concretização da Política da Qualidade e dos objetivos/intenções definidos pelo ISG. As disposições preconizadas pretendem potenciar a garantia da satisfação de todas as partes interessadas, designadamente dos clientes/alunos.

O modelo desenvolvido tem como objetivo intrínseco a melhoria contínua do desempenho do SGQ, mas também ambiciona ser fator decisivo para o sucesso do ISG.

Tendo por base estas diretrizes, o ISG pretende dar a conhecer a Política da Qualidade, a Missão e Visão face aos requisitos da Qualidade, os princípios e valores que ditam a sua conduta e a sua estruturação funcional e organizacional.

Internamente, estas diretrizes são entendidas como um instrumento de consciencialização, formação e informação sobre os aspetos relevantes para a Gestão da Qualidade.

Tendo como referencial a Norma NP EN ISO 9001, pretende criar-se sinergias sistemáticas entre os processos de planeamento, processos de execução, processos de análise e de estabelecimento da melhoria e processos de suporte à atividade, para que a melhoria contínua seja uma prática sustentada.

Neste sentido, foram criados e mantêm-se atualizados os procedimentos que procuram promover a melhoria contínua do serviço prestado;

Foram estabelecidos e mantêm-se atualizados os procedimentos para identificar e ter acesso a requisitos legais ou outros, que possam aplicar-se aos serviços prestados pela empresa;

Foram estabelecidos e estão documentados os objetivos e as metas a atingir no âmbito da gestão para cada nível e função relevante do ISG com o intuito de que estes sejam consistentes com a Política da Qualidade definida pela Direção e pela Direção de Qualidade;

Foram estabelecidas e comunicadas as funções e responsabilidades com o objetivo de facilitar uma gestão eficaz do SGQ;

Foram estabelecidas e identificadas as necessidades de competência apropriadas às funções desempenhadas por cada colaborador, assim como são postas em prática ações para que os colaboradores estejam conscientes da sua contribuição para o atingir dos resultados esperados;

Foram definidos e encontram-se descritos os procedimentos de controlo operacional e de realização das atividades, concedendo-se prioridade à implementação real e à aplicação de boas práticas, suportadas por uma estrutura documental que se pretende de fácil interpretação, clara e objetiva.

O ISG apoia e fomenta todas as medidas relacionadas com a melhoria da qualidade, de modo a assegurar o sucesso deste projeto, sobretudo porque considera que uma certificação tem como pilar de base um sistema devidamente implementado em adição à definição de processos e documentos.

Por as ações de monitorização, os processos de auditoria e a análise sistemática dos desempenhos (resultados atingidos) poderem gerar uma grande quantidade de informação, a forma como a informação é registada e analisada determina a sua utilidade.

São estes os principais aspetos do processo de acompanhamento e análise do SGQ, com o objetivo de identificar áreas para a melhoria.

Pretende-se que estes processos sejam contínuos, com um caráter eminentemente interativo, em alternativa a verificações periódicas. Assim, desenvolveu-se um sistema de registos da qualidade resultantes das ações de monitorização e acompanhamento,

com análise de resultados e identificação de medidas de correção, de melhoria ou de ações corretivas, no qual a realização de auditorias completa este processo.

Face à dimensão da organização e estrutura do ISG, implementaram-se, sistematizaram-se práticas e atribuíram-se responsabilidades que proporcionam a análise e avaliação contínua pela Direção e Direção de Qualidade.

A Direção de Qualidade tem a função de assessorar o Conselho de Administração na revisão/análise do desempenho do SGQ, levando até ao mesmo informações sobre a eficácia do sistema, assim como na determinação de ações corretivas, preventivas e de melhoria. A autoridade para decisões ou ações a tomar são dadas à Direção do ISG a quem compete nomear os elementos da empresa que vão pôr em prática tais determinações.

Da realização e cumprimento do plano de atividades de análise, acompanhamentos sistemáticos e monitorização do SGQ, decorre uma grande probabilidade de que os planos de ação, as metas, os objetivos e, em última análise, a política, necessitem de adaptações ou modificações, é neste sentido que se definiu o processo de Planeamento e Controlo, incluindo a análise e o desencadeamento de ações corretivas e análise de risco e outras ações que potenciem a melhoria do desempenho do ISG.

Das conclusões e das decisões sobre a melhoria dos serviços e do desempenho dos processos, resulta a necessidade do novo planeamento das ações julgadas necessárias para que se atinjam tais resultados.

Estes princípios levaram o Instituto Superior de Gestão à identificação de um conjunto de processos para a implementação e consolidação do SGQ, estabelecendo uma rede de processos, baseado no Ciclo de Deming, o que proporcionará a melhoria contínua do desempenho organizacional. Na rede apresentada nas páginas seguintes identificam-se as principais interações entre os processos, assim como a sua sequência.

No momento da revisão ao sistema os dados de desempenho são reportados no Relatório de Gestão que faz o balanço do ano transato. O balanço é analisado em reunião entre a Direção e Direção da Qualidade, estas reuniões são registadas em atas, bem como as decisões tomadas relativamente à melhoria da eficácia do SGQ e dos seus processos, melhoria dos serviços relacionados com os requisitos dos clientes, necessidades de recursos. A revisão pela gestão é a base para o estabelecimento do Programa de Gestão para o ano seguinte.

É objetivo desta metodologia de abordagem por processos, propiciar um enquadramento que permita a compreensão das suas interações e a determinação do seu desempenho, através de indicadores adequados. A sua determinação e prossecução efetua-se regularmente, de acordo com os objetivos, indicadores definidos, com o objetivo de melhorar continuamente a eficiência e a eficácia dos processos e, consequentemente, da empresa. A descrição de processos foi realizada tendo por base uma matriz de processo onde são definidos:

O conjunto de processos que caracterizam os serviços do Instituto Superior de Gestão e o seu sistema de gestão da qualidade, encontram-se representados na rede de processos, apresentado na tabela 1Toda a rede de processos é estabelecida tendo em conta aquilo que constituem os requisitos dos clientes, com vista à sua satisfação.

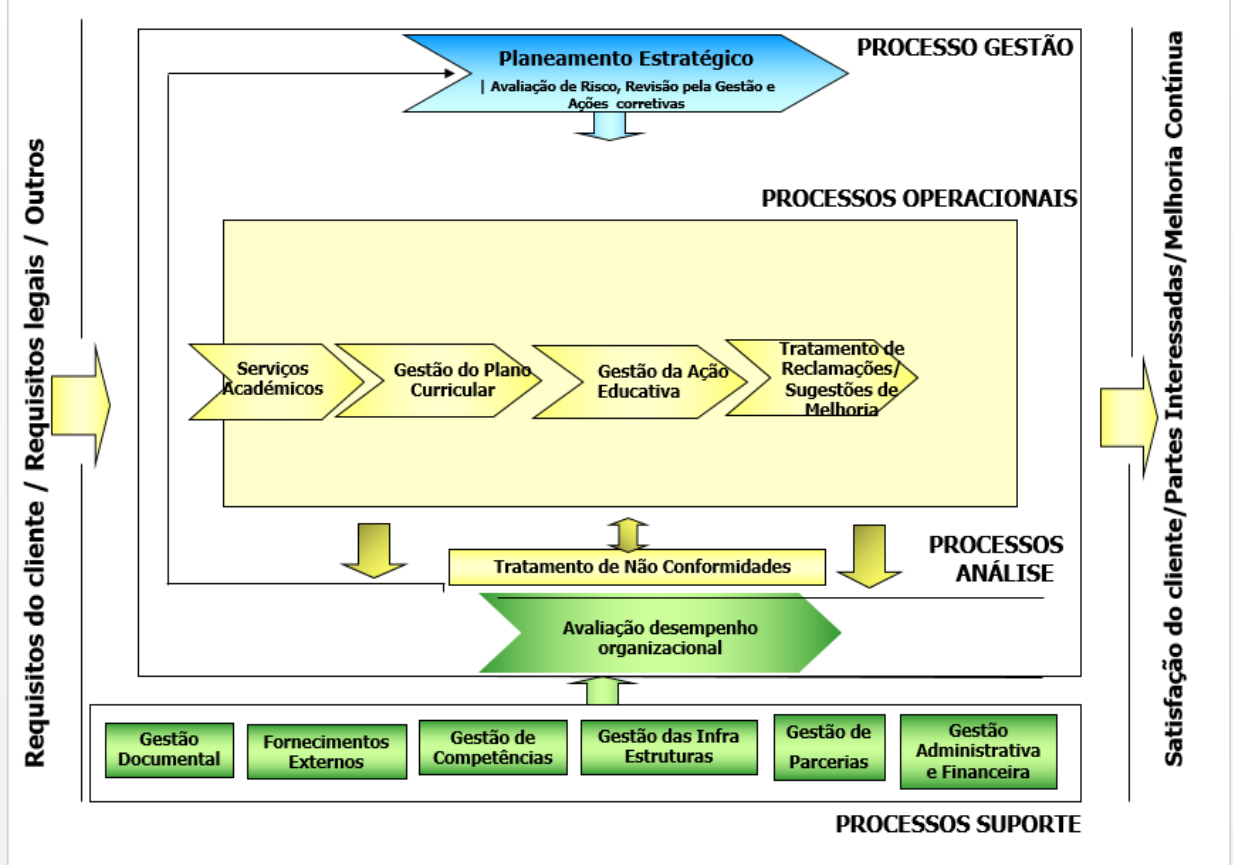



Tabela1- Fonte: Própria no âmbito da implementação da SGQ

A versão última do manual de qualidade ficou aprovada em 2019. Também desde o ano letivo 2017/2018 a Direção de Qualidade ficou encarregue de preparar um Regulamento

Interno que implementasse no ISG o Regulamento Gral de Proteção de Dados (Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho de 27 de Abril de 2016) no ISG.

Como trabalho preparatório para a elaboração do Regulamento Interno de Proteção de Privacidade, sentiu-se a necessidade de verificar qual o ponto de situação de cumprimento do RGPD e legislação nacional no ISG.

Dessa análise resultaram as fragilidades e lacunas estruturantes, no que às políticas de proteção de dados diz respeito, o que poderia fazer o ISG incorrer em violações grosseiras da nova legislação de proteção de privacidade.

Posto isto, ponderando todas as fragilidades e lacunas detetadas, pretendeu-se, com o Regulamento Interno de Proteção de Privacidade, dar a conhecer a todos quanto colaboram no ISG, as políticas de tratamento de dados pessoais implementadas, devendo as mesmas ser entendidas com cariz de obrigatoriedade, e por conseguinte, sempre que se verifique a sua violação, serão passiveis de constituir infração disciplinar, civil e criminal.

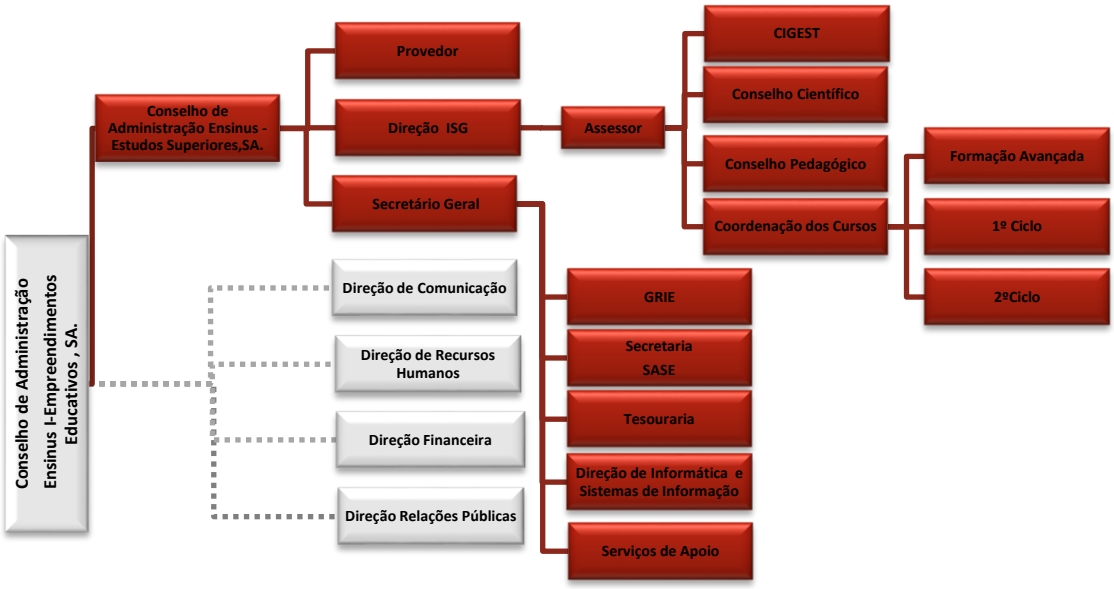
## 1.6 Estrutura Organizacional

O Instituto Superior de Gestão-ISG possui um Conselho de Administração Ensinus-Estudos Superiores, S.A., que por sua vez, tem como base constituinte o Conselho de Administração Ensinus I-Empreendimentos Educativos, SA.

Dependem diretamente do Conselho do ISG: O Provedor; O Diretor e O Secretário-Geral. Todos os demais departamentos dependem diretamente ou indiretamente da Direção ou do Secretário-geral.

No caso das Direções: Comunicação; Recursos Humanos; Financeira e Relações Públicas, essas dependem diretamente do Conselho de Administração Ensinus I-Empreendimentos Educativos, SA. Como é possível vislumbrar na constituição do organigrama institucional que se segue

### 1.6.1 Organigrama Organizacional




## 1.7 Órgãos de Governo/Gestão

De acordo com o disposto no artigo 140.º do Regime Jurídico das Instituições de Ensino Superior, aprovado pela Lei n.º 62/2007, de 10 de Setembro, de 2007, a ENSINUS - Estudos Superiores, S.A. é possuidora de Estatutos (despacho nº20332/2019, DR, 2ªSérie, N.º 174, de 8 de Setembro de 2009), que definem os objetivos, projeto científico, cultural e pedagógico, estrutura orgânica, a forma de gestão e organização, bem como todos os aspetos fundamentais da sua organização e funcionamento.

Está estabelecido nos Estatutos do ISG, que a sua estrutura orgânica possui os seguintes órgãos de gestão: O Diretor; O Conselho Geral; O Conselho Científico; O Conselho Pedagógico e o Secretário-Geral.

### 1.7.1 Direção

O Diretor é o órgão singular de direção e coordenação da atividade científica, pedagógica e cultural do ISG. No ano Letivo de 2018/2019, o Prof. Doutor Miguel Nuno Vieira de Carvalho Abreu Varela manteve-se como Diretor do ISG e acumula, de acordo

com os estatutos vigentes, o cargo de Presidente dos Conselhos Científico e Conselho Pedagógico. O atual Diretor foi renomeado em Outubro de 2019 para um mandato que termina em Setembro de 2022.

### 1.7.2 Conselho Geral

O Conselho Geral é o órgão colegial destinado a analisar e discutir as grandes linhas de orientação e desenvolvimento do ISG. Compõem o Conselho Geral: Os membros do Conselho de Administração; O Diretor do ISG; O Secretário-Geral; Dois membros do Conselho Científico (por este designados); Um membro do Conselho Pedagógico (por este designado); Individualidades de reconhecido mérito no âmbito das Ciências de Gestão ou no domínio da atividade empresarial (convidados pelo Conselho de Administração da entidade instituidora do ISG ou pelo Diretor); Um representante dos docentes (designado pelo Conselho Científico); Um representante dos Ex-alunos, um representante dos alunos (ambos designados pela Associação Académica).

Atual composição do Conselho de Administração da entidade Instituidora do ISG: Presidente do C.A., Professor Doutor Manuel de Almeida Damásio; Administradora Executiva, Dr.ª Teresa do Rosário C. Almeida Damásio; 1.º Vogal, Dr. Manuel Ferreira Caetano; 2.º Vogal, Professora Doutora Maria da Conceição Ferreira Soeiro e 3.º Vogal, Professor Doutor Faria Francisco Ferreira.

A eleição/nomeação de novos membros do Conselho Geral ocorrerá em novembro de 2019.

### 1.7.3 Conselho Científico

É o órgão colegial de Gestão Científica do ISG. O Conselho Científico é presidido, por inerência, pelo Diretor, Prof. Doutor Miguel Nuno Vieira de Carvalho Abreu Varela, e pelos demais representantes eleitos nos termos estatuídos nos estatutos em vigor.

O Colégio Eleitoral efetuou a eleição e nomeação dos membros deste conselho, para o mandato de outubro de 2016 a setembro de 2019. Do corpo docente doutorado, composto por 31 doutores, votaram 14 doutores e foram apurados 14 votos úteis e expressos na lista A, tendo sido eleitos os elementos que se seguem:

| Representantes dos Professores de Carreira e Professores a Tempo Integral | |
|---|---|
| **Alberto José Lança de Sá e Mello** | Professor Associado |
| **Álvaro Borba Cruz Lopes Dias** | Professor Catedrático |
| **Ana Paula Aires Nunes Amaro** | Professor Associado |
| **António Campos Pires Caiado** | Professor Catedrático |
| **Armando Rui Teixeira dos Santos** | Professor Associado |
| **Custódia do Sacramento Ferro Costa** | Professora Associada |
| **José Alberto Lopes Costa** | Professor Auxiliar |
| **Maria Helena dos Santos Lopes Curto** | Professora Auxiliar |
| **Maria Leonor Maciel dos Santos Almeida** | Professora Associada |
| **Rui Miguel Entradas Silva** | Professor Auxiliar |
| **Tito Ferreira de Carvalho** | Professor Associado |

Para apurar o representante do Centro de Investigação ADI/CIGEST, votaram 14 doutores, em que foram apurados 14 votos úteis e expressos na candidatura da representante:

| Representante da ADI/CIGEST (Investigadores) | |
|---|---|
| **Paula Bela Rosa Lopes** | Professora Auxiliar |

### 1.7.4 Conselho Pedagógico

É o órgão colegial de definição e coordenação da orientação pedagógica das atividades de ensino-aprendizagem desenvolvidos pelo ISG. O Conselho Pedagógico é presidido pelo Diretor, Prof. Doutor Miguel Nuno Vieira de Carvalho Abreu Varela, por um representante dos professores, por um representante dos professores assistentes e por um representante dos alunos de cada ciclo de estudos, conforme estatuído nos estatutos em vigor.

O Colégio Eleitoral efetuou a eleição e nomeação dos membros deste conselho, para o mandato de outubro de 2016 a setembro de 2019. Do corpo docente doutorado, composto por 31 doutores, foram apurados 14 votos úteis e expressos na eleição dos seguintes:

| Representantes dos Professores | |
|---|---|
| **José Alberto Lopes Costa** | Professor Auxiliar |

| Representantes dos Assistentes | |
|---|---|
| **José Paulo Boléu Sampaio Fernandes** | Assistente |

A Associação Académica indicou, igualmente, os seus representantes neste conselho:

| Representantes dos Alunos | |
|---|---|
| **Mariana Esgalhado** | 1.º ciclo |
| **Raquel Conde** | 1.º ciclo |
| **Maria Batista** | 2.º ciclo |

### 1.7.5 Secretário-Geral

É o órgão singular de gestão financeira e técnico-administrativo do ISG, a quem cabe assegurar a gestão administrativa, patrimonial e financeira, em articulação com o órgão de administração da entidade instituidora, e dirigir os serviços académicos, administrativos e auxiliares, em articulação com o Diretor. Como Secretária-Geral foi nomeada pelo Conselho de Administração a Professora Doutora Maria da Conceição Ferreira Soeiro, cujo mandato é de três anos, tendo-se iniciado em Outubro de 2016 e terminado em setembro de 2019, tendo sido sendo nomeado o Prof. Doutor João Heitor, para o cargo, com mandato até setembro de 2022.

## 2. Relatório das Atividades Académicas 2018/2019

### 2.1 Oferta Formativa

A oferta formativa do Instituto Superior de Gestão - ISG, é constituída por cursos de 1.º ciclo (Licenciatura), 2.º ciclo (Mestrado) e Formação Avançada (Pós-Graduações, MBA's e Formação de Executivos). Todos estes cursos estão orientados para a formação de quadros, na área das ciências económicas e empresariais.

Fazem parte da oferta formativa do ISG, quatro cursos de Licenciatura, quatro cursos de Mestrado e dezasseis cursos de Pós-Graduação/ MBA / Formação de Executivos.

Em 2018/2019 funcionaram os cursos de Licenciatura em Gestão, em Gestão de Recursos Humanos e de Economia, bem como os cursos de Mestrado em Marketing, Gestão Financeira, Estratégia de Investimento e Internacionalização e Gestão do Potencial Humano. Foram ainda realizados, quatro cursos de Formação Avançada:

Gestão, Gestão de Projetos, Logística e Gestão de Operações, Gestão de Recursos Humanos e Gestão e Avaliação Imobiliária.

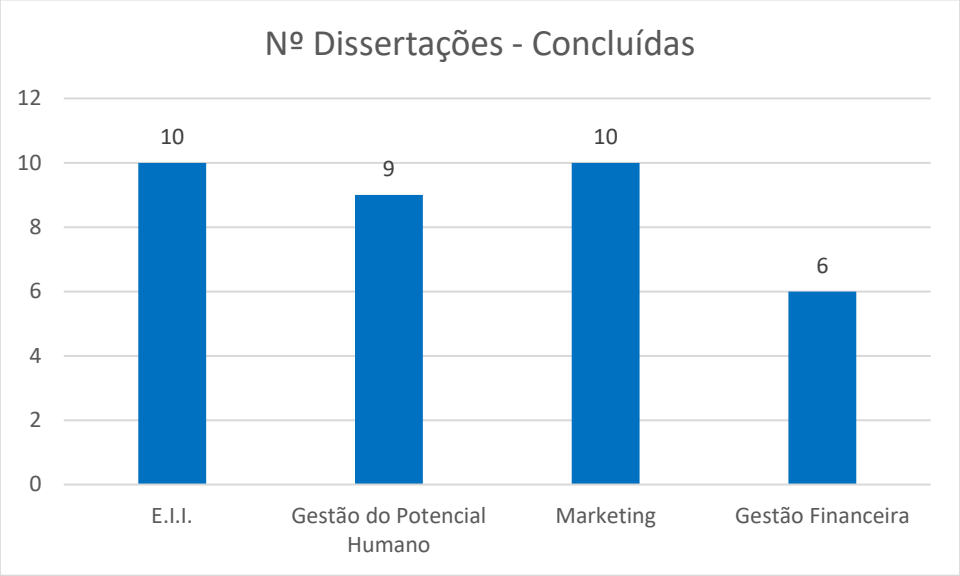
### 2.1.1 Licenciaturas

Em 2018/2019 resgistaram-se 147 entradas: 96 em Gestão; 17 em Recursos Humanos; 6 em Economia e 56 alunos externos. Por sua vez, finalizaram o primeiro ciclo 100 estudantes. O que representou, face a 2017, uma redução de 3,2% no número de ingressos e um aumento de 5,4% de alunos que concluíram o curso, face ao ano anterior. De notar que de 2016 para 2017 se tinha registado um crescimento anormal superior a 23% no número de ingressos, pelo que a redução de 3,2% aproximou novamente o ISG dos níveis médios dos últimos 5 anos. Outro factor que contribuiu para esta ligeira redução foi a diminuição do número de vagas devido à mudança de instalações.

| Cursos | N.º de novos alunos em 18/19 |
|---|---|
| Alunos externos (1.º ciclo) | 56 |
| Lic. Gestão | 96 |
| Lic. Economia | 6 |
| Lic. Gestão de Recursos Humanos | 17 |

### 2.1.2 Mestrados

No âmbito dos cursos de Mestrado, é de realçar que 35 estudantes concluíram as suas dissertações, sendo 10 do curso de Estratégia de Investimentos e Internacionalização, 6 do curso de Gestão Financeira, 9 do curso de Gestão do Potencial Humano, e por fim 10 do curso de Mestrado em Marketing. De salientar a continuidade de trajectória no aumento da concretização de teses, que se ultrapassa atualmente os 50%.




Nesta sequência e privilegiando o horário pós-laboral, consideramos que foi possível consolidar os cursos existentes, tendo o ISG apresentado uma oferta formativa transversal, perpetuando, no seu entender, o verdadeiro espírito de Bolonha.

No que se refere a números e até à data de 31 de dezembro de 2018, totalizámos os seguintes números de alunos:

- Mestrado em Estratégia de Investimento e Internacionalização - 18 alunos;
- Mestrado em Marketing - 13 alunos;
- Mestrado em Gestão Financeira – 20 alunos;
- Mestrado em Gestão do Potencial Humano - 13 alunos;

Importa salientar que o objetivo proposto pelo Departamento de Mestrados, Pós-Graduações e Formação de Executivos, passava por angariar um maior número de alunos. Contudo, acreditamos que a abertura consecutiva de todos os cursos de Mestrado, que se encontram em funcionamento, traduzem o sucesso alcançado.

### 2.1.3 Formação Avançada

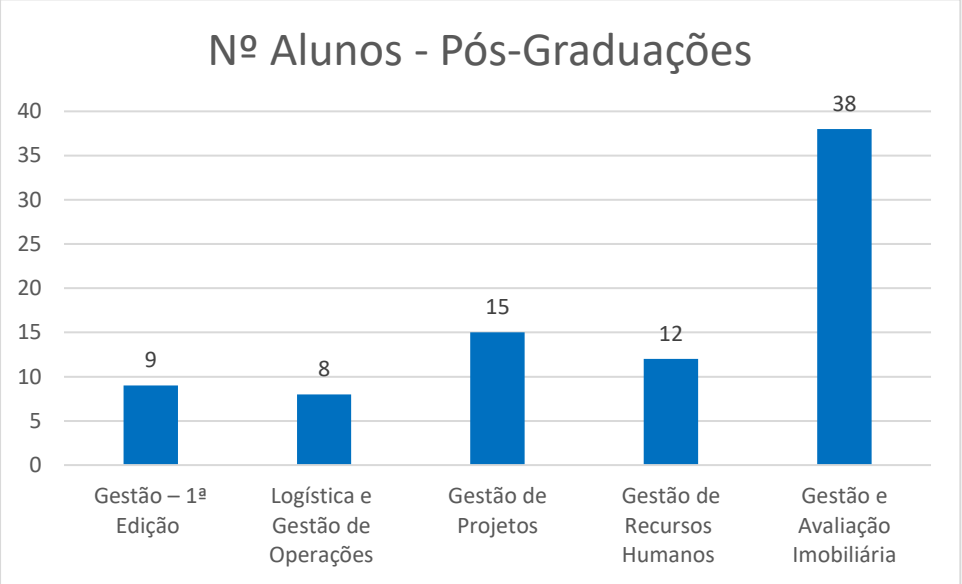
O plano estratégico do ISG tem ainda como objetivo diversificar e consolidar a oferta formativa não conducente a grau académico. Com base nas necessidades de mercado, foram desenhados novos cursos de Pós-Graduação e apostou-se na Formação de Executivos. Este Departamento tem como responsabilidade aferir a viabilidade económica de cada curso, selecionar docentes/formadores (que serão posteriormente

propostos para aprovação), gerir e acompanhar todos os cursos devidamente aprovados.

### 2.1.3.1 Pós Graduações

Neste ano letivo de 2018/2019, é novamente notória a evolução deste tipo de formação, uma vez que nos foi possível abrir as seguintes Pós-Graduações:

- Pós-Graduação em Gestão – 1ª Edição - 9 alunos;
- Pós-Graduação em Logística e Gestão de Operações - 8 alunos;
- Pós-Graduação em Gestão de Projetos - 15 alunos.
- Pós-Graduação em Gestão de Recursos Humanos - 12 alunos.
- Pós-Graduação em Gestão e Avaliação Imobiliária - 38 alunos.




### 2.1.3.2 Master Business Administration (MBA)

No que concerne aos cursos de MBA e privilegiando os mercados internacionais, o ISG adicionou à oferta formativa o curso de Executive Master in International Business | Portugal-China.

### 2.1.3.3 Formação de Executivos

Os cursos de curta duração merecem especial destaque, no âmbito do desenvolvimento do Departamento de Formação Avançada.

O ISG reformulou toda a sua oferta neste domínio e criou os seguintes cursos de Formação de Executivos:

- Estrutura Administração Pública e Principais Garantias dos cidadãos
- Gestão Jurídica Empresarial
- Liderança
- Gestão Comercial
- Curso Livre de Mandarim

Considerando a relevância dos mercados internacionais, o Instituto Superior de Gestão, proporcionou gratuitamente a todos os alunos, a frequência do curso livre de Mandarim, onde contou com 81 participações.

## 2.2 Atribuição de Vagas por Cursos:

| **Atribuição de Vagas por Cursos de Licenciaturas** | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Código: | Cursos de 1.º Ciclo | **Ano Letivo 2016/2017** | | **Ano Letivo 2017/2018** | | **Ano Letivo 2018/2019** | |
| | | N.ºde Vagas | N.º de Inscritos | N.º de Vagas | N.ºde Inscritos | N.ºde Vagas | N.º de Inscritos |
| 9147 | Gestão | 135 | 98 | 84 | 96 | 84 | 96 |
| 9081 | Economia | 25 | 0 | 30 | 3 | 30 | 6 |
| 9157 | Gestão de Recursos Humanos | 35 | 21 | 34 | 21 | 34 | 17 |
| 9205 | Marketing | 20 | 0 | 15 | 0 | 15 | 0 |
| Alunos Externos | | - | - | - | 61 | - | 56 |
| **Total:** | | **215** | **139** | **163** | **181** | **163** | **175** |

Devido à mudança das instalações da Ameixoeira para o Campo Grande, verificou-se uma redução das vagas, quer nos mestrados, quer nas licenciaturas.

| Atribuição de Vagas por Cursos de Mestrados | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Código: | Cursos de 2.º Ciclo | Ano Letivo 2016/2017 | | Ano Letivo 2017/2018 | | Ano Letivo 2018/2019 | |
| | | N.º de Vagas | N.º de Inscritos | N.º de Vagas | N.ºde Inscritos | N.º de Vagas | N.ºde Inscritos |
| 9289 | Estratégia de Investimento e Internacionalização | 30 | 33 | 30 | 12 | 12 | 18 |
| 9289 | Gestão do Potencial Humano | 30 | 8 | 30 | 45 | 12 | 13 |
| M398 | Gestão Financeira | 30 | 19 | 30 | 23 | 18 | 20 |
| 9314 | Marketing | 30 | 14 | 30 | 11 | 12 | 13 |
| Alunos Externos | | 11 | 11 | - | 6 | - | 1 |
| **Total:** | | **120** | **85** | **120** | **97** | **54** | **65** |

Verifica-se uma abrupta descida no número de atribuição do número de vagas ao 2º ciclo, não consistente com a normal procura dos respetivos cursos. A redução de vagas concedidas pelo DGES é justificada com o argumento da capacidade das instalações

### 2.2.1 Vagas para Pós-Graduações e Outros Cursos:

Apesar dos cursos não conducentes a grau académicos não dependerem da tutela para a atribuição de vagas, entende-se pertinente o registo desta informação.

| Atividade Relativa Vagas para Pós-Graduações e Outros Cursos | |
|---|---|
| Cursos: | **Ano Letivo 2018/2019 N.ºde Inscritos** |
| Pós-Graduação em Gestão 1ª edição | 9 |
| Pós-Graduação em Logística e Gestão de Operações | 8 |
| Pós-Graduação em Gestão de Projetos | 15 |
| Pós-Graduação em Gestão de Recursos Humanos | 12 |
| Pós-Graduação Gestão e Avaliação Imobiliária | 38 |
| **Total:** | **82** |
| | |

## 2.3 Acreditação da Oferta Formativa

O ISG está acreditado pela DGERT – Direção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho, do Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. Desde de 2010 esta

acreditação deixou de ter prazo de validade tendo sido estabelecidas regras para a auditoria e avaliação das instituições. O ISG está acreditado nos domínios de intervenção de Conceção, Organização e Desenvolvimento de projetos de formação.

No que concerne aos cursos conducentes a grau, o ISG viu em 2018/2019 a A3ES acreditar por seis anos (até 2025) o curso de licenciatura em gestão e por três anos (até 2022) o curso de licenciatura em Gestão de Recursos Humanos e os mestrados em Gestão do Potencial Humano e Estratégia de Investimento e Internacionalização. De notar que este conjunto de cursos representa mais de 95% do corpo discente da escola.

## 2.4 O Provedor do Aluno

**Provedor do Aluno:** Tem por Missão contribuir para a boa integração dos estudantes no ISG e o seu sucesso escolar, promovendo a resolução de quaisquer problemas que possam obstar à prossecução destes objetivos, dispondo de competências para intervir e procurar soluções para os mesmos, nomeadamente arbitrar eventuais situações de conflito de interesses. Deverá articular a sua atuação com a associação académica e com os órgãos e serviços do ISG, designadamente os Conselhos Científico e Pedagógico.

O Provedor do Aluno é sempre um docente do ISG, designado pelo Diretor e aprovado pelo Conselho de Administração da entidade instituidora. Posto isso, compete-nos dizer que a provedoria do aluno foi assumida pelo Prof. Doutor José Alberto Lopes Costa, na sequência da nomeação e eleição dos restantes órgãos da Escola, para o mandato de setembro de 2016 a agosto de 2019, devidamente formalizado pelo Conselho de Administração. Durante o ano em apreço o Provedor interveio na apreciação de assuntos relacionados com a secretaria académica, solicitando informações ao Secretário-Geral e promovendo a resolução dos mesmos.

## 3. Estágio, Emprego e Empreendedorismo

## 3.1 Gabinete de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo-GRIE

O Instituto Superior de Gestão conta com o GRIE - Gabinete de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo que desenvolve e apoia todas as atividades, quer no âmbito das Relações Internacionais, quer no âmbito dos Estágios e Emprego.

Os principais objetivos do GRIE passam por implementar um sistema organizado de estágios nacionais e internacionais que permita oferecer uma maior formação aos diplomados de todos os Cursos de 1.º e 2.º Ciclos promovidos pelo ISG, de modo a constituir um leque de oferta variado, que vá ao encontro das expetativas dos alunos; estreitar as ligações entre os alunos e o meio empresarial, promovendo, desde os primeiros anos dos cursos, experiências profissionais decisivas na formação, quer a nível nacional quer internacional, desenvolvendo estratégias de cooperação de modo a criar condições de uma aproximação real dos alunos à realidade empresarial, criar suportes de apoio para as empresas que pretendam recrutar alunos dos nossos cursos, entre outros.

## 3.2 Entidades Protocoladas com o ISG

| Entidades/Instituições |
|---|
| A Panrico Produtos Alimentares, Lda. |
| Abreu, Cardoso & Caçapo - Consultores Associados, Lda |
| ADUBOS DEIBA - Comercialização de Adubos, Lda. |
| AdvanceCare - Gestão de Serviços de Saúde, S.A. |
| APPM - Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing |
| Auditfiscal, Contabilidade e Consultoria Fiscal, Lda |
| Auditfiscal, Contabilidade e Consultoria Fiscal, Lda |
| Automóvel Club de Portugal |
| Banco Popular Portugal, S.A. |
| Barclays Bank PLC |
| BES dos Açores |
| Câmara Municipal do Barreiro |

| |
|---|
| Companhia Carris de Ferro De Lisboa, S.A. |
| CONFORTURIS - Consultoria e Formação Turística, Unipessoal Lda. |
| COTY PRESTIGE ESPAÑA - Sucursal em Portugal |
| DHL Excel Supply Chain Portugal, Lda |
| EDIFICAR FUTURO - ASSOCIAÇÃO PARA A PROMOÇÃO PROFISSIONAL DA JUVENTUDE |
| FactorCap- Consultoria de Gestão e Formação Unipessoal Lda |
| FERTIPRADO - Sementes e Nutrientes, Lda. |
| Feu Vert Portugal, Peças e Acessorios Automoveis Unipessoal, Lda |
| FLORENSIS PORTUGAL - Produção Florícola, Sociedade Unipessoal, Lda. |
| Grupo Operações de Segurança, S.A. |
| Grupo ZENKI, Marketing Networks |
| HIPERFRANGO - Distribuição de Produtos Alimentares, Lda. |
| Impersol-Comercio de Materiais Isolantes, Lda |
| IRMC, Lda |
| Manpower Portuguesa - Serviços de Recursos Humanos (ETT), S.A. |
| Miaki - Human Technologies, Consulturia Lda. |
| Michael Page |
| Michael Page International Portugal - E.T.T e serviços de consultoria, Lda. |
| Minitel - Sociedade de Fomento de Aplicações, Lda |
| Multipessoal - Sociedade de Prestação e Gestão de Serviços, S.A |
| Nestlé Portugal, S.A. |
| Novyplace - Mediação Imobiliária, Lda. [REMAX Trust II] |
| REWARD, Sociedade Unipessoal, Lda. |
| RHMais- Organização e Gestão de Recursos Humanos S.A. |
| RIGHTS PORTUGAL, Sociedade Unipessoal Lda. |
| Salvacorpus, Desporto de Ginásio, Unip. Lda |
| Searchprof - Desenvolvimento e promoção de aplicações na Internet, Lda. |
| Select Recursos Humanos |
| SERVICE INNOVATION GROUP PORTUGAL - SERVIÇOS DE SISTEMAS DE QUALIDADE DE MARCA,UNIPESSOAL, LDA |
| Sporting Clube de Portugal - Futebol, SAD |
| Trillium Interactive Lda |
| TVI - Televisão Independente |
| Vila Galé - Sociedade de Empreendimentos Turísticos , SA. |
| WildCreations, Lda. |
| Work Shop - Centro de Orientação de Carreira, Lda. |

| |
|---|
| White 4 Interfaces Portugal |
| XN Brand Dynamics, Lda. |
| Young Direct Media, Lda. |

## 3.3 Estágios

Em 2018/2019 o GRIE promoveu diversas iniciativas com o objetivo de apoiar os alunos e diplomados do ISG a realizarem estágios curriculares, extracurriculares e profissionais, bem como melhorar a sua inserção no mercado de trabalho.

Continua a celebrar protocolos de colaboração com empresas e outras instituições, sempre com o objetivo de promover a inserção dos discentes no mercado laboral.

No ano em análise, o ISG verificou 35 estágios realizados, um pequeno aumento, comparativamente com o ano anterior.

| **Estágios Realizados** | | | |
|---|---|---|---|
| Tipo de Estágio: | Ano Letivo de 2016/2017 | Ano Letivo de 2017/2018 | Ano Letivo de 2018/2019 |
| Profissional | 2 | 1 | 0 |
| Curricular | 13 | 25 | 33 |
| Extracurricular | 3 | 4 | 2 |
| Total: | 18 | 30 | 35 |

## 3.4 Empregabilidade

A empregabilidade dos graduados converteu-se em uma das preocupações centrais das Instituições de Ensino Superior. O acompanhamento do percurso socioprofissional dos diplomados é uma forma de aferir o sucesso do ensino, bem como aferir as necessidades de ajustar as estratégias das instituições em resposta às necessidades reais do mercado. Tal acompanhamento constitui uma ferramenta particularmente importante para a definição de políticas de melhoria da qualidade da formação ministrada nos diversos ciclos de estudos.

Os dados aqui apresentados resultam da recolha de dados estatísticos junto aos sites oficiais dos órgãos que tutelam o Ensino Superior em Portugal e os dados oficiais do Instituto de Emprego e Formação Profissional, são referenciados em 2016/2017, porém, relativos ao ano escolar de 2016. Neste ano de referência, apenas será contemplado o Curso de Gestão, pois a ausência de dados estatísticos não permitem a análise dos restantes cursos do leque da oferta formativa do ISG.

De acordo com os dados oficiais do MEC, a Taxa de empregabilidade para os alunos que concluíram o seu Ciclo de estudo no ano de 2016 era de 95,2%.

Foram atualizados, recentemente, os dados oficiais da empregabilidade dos cursos superiores em Portugal. Como é público, tem-se assistido a uma redução generalizada do desemprego, mas o ISG ultrapassou as melhores expectativas.
Atingimos a nossa taxa recorde de empregabilidade: **98,1%,** de acordo com os dados oficiais da DGEEC – junho de 2019.
Nesta área de formação a taxa de desemprego nacional é de 3,9%, enquanto o Instituto Superior de Gestão tem um dos melhores rankings de empregabilidade de Portugal, com apenas 1,9% de desemprego, muito acima da média nacional.

## 3.5 Incubadora de Projetos – "*Projeto Empreendedor*"

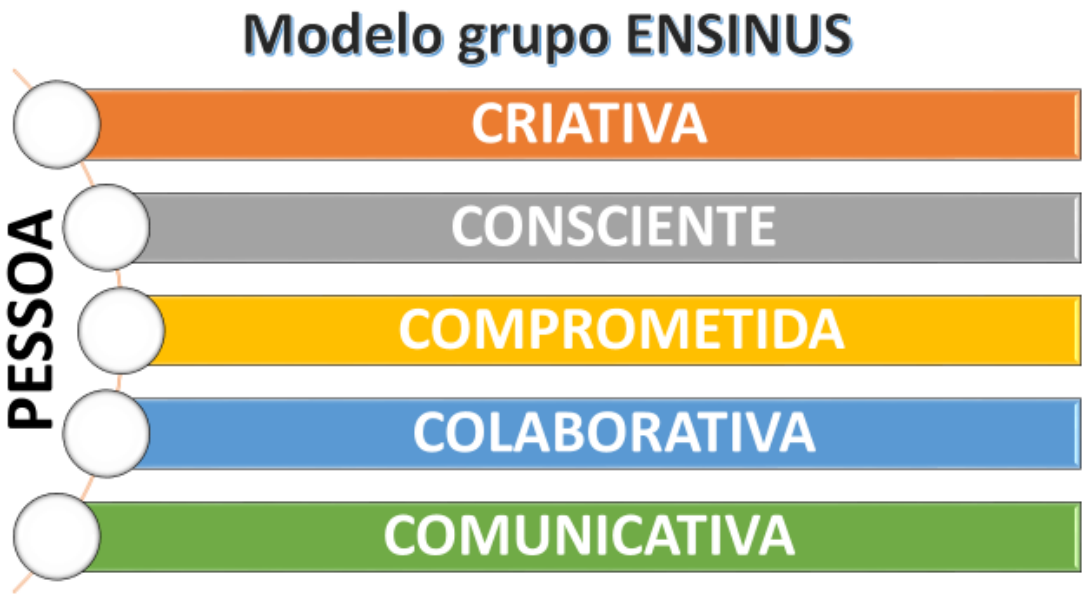
No âmbito de todo o Grupo Lusófona, foi criado o Projeto Empreendedor, que tem como objetivo auxiliar os antigos e atuais alunos do ISG, através de um serviço integral de apoio a todas as fases do processo de criação de uma empresa. Desde a definição de um plano de negócios à utilização de um espaço como incubadora de empresas, situada no centro de Lisboa, passando pela busca das melhores soluções de financiamento, este projeto visa ajudar os ex-alunos na prossecução dos seus objetivos de criação de negócios.

## 4. Promoção de Iniciativas do Âmbito Académico e Pedagógico

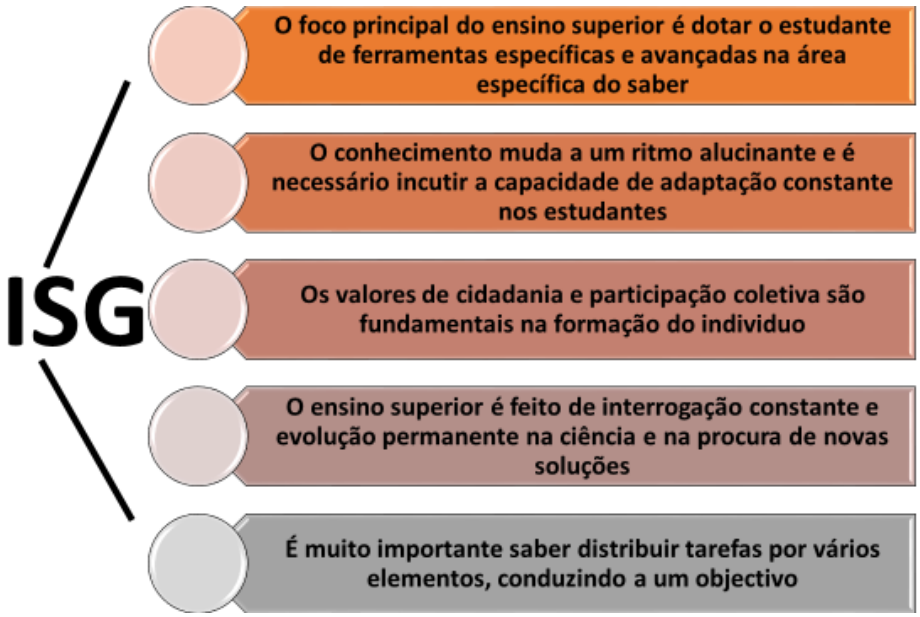
No sentido de dar um paço em frente no que concerne à qualidade pedagógica, o ISG promove uma série de iniciativas no âmbito do conhecimento integrado nas ciências económicas e empresariais.

Capacitando os alunos com ferramentas que extrapolam para além da formação académica, em 2017 o ISG decide integrar um projeto com um novo modelo de formação, em que a transversalidade dos conteúdos programáticos permitam o crescimento individuais de cada aluno.

O ISG está empenhado desde 2017 em marcar a diferença pedagógica no ensino superior, envolvido em conjunto com todo o Grupo Ensinus e a RIedulab num projeto que visa fortalecer o desenvolvimento de competências específicas




O posicionamento do ISG na formação dos seus estudantes tem como pilares a cidadania e os valores do individuo.




## 5. Investigação

### 5.1 Produção de Dissertações

No âmbito dos cursos de Mestrado, é de realçar que 35 estudantes concluíram as suas dissertações, sendo 10 do curso de Estratégia de Investimentos e Internacionalização, 6 do curso de Gestão Financeira, 9 do curso de Gestão do Potencial Humano, e por fim 10 do curso de Mestrado em Marketing.

| | **Ano Letivo 2016/2017** | **Ano Letivo 2017/2018** | **Ano Letivo 2018/2019** |
|---|---|---|---|
| Contabilidade | 0 | 0 | - |
| Gestão | 11 | 2 | - |
| Estratégia de Investimento e Internacionalização | 20 | 30 | 10 |
| Gestão de Energia | 0 | 0 | 6 |
| Gestão do Potencial Humano | 0 | 3 | 9 |
| Gestão dos Transportes e Logística | 0 | 0 | - |
| Gestão Financeira | 10 | 5 | - |
| Gestão Fiscal | 0 | 17 | - |
| Gestão Pública | 0 | 0 | - |
| Marketing | 7 | 4 | 10 |
| **Total** | **48** | **61** | **35** |

O ISG tem-se esforçado para contratar docentes Doutorados, com a expetativa de melhorar a produção académica, quer ao nível de publicações de docentes, quer dos acompanhamentos da produção de dissertações e publicações por alunos.

Nos últimos três anos, vem-se constatando um decréscimo gradual no número de dissertações, esse facto é transversal ao setor. Há quem Justifique este facto com um efeito pós-transacional da implementação do Tratado de Bolonha.

## 5.2 Produção Científica

### 5.2.1 Publicações/livros ou capítulos de livros /projetos e outros

**Alberto José Lança de Sá e Melo:**

Melo, A. (2017).O Direito em Portugal. Madrid: Espanha. Editorial Reus.

Melo, A.,& Soares, F.R. (2017). In Danos Extrapatrimoniais no Direito do Trabalho. O Direito pessoal ("moral") de autor nas obras criadas em execução de contrato de trabalho ou de prestação de serviços em Portugal e no Brasil. (pp.107-140).São Paulo: editora

Melo, A. (2017). Derecho personal (dicho "moral") de autor. Madrid: edições in Anuario de Propiedad Intelectual.

Melo, A. (2017). Direito Exclusivo do Autor e Excepções a Favor de Bibliotecas, Museos e Arquivos – Nos Direitos Português, Brasileiro, e Espanhol. Belo Horizonte, Brasil: edições in Revista Fórum de Direito Civil (ed.6, n.14).

Melo, A. (2017). Direito pessoal (dito "moral") de autor nos ordenamentos Jurídicos Portugues e Espanhol. Lisboa: edições in Revista de Direito Intelectual. (nº1).

Melo, A. (2017). El Exclusivo jusaltoral y las exepisiones a favor de las bibliotecas y archivos- los regimes Porugues, Espanhol y Comunitário ompardos. in Estudio de los límites a los derechos de autor desde una perspectiva de derecho comparado. (pp.?).Madrid, Espanha: editora?

Melo, A. (2016). Manual de Direito de Autor e Direitos Conexos. Coimbra, Protugal: Editora Almedina (2º ed.).

Melo, A. (2016). Contratos Relativos a Bens Industriáis- Algumas Notas. Lisboa: Edições in Revista de Direito Intelectual (n.2).

Melo, A. (2016, Janeiro/ dezembro). Principias aspectos e alguns problemas da gestão coletiva de direitos de autor e direitos conexos no ambiente digital-Regime em Portugal, e em Espanha e no Direito Comunitário. Lisboa: edições in Revista da Ordem dos Advogados (anuário 76).

Melo, A. (2016, fevereiro). Uma perspectiva Lusófona sobre o direito pessoal de autor. 1º Congresso Internacional de Direito na Lusofonia. Braga: edições in Direito na Lusofonia - Cultura, direitos humanos e globalização.

Melo, A. (2016).Principais Aspectos e alguns Problemas da Gestão coletiva de Direitos de Autor conexos e em Espanha. Madrid: in Anuario de Propiedad Intelectual 2015,Editorial Reus.

Melo, A. (2016). Direito do Trabalho para Empresas. Lisboa: Editora Almedina (2ºed.).

**Aldenora Aguiar Lustosa Neta:**

Neta, A. Varela, M., Mendes, R. &Lopes P. (2017, November). Higher Education in Portugal: University versus Polytechnic: What Differences in Management (Business Administration) Academic Degrees? Seville, Spain: ICERI 2017 Conference, ISBN: 978-84-6976957-7.

**Alexandre Jorge Mateus Ferreira da Silva:**

Sila, A. J. (2010-july). “Determinant Values in the Medical Act of Prescribing in the Portuguese Context”, Journal of Medical Marketing.

**Alfredo Vicente Pereira:**

Pereira, A.V. (2010). PPP ou Estado fiador de agentes privados, Revista da Ordem dos Economistas.

Pereira, A.V. (2006). A Formulação e Convergência de Objetivos na Gestão de Organizações, JN.

Pereira, A.V. (2005). Gestão Estratégica em Organizações Complexas - O caso de Hospitais. Comunicação ao 3º Congresso Nacional da Administração Pública, Lisboa.

Pereira, A.V. & Saraiva Alves (1998). Guia do Formando e Guia do Formador para Análise Financeira e Gestão Orçamental. IEFP.

Pereira, A.V. (2002). Titularidade na área de saneamento, pp. 169-175, de Regulação, defesa da concorrência e concessões, FGV, Rio de Janeiro.

**Álvaro de Borba Cruz Lopes Dias:**

Dias, A. & Pereira, R. (2017). Dynamic Capabilities and marketing capabilities in Portugal. Academia Revista Latinoamericana de Administracion, v. 30, n. 3, p. 417-430.

Dias, A. & Silva, R. (2016). Organizational Training and Organizational Commitment: A Literature Review and Conceptual Development. International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology, v. 3, n. 1, p. 387-399.

Dias, A. & Silva, R. (2016). The role of organizational training on organizational commitment. The case of private security employees working remotely. European Journal of Business and Social Sciences, v. 5, n. 8, p. 210-251.

Lopes,A., Dias, A. &,Patuleia, M. (2015). Marketing turístico: Condicionantes da satisfação e confiança do turista em Manaus. Manaus: Tourism and Hospitality International Journal, v. 4, n. 3, p. 384-416.

Álvaro, D., Delgado, M.; & Pereira, R. (2015). Consequences of Investment Contract Duration on the valuation of firms in maturity stage. World Review of Entrepreneurship, Management and Sust. Development, v. 11, n. 2/3, p. 217-231.

Álvaro, D., Delgado, M. &; Pereira, R. (2015).Consequences of Investment Contract Duration on the valuation of firms in maturity stage.World Review of Entrepreneurship, Management and Sust. Development, v. 11, n. 2/3, p. 217-231.

Dias, A., Patuleia M. & Lopes, A.(2015). Marketing turístico: Condicionantes da satisfação e confiança do turista em Manaus. Tourism and Hospitality International Journal, v. 4, n. 3, p. 384-416.

Dias, A., Costa, D., Quintas, C. & Moura R. (2015). O mentoring como processo de transferência de conhecimento: estudo experimental a partir de reformados e desempregados qualificados. Internacional Journal on working condicions, n. 9, p. 117-141. Com arbitragem científica.

Ruiz, M., Pilar, M., Dias, A., Resino, B. & Jose, J. (2014).Dinamismo en el marketing mix y performance: evidencias obtenidas en empresas comerciales. Revista Perspectiva Empresarial, v. 1, n. 1, p. 69-80. Dias, Álvaro Lopes; Curto, Helena. Administrative reforms and performance of local public policies. International Journal of Public Sector Management, v. 27, n. 6, p. 1-27.

Dias, A.& Curto, H. Administrative reforms and performance of local public policies. International Journal of Public Sector Management, v. 27, n. 6, p. 1-27, 2014.

Dias, A., Quintas, C. & Moura, R. (2014). Transferência de conhecimento organizacional: criar novos saberes a partir de saberes antigos. Boas práticas em GRH, v. 1, n. 1.

Silva, R. & Dias, A. (2016). Segurança Privada em Portugal (1ª ed.).Lisboa: Bnomics.

Dias, A. & Varela, M. (2015). Introdução à Gestão (1ª ed.).. Lisboa: Escolar Editora.

Silva,R.& Dias, A. (2015). Segurança Privada em Portugal (1ª ed.). Lisboa: Bnomics, p.208.

Dias,A. , & Varela, M. (2015). Introdução à Gestão (1ª ed.). Lisboa: Escolar Editora, v. 1, p.116.

Dias, A. &; Varela, M. (2013).Excelência organizacional(1ª ed.).Lisboa: Bnomics, v. 1, p.700.

Dias, A. (2011). Clientividade - Uma análise da orientação para o cliente em Portugal(1ª ed.). Maia: AEP, v.1, p.62 .

Dias, A. (2014). Empreendedorismo Servido à Mesa. Piriquito, H. Plano (1ª ed.). Lisboa: Bnomics, v. 2, (pp. 119-121).

Dias, A. (2013). Gestão e Estratégia: Desafios da globalização. Lisboa: Escolar editora, (pp. 21-110).

Dias, Álvaro Lopes. Novos agricultores: do romantismo ao pragmatismo (1ºed.).Lisboa: Bnomics, 2013, v. 1, (pp. 36-38).

**Ana Lúcia Gueifão de Matos Luís:**

Luís, A. L. (2016). Rússia: Economia Emergente ou Reemergente. R-Lego - Revista Lusófona de Economia e Gestão das Organizações. N°2, 97-123.

**Ana Olímpia Gonçalves Madeira de Brito:**

Brito A., Lopes I. (2017). The CoRoT target HD 49933: a possible seismic signature of heavy elements ionization in the deep convective zone. Monthly Notices of the Royal Astronomical Society. Volume 466, Issue 2, p. 2123-2130.

Brito A. & Lopes I. (2016). Perturbations in the upper layers of α Centauri A. Journal of Physics: Conference Series. Volume 665, Issue 1, article id. 012081.

Brito A., Lopes I., 2014, Local Perturbations of the Upper Layers of a Sun-like Star: The Impact on the Acoustic Oscillation Spectrum, The Astrophysical Journal, 782, 16

**Ana Paula Aires Nunes Amaro:**

Amaro, A. Silvestre, W., Antunes, P. & Filho, W. (2015). Assessment of corporate sustainability: study of hybrid relations using Hybrid Bottom Line model. International Journal of Sustainable Development and World Ecology. 22(4): (pp.302-312).

Amaro, A. & Silvestre, W.(2014). Sustentabilidade corporativa. Avaliação hibrida deo Triple Bottom Line. Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, 13(4)

Amaro, A. (2012) – Uma Introdução à Metodologia Box-Jenkins (2ª ed.). Lulu.com. ISBN:978-1-4477-4389-7.www.lulu.com/content/paperback-book/uma-introdu%c3%a7% c3%a3o-%c3%a0-metodologia-box-jenkins/10799328

Amaro, A. (2012) – Inferência Estatística. Uma Introdução. O outro segredo dos dados. ISBN:978-1-4710-3451-0. www.lulu.com/content/paperback-book/infer%c3%aancia-estat%c3%adstica/12373831

**Ana Rita Mariño Lourenço Pinto de Campos Costa:**

Bolsa- Grant European Science Foundation ESF-COST High Level Research Conference ESF-COST High Level Research Conference on Law and Neuroscience Our Growing Understanding of the Human Brain and Its Impact on Our Legal System – 26-31 October 2009.

Comissão Científica - (Maio, 2009) – Scientific Committee of Post-traumatic Stress Disorder and Globalization - Health School of Portalegre- Mental Health Studies Center.

(setembro, 2014) - Psicologia e Psicólogos em Portugal: Quem nos procura? Caracterização da população que recorre à psicologia em contexto privado - IX Congresso Iberoamericano de Psicologia e 2º Congresso da Ordem dos Psicólogos Portugueses - Sofia Alegria, Rita Mariño-Lourenço & Nuno Mendes Duarte.

(setembro, 2014) - Comportamento Anti-Social e Funções Executivas - IX Congresso Iberoamericano de Psicologia e 2º Congresso da Ordem dos Psicólogos Portugueses -

Rita Mariño Lourenço, Maria Victoria Perea, Valentina Ladera, Maria Castelo,Rui Abrunhosa Gonçalves, Cristina Soeiro, Isaura Lourenço.

(setembro, 2016) – O funcionamento executivo dos psicopatas – 3º congresso internacional da Ordem dos Psicólogos Portugueses.

**Annelyse dos Santos Lira Soares:**

Pereira, A. S. Perreira, C. & Monteiro, M. B. (2016) Normative pressure to reduce prejudice against homosexuals: The buffering role of beliefs about the nature of homosexuality. Personality and Individual Differences , v. 96, pp. 88-99-99.

Pereira, A. S. (2016) When beliefs become stronger than norms: paradoxical expressions of intergroup prejudice. In: Vala, J; Waldzus, S & Calheiros, M.. (Org.). The Social Construction of Violence and Conflict Resolution. 1ed.Lisboa: Cambridge Scholars Publishing, v. 2, pp. 355-364.

Pereira, A. S; Alfaia, A. J.; Sousa,E.L.& LIMA, T. J. (2016). Preconceito contra homossexuais no contexto do futebol. PSICOLOGIA & SOCIEDADE (ONLINE), v. 26, p. 737-745, 2014.

Pereira, C. R.; Torres, A. R. R.; Falcão, Luciene & Pereira, A. S. (2013). O papel de representações sociais sobre a natureza da homossexualidade na oposição ao casamento civil e à adoção por famílias homoafetivas. Psicologia: Teoria e Pesquisa (UnB. Impresso), v. 29, pp. 79-89

Pereira, C. R.; Torres, A. R. R.; Falcão, Luciene & Pereira, A. S. (2011). Preconceito contra Homossexuais e Representações Sociais da Homossexualidade em Seminaristas Católicos e Evangélicos. Psicologia: Teoria e Pesquisa (UnB. Impresso), v. 27, p. 73-82.

**António Paulo Meneses de Carvalho Finuras:**

Finuras, A.P. (2018).Globalização e Diferenças Culturais. 2ª edição Revista e Atualizada. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN 978- 972 -618 -965 -7.

Finuras, A.P. (2018).Bio liderança: porque seguimos quem seguimos? Lisboa: Edições Sílabo. ISBN 978-972-618-931-2

2018 - Evolution, noosphere and the idea of happiness . Journal of Intercultural Management & Ethics. (To publish in 2018)

Finuras, A.P. (2018).Primatas e Políticos: uma perspetiva biopolítica da democracia ResPublica, n.º 14/ 2018.

Finuras, A.P. (2018). O que é a Biolideranç̧a? Lisboa. Revista Líder, MAR n.º 3 2018 – researchgate.net Paper: Individual and culture: why are they not the same thing! Researchgate.net May 2018. DOI: 10.1098/rstb.2010.03729.

Finuras, A.P. (2018).researchgate.net Paper: Como estudar cientificamente a cultura?www.researchgate.net May 2018 DOI: 10.13140/RG.2.2.27163.36648

Finuras, A.P. (2018). Researchgate.net Paper: How much can we trust a leader? Researchgate.net April 2018. DOI: 10.13140/RG.2.2.26583.37282.

Finuras, A.P. (2018). Researchgate.net –Paper: Why are most leaders men? Researchgate.net April 2018 DOI: 10.13140/RG.2.2.32529.12642

Finuras, A.P. (2018). Finuras, A.P. (2018). Reseaerchgate.net Paper: O que são líderes histriónicos? researchgate.net March 2018. DOI: 10.13140/RG.2.2.29397.32489.

Finuras, A.P. (2018).Researchgate –Paper: O Efeito Lúcifer ou como é que pessoas normais fazem coisas anormais. Researchgate.net March 2018 DOI: 10.13140/RG.2.2.30024.83204.

Finuras, A.P. (2018). Researchgate –Paper: O que é que um rosto nos diz?researchgate.net February 2018. DOI: 10.13140/RG.2.2.27242.82883.

Finuras, A.P. (2018).Primatas Culturais – Evolução e Natureza Humana. Lisboa: Edições Sílabo.ISBN 978-972-618-801-8.

Finuras, A.P. (2017).O Fator Confiança – Lisboa: Edições Sílabo.ISBN 978-972-618-882-7

2016 - Globalização e Gestão Internacional de Recursos Humanos. Lisboa: Ed. Silabo

ISBN 978-972-618-863-6.

Finuras, A.P. (2014).Valores Culturais e (Des) Confiança nas Instituições. Lisboa: Lisboa: Edições Sílabo.ISBN 978-972-618-753-0.

Finuras, A.P. (2013).O Dilema da Confiança – Estudos, teorias e Interpretações. Lisboa: Lisboa: Edições Sílabo. ISBN 978-972-618-719-6.

Finuras, A.P. (2012). Humanus: pessoas iguais, culturas diferentes. Lisboa: Ed. Silabo (2.ª Ed. Revista e Atualizada) SBN 978-972-618-686-1.

Finuras, A.P.(2011).Gestão Intercultural. Lisboa. Ed. Sílabo (3ª Edição Revista, Atualizada e Expandida) ISBN 978-972-618-629-8.

Finuras, A.P.(1999). Gestão Internacional e Recursos Humanos. Lisboa. Ed. Silabo ISBN 972-618-208-5.

Finuras, A.P. (2017-July). Primatas Culturais – Evolução e Natureza Humana. Lisboa: Edições Sílabo.ISBN 978-972-618-801-8.

Finuras, A.P. (2017-July). Researchgate.net .Paper: Could Historical Pathogen Prevalence Predicts Human Language Diversity?

Finuras, A.P. (2017-July). Researchgate – Paper: The lipstick effect! Resarchgate.net

Finuras, A.P. (2017-March). Researchgate.net – Paper: Porque é que 47% dos empregos tenderão a desaparecer no espaço de uma geração e o que podemos fazer?

Finuras, A.P. (2017-February). Researchgate.net – Paper: Por que é que os homens em geral ganham mais dinheiro do que as mulheres?

Finuras, A.P. (2017-January). Researchgate.net – Paper: Psicologia Política - Hipótese do Desfasamento e Masculinidade Precária

Finuras, A.P. (2017-January). Researchgate.net – Paper: Why some societies Trust more and others less?

Finuras, A.P. (2016-December).Researchgate.net Paper: The Origin of Culture(s) and Culture Diversity

Finuras, A.P. (2016-july). Researchgate.net Paper: Por que razão há (muito) mais criminosos do que criminosas?

Finuras, A.P. (2016-October). Researchgate. Paper: Why there is always such beautiful women in automobile exhibitions?

Finuras, A.P. (2016-June). esearchgate.net – Paper: Por que mentimos a nós próprios? Origens evolutivas do engano.

Finuras, A.P. (2016-January). Researchgate – Paper: Re-framing cultural differences: the evolutionary origins of cultural diversity.

2016 – Novembro. Linkedin Paper: “A síndrome da abelha rainha: o que explica o(in)sucesso das mulheres na liderança?“ https://www.linkedin.com/pulse/s%C3%ADndrome-da-abelha-rainha-raz%C3%B5es-evolutivas-para-o-sucesso-finuras/

**António Campos Pires Caiado:**

Caiado, A. (2017). Contabilidade Orçamental Pública (em colaboração). Lisboa: Áreas Editora.

Caiado, A. (2015). Contabilidade Analítica e de Gestão (8ªed.).Lisboa: Áreas Editora.

Caiado, A. (2014).A Demonstração dos Fluxos de Caixa (2ºed.) Lisboa: Áreas Editora.

Caiado, A. (2013).As Obrigações das Sociedades Comerciais em sede de IRC(em colaboração).Lisboa: Áreas Editora.

**António Rui Moreira de Carvalho:**

Carvalho, R. (2015). Força das Coisas: diário de um futuro Lusófono (2ºed.).Lisboa: Bnomics.

Carvalho, R. (2015). Top executive compensation in less Developed Capital Markets, com Jose Paulo Esperança, Corporate Governance: The international Journal of Business in Society, Volume 15 issue 1, pp 122-133

Carvalho, R. (2014).O futuro depois do progresso, Plano, Lisboa: Bnomics pp. 25 – 28.

Carvalho, R.(2014) Tempo de ajustamento. E de esperança in A austeridade cura? A austeridade mata? Coordenado por Eduardo Paz Ferreira, Lisbon Law Shool Editions, Associação Académica da Faculdade de Direito de Lisboa, novembro, pp. 1287 a 1318

Carvalho, R. (2015). O Campeonato da Competitividade: o caso de Portugal, Nota Temática CGD # 5, Gabinete de Estudos Caixa Geral Depósitos, maio

Carvalho, R., Pereira, Ivo., Esperança, J. P.,(2015). O papel das parcerias na internacionalização das empresas portuguesas, Global Economics and Management Review, volume XVII, pp. 9- 30

Carvalho, R. A Competitividade da Economia Portuguesa: uma breve análise comparada, Nota Temática CGD # 1, Gabinete de Estudos Caixa Geral Depósitos, julho

Carvalho, R. Ideias perigosas para Portugal, propostas que se arriscam a salvar o país, coordenação de João Caraça e Gustavo Cardoso, outubro, Editora Tintas da China, pp.

Carvalho, R. Portugal. E agora? Que fazer? , Bnomics, novembro, pp.169 a 171

Carvalho, R. Compreender + África: fundamentos para competir no mundo, Lisboa, Temas e Debates, (2ª edição).

Carvalho, R. Parcerias, como criar valor com a internacionalização, Lisboa, Booknomics, (3ª edição)

Carvalho, R. Compreender África: teorias e práticas de gestão, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas

Corporate Governance no Espaço Lusófono, com José Paulo Esperança, Ana Sousa e Elisabete Soares, Texto Editores, Setembro 2011.

**Armando Rui Teixeira Santos:**

Santos, R.T. (2017).Ergonomia Emocional ou Autoergonomia - uma abordagem crítica da Micro e da Macroergonomia ou o papel do amor nas condições de trabalho. Lisboa: ISG (policopiado), edição PPTX on-line em: https://pt.slideshare.net/Ruiteixeirasantos/autoergonomia-uma-abordagem-crrtica-da-macroergonomia.

Santos, R.T. (2016). Direito da Segurança Social, Lisboa: ISG (policopiado) Edição PPTX on-line em: https://pt.slideshare.net/Ruiteixeirasantos/dreito-da-segurana-social-e-do-terceiro-sector-prof-doutor-rui-teixeira-santos-isg-2013.

Santos, R.T. (2014). Direito da União Europeia, ISBN: 978-989-713-124-0 Lisboa: Bnomics.

Santos, R.T., Soeiro & Cruz (2014) In order to combat social inequality is not enough just to educate - Social entrepreneurship as an opportunity system, Barcelona:UAO.

Santos, R.T. (2014). Direito da União Europeia, ISBN: 978-989-713-124-0 Lisboa: Bnomics.

Santos, R. T. et al. (2015). Carta Social 2014 – Equipamentos e Respostas Sociais por Freguesia – Concelho de Lisboa (ed. 1, 1 vol.). Lisboa: Santa Casa da Misericórdia de Lisboa.

Santos, R. T. (2013) Lições de Direito Comercial, ISBN:9789897131042 Lisboa: Bnomics

Santos, R. T. (2013) Social Innovation oriented to solving practical problems The case of the Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, Social Innovation: New Forms of Organisation in Knowledge-Based Societies, edit Viñals & Parra, Pag. 78-123. ISBN: 978-0-415-64014-5. New York: Routledge/Lisbon Civic Forum Studies in Innovation

Santos, R. T. (2012). Misericordias como un instrumento de la Economia Solidaria en la Lusofonia. In Instrumentos solidarios en tiempos de crisis, ed. Carmen Parra e Carmen Ruiz, 165 - 188. ISBN: 978-84-7698-642-4. Barcelona: Bosch Editor - Librería Bosch, S.L.

Projetos de Investigação (Portugal 2020)

- Emotional Ergonomics (€238.039,83)

COD 02/SAICT/2014
C.A. JO 2464251C4
C.A. JO 17911U033F
(2018 – 2020)
- Organizations and Social Economy: Support to Innovation [€223.774,39)
COD 02/SAICT/2014
C.A. JO 2464251C4
C.A. JO 17911U033F
(2018 – 2020)

**Carlos Jorge Henriques de Carvalho:**

Carvalho, C. (2014). Sobre a Vantagem Competitiva. InforBANCA. n.º 100.

Carvalho, C. (2013). Gestão Estratégica – Intuitiva ou Científica, InforBANCA n.º 98.

Carvalho, C. (2012). Gestão da Relação com Clientes, InforBANCA (n.º 94.

Carvalho, C.(2012- abril). A Medida do Desempenho, InforBANCA . n.º 92.

**Carlos Luís Nunes da Silva Sequeira Lopes:**

Sequeira, L. (2013). Buyer-Seller Conflict and Cooperation in Marketing Channels: Port Wine Distribution. International Journal of Wine Research, 5 (April), pp. 9-21.

Sequeira, Luis (2012): "Cooperation in Port Wine Distribution", Journal of Wine Research, 23 (2), pp. 114-133

Sequeira, Luis (2012): "A Cooperação na Distribuição de Vinho do Porto – Estratégias de Relacionamento em Múltiplos Canais", Revista Portuguesa de Marketing, nº26, Fevereiro, pp.51-73

**Casimiro Francisco Ramos:**

Ramos, C.& Silva, N.H. (2015). Hierarquia e ansiedade de status nas tecnologias de informação e comunicação. Vigo: Universidade de Vigo.

Ramos, C. Lima M.M. & Silva, N.H. (2015). Hierarquia e Ansiedade de Status nas Tecnologias de Informação e Comunicação. XXV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica Universidade de Vigo-Ourense.

Ramos, C. & Lima, M. M. (2014). A avaliação do desempenho dos provedores logísticos – o caso dos fabricantes de produtos electrónicos do pólo industrial de Manaus. Instituto Politécnico de Leiria, Leiria: Publicenso.

Ramos, C. & Souto, J. L. (2014). As práticas de gestão de carreiras e o comprometimento organizacional: um estudo com os trabalhadores residentes em Portugal.. XXIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica. Leiria: Instituto Politécnico de Leiria.

Ramos, C., Dias, A.& at al (2013). Excelência Organizacional - Capitulo "Pessoas". Lisboa: bnomics (pp….).

Ramos, C. & Varela, M. G. (2013). Gestão do Potencial Humano da Administração Pública. Lisboa: editora?.

Ramos, C. (2013). XXIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestão Científica. Málaga, Universidade de Málaga: edições?

Ramos, C. (2011). Ledrazgo y desempeño en la Universidad .Cordoba: Publicações RES – Revista de Fomento Social n.º 86, (pp.401-428), ISSN-0015-6043.

Ramos, C. (2011).Elementos de organização e gestão empresarial (1ºed.). Lisboa: Edições Iade ISBN: 978-989-95639-9-5 – Depósito legal: 320782/10.

Ramos, C., Pereira A. &Grelo, I. (2011).Gestão do relacionamento no sector exportador Português. Córdoba: publicações ETEA-Institución Universitária de la Compañia de Jesús.

**Custódia Sacramento Ferro Costa:**

Costa, S. (2017). Impactos diretos e induzidos na economia e na sociedade portuguesa resultantes da emigração de portugueses altamente qualificados: da transição emigratória à construção e aplicação de metodologias de avaliação (Parte I). Lisboa: Publicações?

Costa, S. (2016): Creation of A Small Business In The Vegetarian Kitchen Sector . Lisboa :Revista Iber nº 7.

Costa, S. (2016). Impacto dos Serviços Partilhados: Estudo de caso – Tranch Itália. Lisboa :Portuguese Journal of Accounting and Management v.19, (pp. 115-162).

Costa, S. (2015). How to be successful in concluding master´s degree, repaying effort and investment. Lisboa : Parte II Revista Iber nº 6.

Costa, S. (2015). How To Be Succefull In Concluding Master's Degree: A Tridimensional Model To Mesure Success Requisites - 2besumde - Part I. Lisboa: International Business and Economics Review, nº 6.

Costa, S. (2014). How to be successful in concluding master´s degree, repaying effort and investment" Parte I. Lisboa: Revista Iber nº 5

Costa, S.(2014).Personalized Services - a Competitive Advantage in the Portuguese Retail Banking Market European Institute of Retailing and Services Studies - Conference of the European Institute of Retailing and Services Studies. Bucarest: EIRASS.

Costa, S. (2014). How To Be Succefull In Concluding Master's Degree: A Tridimensional Model To Mesure Success Requisites.Lisboa: International Business and Economics Review, nº5.

Costa, S.(2013). Benchmarking, Inteligência Competitiva e Inteligência. Lisboa Editor ISG7 de 6 U.Lusófona.

Costa, S.(2008). "Strategic equilibrium under FMO for Providers and Customers with different regulatory scenarios", uma abordagem microeconómica com funções objectivo dos diferentes agentes económicos a actuar no mercado.16ª Conferência Postal,da Rutgers University.

**Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira:**

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo Moraes (2018). Measuring guests' perception of the essence of the city boutique hotel. Tourism Review. Emerald.

Sarmento, Eduardo Moraes; Borges, Ângela (2018). O artesanato enquanto instrumento de turismo cultural no interior da ilha de Santiago (Cabo Verde). Revista de Turismo y Património Cultural (Journal of Tourism and Cultural Heritage) – PASOS. ISSN: 1695-7121. Universidade de La Laguna e Instituto Universitário da Maia (Aceite – Aguarda publicação).

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo Moraes (2017). Enhancing Brand Equity Through Emotions and Experience: The Banking Sector. International Journal of Bank Marketing © Emerald Publishing Limited 0265-2323 DOI 10.1108/IJBM-03-2017-0061.

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo Moraes (2017). Enhancing Brand Equity through emotions and experience: online banking sector, Cogent Business & Management, ISSN: 2331-1975.

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo Moraes (2017). The effect of corporate brand reputation on brand attachment and brand loyalty: automobile sector. International Journal of Business and Social Science (IJBSS), ISSN 2219-1933 (Print), 2219-6021 (Online).

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo Moraes (2017). Engaging tourists with museums in the destination Lisbon. Journal of International Business Research and Marketing. ISSN 1849-8558 (PRINT).

Loureiro, Sandra; Rita, Paulo; Sarmento, Eduardo Moraes (2017). Dream, style and personalized service: The core essence of an authentic boutique hotel. International Journal of Hospitality Management. ISSN: 0278-4319.

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo (2017). It is not only culture. Engaging visitors in a recreational experience and creating a passionate desire to visit again. A definir local

Sarmento, Eduardo, M. (2018). Tourism Marketing for Developing Countries: Battling Stereotypes and Crises in Asia, Africa and the Middle East. in Journal of Tourism and Cultural Change. Journal ISSN: 1747-7654. Article DOI: 10.1080/14766825.2018.1530878. Palgrave Macmillan, Taylor & Francis Group.

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo; Galelo, João (2018). Exploring sources and outcomes of trust and commitment to nonprofit organizations: The case of Amnesty International Portugal. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing. 23(3). ISSN 1465-4520. https://doi.org/10.1002/nvsm.1598

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo (2018). The role of word-of-mouth and celebrity endorsement in online consumer-brand-relationship: the context of Instagram. 2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings. pp. 1119-1129, doi.org/10.15444/GMC2018.09.05.05. Tokyo. (To link to this article: http://gmcproceedings.net/html/sub3_01.html)

Pinto, Luísa; Loureiro, Sandra; Rita, Paulo; Sarmento, Eduardo (2018). Exploring how brands create and maintain online relationships through their websites, Facebook and Instagram brand pages. 2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings. pp. 1109-1113, doi.org/10.15444/GMC2018.09.05.03. Tokyo. (To link to this article: http://gmcproceedings.net/html/sub3_01.html)

Pina, L.; Loureiro, Sandra; Rita, Paulo; Sarmento, Eduardo, Bilro, Ricardo; Guerreiro, João (2018). The perception of active listening practice on social networks. 2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings. pp. 1098-1106, doi.org/10.15444/GMC2018.09.05.01. Tokyo. (To link to this article: http://gmcproceedings.net/html/sub3_01.html).

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo (2018). Engaging visitors in cultural and recreational experience at museums. Anatolia - An International Journal of Tourism and Hospitality Research. ISSN: 1303-2917 (Print) 2156-6909 (Online). (To link to this article: https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1484378). pp. 1 – 12.

Cunha, Raquel; Sarmento, Eduardo (2018). The loyalty challenges in hotel restaurants in Lisbon. THIJ – Tourism Hospitality International Journal. ISSN: 2183-0800. 10(1): Pp. 35-54. Março.

Carvalho, Teresa; Sarmento, Eduardo Moraes; Loureiro, Sandra Loureiro (2017). Insights about destination brand: Madeira case study. International Journal of Hospitality Management. 9(1): pp. 11-23. November. ISSN: 2183-0800. http://www.isce-turismo.com/revista-cientifica.

Sarmento, Eduardo Moraes; Loureiro, Sandra; Rodrigo, Santo (2017). Análise do cluster do calçado em Portugal: competitividade e internacionalização. Revista Lusófona de Economia e Gestão das Organizações (R-LEGO). 5: pp.47-79. ISSN: 2183-5845, http://revistas.ulusofona.pt/index.php/r-lego/issue/current.

Sarmento, E. M. (2017). Parecer externo sobre a metodologia utilizada, Observatório dos Direitos, Relatório Narrativo Final, União Europeia, ACEP, CESA e LGDH, Bissau.

Sarmento, Eduardo; Loureiro, Sandra (2017). Recent gastronomic touristic tendencies based on a netnography model analysis. THIJ – Tourism and Hospitality International Journal. 8(1): pp. 11-23, ISSN: 2183-0800. March. .http://www.isce-turismo.com/revista-cientifica.

Sarmento, Eduardo; Loureiro, Sandra (2016). Brand love relationship: a true love or a missing story?, Revista Lusófona de Economia e Gestão das Organizações (R-LEGO). 4: pp. 33-56. ISSN: 2183-5845. Novembro. http://revistas.ulusofona.pt/index.php/r-lego/article/view/5645.

Loureiro, Sandra; Sarmento, Eduardo, Witt-Dörring (2016). An empiric analysis of the online market for the adventure travel tourism industry in Germany, THIJ – Tourism And Hospitality International Journal. 7(1): pp. 49-69. September. ISSN: 2183-0800.

Sarmento, Eduardo; Brás, Catarina; Oliveira, Carla Vargas (2016). Challenges of accessibility for senior tourism in Estoril coast. Revista Lusófona de Economia e Gestão das Organizações (R-LEGO). pp. 29-50. ISSN: 2183-5845, Abril.

Sarmento, Eduardo, António Abreu; Carla Oliveira (2015). O papel dos eventos turísticos nas unidades de alojamento e hoteleiras e de restauração e bebidas na cidade de Torres Vedras: o caso do carnaval, Tourism and Hospitality International Journal (THIJ). pp. 12-34. ISSN: 2183-0800. ISCE.

Sarmento, Eduardo; Loureiro, Sandra; Magalhães, Carlos; Lopes, Rui (2015). Internet in the intermediation role of travel agents: The Portuguese case. In Pedro Brito and Kim-Shyan Fam. Proceeding of the 2015 MAG Scholar Global Business, Marketing and Tourism Conference. Date: June 29 – July 01, 2015. Porto Business School-Portugal.

Sandra Loureiro; Eduardo Moraes Sarmento; Rui Lopes; Ki Nam Jin (2015). Feeling Better While Waiting: Hospital Lobby in Portugal and South Korea, Asian Journal of Business Research (AJBR), ISSN 1178-8933.

Loureiro, S.M.C., Sarmento, E.M., Lopes, R., & Jin, K.N. (2015). Feeling better while waiting: the influence of intrinsic cues of hospital lobby in Portugal and South Korea. In Pedro Brito and Kim-Shyan Fam. Proceeding of the 2015 MAG Scholar Global Business, Marketing and Tourism Conference. Date: June 29 – July 01, 2015. Porto Business School.

Magalhães, C., Sarmento, E.M., Loureiro, S.M.C., Lopes, R., (2015). I love you… but not unconditionally. Perceptions about luxury fashion brands. In Pedro Brito and Kim-Shyan Fam. Proceeding of the 2015 MAG Scholar Global Business, Marketing and Tourism Conference. Date: June 29 – July 01, 2015. Porto Business School-Portugal.

Sarmento, Eduardo; Louro, Cláudia; Oliveira, Carla (2015), The importance of accessibility for senior tourism in Estoril coast, International Journal of Business Administration, ISSN 1923-4007 (print); ISSN 1923-4015 (online) (April 25).

Loureiro, S.M.C., & Sarmento, E.M. (2014). Driving information through social network: usefulness and adoption of information about firms in Facebook. In Paulo Águas, Francisco Serra and José Santos (Eds). TMS –Tourism and Management Studies International Conference. Date: November 26-29, 2014, Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve (Faro, Portugal-New challenges, strategies and trends). ISBN: 978-989-8472-36-6 Accessed on http:/esghtconferences.org/tms2014/index.php/TMS2014/TMS2014/paper/view/933

Loureiro, S.M.C., Sarmento, E.M., & Laso Pinto, M.C. (2014). Exploring the perceptions of the millennial generation about corporate social responsibility in luxury fashion brands. In Paulo Águas, Francisco Serra and José Santos (Eds). TMS–Tourism and Management Studies International Conference. Date: November 26-29, 2014, Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve (Faro, Portugal-New challenges, strategies and trends). ISBN: 978-989-8472-36-6 Accessed on http://esghtconferences.org/tms2014/index.php/TMS2014/TMS2014/paper/view/935

Sarmento, Eduardo; Lopes, Paula; Franch, Eva Albiol, Consuelo (2014), The study of the website Performance of Tour Operators: the Iberian Peninsula Case Study, ECREA – European Communication Research and Education Association, 12 – 15 novembro, Centro de Congresso de Lisboa (FIL).

Sarmento, Eduardo; Brás, Catarina; Oliveira, Carla (2014), O turismo acessível no caso dos seniores nos hotéis de cinco estrelas: o caso da linha de Cascais, Jornadas Científicas Internacionais de Turismo_ISCE 2014 (5-6 novembro 2014).

Sarmento, Eduardo; Louro, Cláudia; Oliveira, Carla (2014), Marketing Territorial – proposta de criação da marca Beja, Jornadas Científicas Internacionais de Turismo_ISCE 2014 (5-6 novembro 2014).

Sarmento, Eduardo e Loureiro, Sandra (2014), Attitudes and behaviours amongst a sample of young adults: recycling and prevent wastes, TMS Algarve 2014 – Management Studies International Conference (26-29 November 2014).

Sarmento, Eduardo e Loureiro, Sandra (2014), São Tomé and Príncipe tourism destination competitiveness: qualify determinants and weaknesses, Anatolia – International Journal of Hospitality Research, ISBN 1030-2917 (Print), 2156-6909 (Online), Routledge.

Sarmento, Eduardo e Loureiro, Sandra (2014), Medical Tourism: how lobby servicescape may influence customer´s image and pleasurel, Journal of Tourism and Development, N.º 21/22, volume 2, pp. 23-32, ISSN 1645.9261, Aveiro, Portugal.

Sarmento, Eduardo e Loureiro, Sandra (2014), Tourism in São Tomé and Príncipe: the forgotten pearl, Journal of Tourism and Development, N.º 21/22, volume 3, pp. 229-238, ISSN 1645.9261, Aveiro, Portugal.

Loureiro, Sandra e Sarmento, Eduardo (2014), The role of Servicescape on customers' emotion, perceived quality and image: the medical tourism context, In Juran Kim (ed.). Proceeding of 2014 Global Marketing Conference -Bridging Asia and the World: Globalization of Marketing & Management Theory and Practice (pp. 1717-1729). Singapore July 15-18, 2014. ISSN: 1976-8699.

Sarmento, Eduardo (2014), Revisor crítico da obra internacional: CASE, Robert, Events and the Environment, Routledge, UK, ISBN: 978-0-415-60595-3. Paper publicado em 2014 na revista Tourism Management, Elsevier.

Sarmento, Eduardo (2012), Revisor crítico da obra internacional: DORFMAN, Eric, Intangible Natural Heritage: New Perspetives on Natural Objects, Routledge, UK, maio. Paper publicado na revista Annals of Tourism Research.

Sarmento, Eduardo (2011), Revisor crítico da obra internacional: JONES, Andrew; Philips, Michael, Disappearing Destinations: Climate Change and Future Challenges for Coastal Tourism, CABI, ISBN: 978 1 84593 548 1, UK, fevereiro. Paper publicado na revista Annals of Tourism Research.

Cunha, Licínio, Sarmento, Eduardo, Pina, Silva (2011). The European experience in the implementation of Bolonha Process: the ULHT case. International Conference, Tour XXI: Modernization of education in sphere of tourism and academic mobility – International Experience. pp. 18-23. ISBN 978-5-9926-0530-3. Astrakhan, Rússia.

Estêvão, João e Sarmento, Eduardo (2000). O Fenómeno da Economia Informal em Cabo Verde. Revista Anais. 2(1). abril, Mindelo, Cabo Verde.

**Fernando Jorge de Castro Teixeira Cardoso:**

Cardoso, F. A. (2017). Evolução do Desenvolvimento. In A Globalização do Desenvolvimento, ISBN 9789892074900.

Cardoso, F. A. (2015). Insustentável Levez do Desenvolvimento, in Desenvolvimento, ISBN 9789899727984.

**Filipe Manuel Sales Luís da Fonseca Rosário:**

Rosário, F.; Lopes P.; Varela, M. (2017). The Important Factor Of Brand Experience To By Perfumes Of Luxury Brands. Journal of Management. RJ Factor: 3.03

- Lopes, P., & Rosário, F. (2013). Perfumes vendidos na Internet–Moda ou fenómeno? 8ºCongresso SOPCOM, Livro de Atas: ISBN: 978-989-20-3877-3, p.287-292. (com arbitragem cientifica).

- Lopes, P., Varela, M. D. A., Carrillo Durán, M. V., & Rosário, F. (2012). A Internet e a comunicação no mercado outdoor. Análise dos websites das empresas de publicidade exterior em Portugal. International Business and Economics Review, vol. 3, p. 216-223. (Publicação com arbitragem científica).

- Carrillo Durán, M. V., & Luis Rosário, F. S. (2011). The Motivations to buy a Perfume. International Business and Economics Review, vol. 2., p. 114-123. (Publicação com arbitragem científica).

**Francisco Manuel Espingardeiro Banha:**

Banha, F. (2017). The main barriers of Portuguese entrepreneurship ecosystem: Interpretive Structural Modeling (ISM) approach - Tourism & Management Studies, 13(2), 60-70 DOI: 10.18089/tms.2017.13206

Banha, F.& Rebelo, E. (2016) - Sugestões de Melhoria no Programa Escolas Empreendedoras: determinantes e respetivas probabilidades estimadas. Instituto Pedro Nunes, Lisboa: Atas das II Jornadas Ensino do Empreendedorismo em Portugal, (pp265-280).

Banha, F. (2016). Educação para o Empreendedorismo. Cartas a Um Professor… O Triunfo dos Empreendedores. Lisboa: Bnomics. 978-989-713-167-7.

Banha, F. et al. (2016) - Barreiras ao Desenvolvimento do Ecossistema Empreendedor Português. Ciem 2016 – 6.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo, 27 a 29 de outubro em Coruña, España. EMPREEND – Associação Portuguesa para o empreendedorismo / Universidade da Coruña, Actas da conferência: jornada Científica Empreender para Vencer, (pp. 83 – 91).

Banha, F. (2016) - Portuguese Ecosystem from startup to scaleup in 6th Iberian Conference on Entrepreneurship, held in University of A Coruña, Spain.

Banha, F. (2015). Ventos de Mudança. Lisboa: Editora Bertrand 972.25-1089-4.

**Helena Alexandra Jorge Soares Mantas:**

Mantas, H. (2010). "Arquitectura unifamiliar burguesa da primeira metade do século XX: análise de quatro casos de estudo" in Património Arquitectónico. Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, Vol. II, tomo I, Prédios de rendimento, residências unifamiliares e jazigos. Lisboa: SCML.

Mantas, H. (2010). "Os edifícios das cozinhas económicas dos Anjos e de São Bento. Elementos de memória da acção assistencial na cidade de Lisboa", in Património Arquitectónico. Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, Vol. II, tomo II, Equipamentos e instalações. Lisboa: SCML.

Mantas, H.(2008). Museu de São Roque. Roteiro. Lisnboa: Santa Casa da Misericórdia de Lisboa / Museu de São Roque.

Mantas, H. (2006)."Cinco palácios em Lisboa. Breve abordagem da arquitectura erudita portuguesa dos séculos XVII e XVIII", in Património arquitectónico. Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, Vol. I - arquitectura religiosa e civil erudita. Lisboa: SCML.

Mantas, H. (2005).Monumentos: Memória e Identidade. O caso do Panteão Nacional de Santa Engrácia, comunicação apresentada ao III Congresso Internacional de Desenvolvimento socio-cultural. Elvas: Agir.

**Helena Maria Saraiva Pimentel Lourenço:**

Pimentel, H. (2016). O papel da gestão de pessoas no turismo. *Revista Lusófona de Economia e Gestão das Organizações,* 4, 81-111.

Pimentel, H. & Alves Duarte, I. (2016). Gestão de Recursos Humanos no Turismo. In Atas do Congresso da Associação Portuguesa de Profissionais em Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho. Universidade Nova de Lisboa.

**Henrique Nuno Esteves Correia dos Santos Morais:**

Morais, H. (2014). A Recuperação Económica na Zona Euro: Realidade ou ficção? – Anuário de Relações Exteriores, Lisboa: Observatório de Relações Exteriores da UAL. (pp.24-27).

Farto, M. & Morais, H. (2013). A crise da dívida soberana: uma reflexão a meio da ponte. In Janus 2013 – Anuário de Relações Exteriores. Lisboa: Observatório de Relações Exteriores da UAL. (pp.108-111).

**Ivo Nuno Costa da Silva de Oliveira Pereira:**

Pereira, I., Reto, L.A., Machado, L. F.& Esperança, (2016). Novo Atlas da Língua Portuguesa. Lisboa: edições…

Pereira, I. (2015).Top executive compensation in less developed capital markets, Corporate Governance: The international Journal of Business in Society, v.15, issue 1, (pp 122-133).

Pereira, I., Carvalho, J. R. & Esperança, P. (2012). O papel das parcerias na internacionalização das empresas portuguesas, Economia Global e Gestão, v.17, (pp 9-29).

Pereira, Ivo. Corporate Governance No Espaço Lusófono, com José Paulo Esperança, Ana Sousa e Elisabete Soares, Texto Editores, Setembro 2011.

Pereira, Ivo. Recolha e tratamento estatístico para o artigo: “Organizational Responses to Regional Integration Among MNEs in Latin America”, de José de la Torre, José Paulo Esperança e Jon Martínez, Management International Review, 2011.

**José Alberto Lopes Costa:**

Costa, J.A. & Muñoz, C. A. (2016.). Capital Relacional e Desempenho Organizacional no sector hoteleiro português (NUT II Lisboa). Procedia - Economics and Finance.

Costa, J.A. & Muñoz, C. A. (2015-Nov.).La gestión del conocimiento en el sector hotelero portugués. Un estudio sobre una parte del capital intelectual: el capital humano. VII Encuentro Ibérico EDIBCIC, Madrid, Espanha.

Costa, J.A. (2015).- Relational Capital and Organizational Performance in the Portuguese Hotel Sector (NUTS II Lisbon), escrito em conjunto com o Prof. Antonio Muñoz-Cañavate, da Universidad da Extremadura.

Costa, J. A., Dias, A. (2013). Livro Excelência Organizacional - Dias, Álvaro, Varela, Miguel, Costa, José Lopes (2012) Excelência Organizacional, Bnomics;

**José António Dias:**

Dias, J. A., Dias, J. G., & Lages, C. (2017). Can negative characters in soap operas be positive for product placement? Journal of Business Research, 71,pp. 125-132.

Dias, J. A., & Dias, J. G. (2014). Direct and Indirect Effects of Parasocial Relationship in Product Placement. Paper presented at the ICCMI -2nd International Conference on Contemporary Marketing Issues, Athens.

Dias, J. A., Dias, J. G., & Lages, C. (2013). "Villains or Heroes": An Experimental Study of Product Placement with Negative and Positive Television Characters. Paper presented at the EMAC - 42nd Annual Conference, Istambul.

**José Manuel Brito Almas:**

Almas, J.M.B & Azevedo,M.G. (2015,Setembro). *Normalização contabilística e internacionalização Moderadora: Fernanda Alberto. " A Qualidade da Informação Financeira com a Implementação das IAS/IFRS: Revisão da Literatura".* Lisboa: Congresso TOC, ArtigoA3.

**José Paulo Boléo Sampaio Fernandes:**

Fernandes, João. Autor de manuais pedagógicos utilizados como bibliografia recomendada das disciplinas de Contabilidade Geral, Consolidação de Contas e Elementos de Contabilidade Geral e Analítica

Fernandes, João. Autor do estudo " Avaliação de Unidades de Negócio" no âmbito do processo de privatização do IROMA

Fernandes, João. Autor do estudo" Critérios de Avaliação Empresarial" no âmbito de investigação sobre produtividade do INA (Instituto Nacional de Administração)

Fernandes, João. Autor do estudo sobre " Sistemas de Custeio" no Teatro Nacional Dª Maria II.

**Lucian Radu:**

Reis,C.R.; Pascoal, A.; Radu,l.; Oliveira, M. & Alves,J. (2017).Overview of the radiographers' practice in 65 healthcare centers using digital mammography systems in Portugal, Insights Imaging.

Moldovan, I.D. Radu, L (2015).Trefftz-based Dual Reciprocity Method for hyperbolic boundary value problems, International Journal for Numerical Methods in Engineering, (impact factor 2.055)

Barreira, L.; Radu L. (2014). Wolf, Dimension of measures for suspension fows, Dyn. Sys. 19, pp. 89-107.

Panão, M.R.O. Radu, L. (2013-April). P.hysical analysis of multimodality in atomization processes, International Journal of Heat and Fluid Flow, Volume 40, pp.151 – 164.

Moldovan, I.D. Radu, L (2015).Trefftz-based Dual Reciprocity Method for hyperbolic boundary value problems, International Journal for Numerical Methods in Engineering, (impact factor 2.055)

**Luís Miguel Valente Gonçalves:**

Gonçalves, L. M.; Miralles-Quirós M.M. & Miralles-Quirós, J. L. (2018-Jan)."A Rentabilidade das Regras Médias Móveis: Menor é Melhor no Mercado de Ações

Brasileiro", Mercados Emergentes Finanças e Comércio. http://dx.doi.org/10.1590/s0034-759020170403

Gonçalves, L. M.; Miralles-Quirós M.M. & Miralles-Quirós, J. L. (2018)."A Relevância dos Valores do Desempenho Ambiental, Social e de Governança: O Caso Brasileiro", Sustentabilidade, vol. 10 (3), pp. 574, 2018.

Gonçalves, L. M.; Miralles-Quirós M.M. & Miralles-Quirós, J. L. (2018)."Rentabilidade das regras técnicas de negociação no mercado de ações brasileiro", Revista Evidenciação Contábil & Finanças, vol. 6 (2), p.133-150.

Gonçalves, L. M.; Miralles-Quirós M.M. & Miralles-Quirós, J. L. (2017)." "Revisitando o Efeito Tamanho na Bovespa", Revista de Administração de Empresas, vol. 57 (4), pp. 317-329,

Gonçalves, L. M.; Miralles-Quirós M.M. & Miralles-Quirós, J. L. (2017)." "Testando a hipótese conjunta Eficiência-CAPM na Bovespa", Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade, vol. 7 (3), pp. 414-435, 2017

Gonçalves, L. M.; Miralles-Quirós M.M. & Miralles-Quirós, J. L. (2016)." "Avaliação de efeito da semana e estratégias de investimento no Mercado de Capitães Brasileiro", Revista de Finanças Aplicadas, vol. 7 (4), PP. 1-23.

Gonçalves, L. M.; Miralles-Quirós M.M. & Miralles-Quirós, J. L. (2018)."Decisões ótimas de alocação de portfólio com base em uma abordagem Copula-ADCC-GARCH. Gestão e Performance. Novos desafios para as finanças. Livro de Springer: fricções de mercado, risco. Editores: Correia Leitão, João; Serrasqueiro, Zélia, Armada da Rocha, Manuel (Eds.). ISBN 978-3-319-68923-4.

**Luís Pedro Vilela Pimentel:**

Pimentel, L. & Major, M. (2016). Key success factors for quality management implementation: evidence from the public sector.Total Quality Management & Business Excellence, 27:9-10, pp. 997-1012.

Pimentel, L. & Major, M.J. (2014) Quality management and a balanced scorecard as supporting frameworks for a new management model and organizational change, Total Quality Management & Business Excellence, 25:7-8, 763-775.

**Manuel de Vilhena Veludo:**

Veludo, M. V. (2013). Inovação: Desenvolvimento de novos produtos e serviços. In Excelência Organizaciona. Lisboa: Edição bnomics.

Veludo, M. V. (2013). Benefícios da certificação segundo norma ISO 9001, Newsletter Despertar, Fundação CEBI.

**Márcia Maurer Herter:**

PINTO, D. C.; NIQUE, W.; HERTER, M. M.; BORGES, A. (2016). Green Consumers and their Identities: How Identities Change the Motivation for Green Consumption. International Journal of Consumer Studies, 40, pp. 742-753.

BORGES, A.; HERTER, M. M.; CHEBAT, J. (2015). It was not that long! : The effects of the in-store TV screen content and consumers emotions on consumer waiting perception. Journal of Retailing and Consumer Services, 22, pp. 96-106.

HERTER, M. M.; SANTOS, C. P.; PINTO, D. C. (2014). "Man, I shop like a woman!" The effects of gender and emotions on consumer shopping behaviour outcomes. International Journal of Retail & Distribution Management, 42, pp. 780-804.

PINTO, D. C.; HERTER, M. M.; ROSSI, P. C.; BORGES, A. (2014). Going green for self or for others? Gender and identity salience effects on sustainable consumption. International Journal of Consumer Studies, 38, pp. 540-549.

PINTO, D. C.; NIQUE, W., AÑAÑA, E., HERTER, M. M. (2011). Green Consumer Values: how personal values can influence responsible water consumption. International Journal of Consumer Studies, 35 (2), pp.122-131.

**Maria Helena dos Santos Lopes Curto:**

Curto, H. (2016). A Mudança na Gestão de Pessoas e Organizações, Comunicação in III Congresso de Pessoas e Ciências Empresariais, 22. Out. 2016. Torres Vedras: ISPO.

Curto, H.; Dias, A. (2014). "Administrative reforms and performance of local public policies". Public Policy Advocacy. International Journal of Public Sector Management. Emerald. Vol. 27 Iss: 6, pp.462 - 474.

Curto, H.; Moita, L.; Brito, B. Quintas, C.& Galito, M. S. (2014). “Cidades e Regiões: a paradiplomacia em Portugal”; Janus-net-e-journal of international relations, vol. 5, n.º 2, pp 114-122.

Curto, H. (2013). "Auditoria" e "Controlo Interno". Capítulo 10 de publicação "Excelência Organizacional", Coordenado por Álvaro Dias, Miguel Varela e José Lopes Costa. Lisboa: bnomics. Instituto Superior de Gestão (ISG).

Curto, H.; Cabeças, A. Gamenhas, F. (2012). Estatística Aplicada à Gestão, Lisboa: Abdul’s Angels Lda. ISBN – 978-972-8973-44-5.

Curto, H. (2011). Legislação SNC, Lisboa: Abdul’s Angels Lda. ISBN – 978-972-8973-42-3.

Curto, H.; Dias, A. (2011). “Auto Sustentabilidade das Políticas Locais e de Coesão Territorial. Análise das principais alterações no Sistema de Perequação Financeira”, Revista Portuguesa de Estudos Regionais (RPER), N.º 28, Set.º 2011.

Curto, H. (2011). “Models of Local Governance in Member Countries of the European Union”, comunicação in Economics Conference on Public Finances and the Eurozone Economies: Past, Present and Future Perspectives, 1st Edition, NIFIP – Núcleo de Investigação em Finanças Públicas e Política Monetária (FEP), University of Porto College of Economics/Faculdade de Economia do Porto (FEP).

Curto, H. (2011). “Análise das principais alterações no sistema de Perequação Financeira”, comunicação in 9.º Workshop da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional (APDR), Descentralização Financeira e Desorçamentação.

**Maria Isabel Alves Duarte:**

Alves Duarte, I. & Cunha, L. (2016). A Gestão de Recursos Humanos e a Competitividade nas PME na Região de Lisboa. In: Atas do Congresso da Associação Portuguesa de Profissionais em Sociologia Industrial das Organizações e do Trabalho. Universidade Nova de Lisboa.

Pimentel, H. & Alves Duarte, I. (2016). Gestão de Recursos Humanos no Turismo. In Atas do Congresso da Associação Portuguesa de Profissionais em Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho. Universidade Nova de Lisboa.

Alves Duarte, I. (2015), Virtual Teams: Human Resources' technology preferences for better communication, increased trust and performances, Revista Lusófona de Economia e Gestão das Organizações, ISSN 2183-5845, pp. 9-36.

Alves Duarte, I., Ceitil, M. & Santos, M. (2015). Skillmismatch: A Construção de um Conceito. In Livro de Atas do 1º Congresso da Associação Internacional de Ciências Sociais e Humanas em Língua Portuguesa (pp. 9500-9507) Lisboa, Universidade Nova de Lisboa: AILPcsh.

**Maria Leonor Maciel dos Santos Almeida:**

Ibérico Nogueira, S., Almeida, L., Lima, T. S. ( 2017). TTT- Two Tracks of Thought: A structural model of the Test for Creative Thinking-Drawing Production (TCT-DP). Creative Research Journal doi:10.1080/10400419.2017.1303312 . Impact Factor: 1.706

Almeida, L., Ibérico Nogueira, S., Lima, T. S. ( 2017, May).Factorial invariance across school levels in the Portuguese version of the TCT-DP. Workshop presented at International Psychological Applications, Conferences and Trends, 29 April-1 May 2017, Budapest.

Almeida, L., Gentil Martins, J.,Garcia, M., Marques, B., Serras, M. & Perry da Câmara, B.. (2017, May) Are We Teaching What We're Preaching? The Relationship Between the Values of Life and Creativity Levels in College Level And Non-College Level Teachers. Workshop presented at International Psychological Applications, Conferences and Trends, 29 April-1 May 2017, Budapest.

Ibérico Nogueira, S., Almeida, L., Garcês, S., Pocinho, M., & Wechsler, S. (in press 2015). The Style Troika Model (STM). A Structural Model of the Thinking and Creating Styles Scale. Journal of Creative Behavior. (IF: 1.135)

Ibérico Nogueira, S., & Almeida, A. (no prelo). Who are they? Creativity and Innovativeness: Featuring Workers. International Journal of Problem Solving and Creativity.

Ibérico Nogueira, S., & Almeida, L. (no prelo). Gerir Cautelosamente ou Arquitectar as Inovações: Cada Um Ouve a Música que Quer. Revista Estudos de Psicologia.

Almeida, L., Ibérico Nogueira, S. & Bahia, S. (in press). Assessing Creativity: The Test for Creative Thinking- Drawing Production (TCT-DP). The ConceptApplication,

Evaluation and Portuguese Studies. In D. Chadee & A.Kostic. Research in Social Psychology.

Almeida , L. Palestra a Convite e Formação aos Psicólogos do Grupo Ensinus e do Real Colégio de Portugal sobre "Os Valores de Vida como Guias do comportamento e da tomada de decisão: aplicações em orientação e aconselhamento da carreira". 8 de Março 2017 Externato Álvares Cabral. Lisboa

Almeida,L.(2016). Valores e Papéis de Vida: Família e Trabalho. In Rebelo Pinto & Sardica (coordenadores) Família: Essência e Multidisciplinaridade.(pp.135-148). Lisboa. Universidade Católica Editora.

Almeida, L & Diuana, M. (2016,Setembro). Criatividade : Risco de Formação de Atmosfera Explosiva. In S. Ibérico Nogueira (Chair) Workshop .3º Congresso da Ordem dos Psicólogos Portugueses, Porto: Alfândega do Porto.

Ibérico Nogueira, S., Almeida, L., Garcês, S., Pocinho, M., & Wechsler, S. (2015). The Style Troika Model (STM). A Structural Model of the Thinking and Creating Styles Scale. Journal of Creative Behavior,(2), 1-19. doi: 10.1002/jocb.81. Impact Factor: 1.706

Almeida, L. (2013).Liderança e criatividade nas organizações. In Varela, Lopes Dias & Lopes Costa (Eds.) Excelência Organizacional. (pp. 27-62). Lisboa.Bnomics.

Investigadora convidada no Projecto de Investigação :Criatividade: Uma Odisseia Frontal

Para Formação de investigadores na Aplicação e Cotação do Teste of Creative Thinkin Drawing Production 2014-2015

Criatividade: Uma Odisseia Frontal, financiado pelos Laboratórios Azevedo. Investigador principal: Pedro Cabral (Neuropediatra); Investigadores (José Carlos Ferreira, Rita Lopes da Silva, Ricardo Lopes, Luís Ferraz, Sara Ibérico Nogueira e Leonor Almeida).

Almeida, L., Morgado. C. (accepted). Autoliderança e Estratégias de Criatividade em Líderes e Não-Líderes. European Journal of Applied Business and Management.

Almeida L.; Ibérico Nogueira,S.; Nogueira, A.; Costa, J. Life Values And Creativity In Future Psychologists And Managers. Proceedings InPACT 2016 International Psychological Applications Conference and Trends, Lisboa 30 de Abril- 2 de Maio 2016

Projectos de Investigação financiados:

2014-2015 Criatividade: Uma Odisseia Frontal, financiado pelos Laboratórios Azevedo. Investigador principal: Pedro Cabral (Neuropediatra); Investigadores (José Carlos Ferreira, Rita Lopes da Silva, Ricardo Lopes, Luís Ferraz, Sara Ibérico Nogueira e Leonor Almeida).

Projectos de Investigação Não Financiados (em curso):

2013 – À luz da Teoria do Limiar: Um ou dois limiares na relação entre inteligência e criatividade? Investigador Principal: Sara Ibérico Nogueira (ULHT- Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias); Investigador: Leonor Almeida (UCP- Universidade Católica Portuguesa).

Estudo normativo para a população portuguesa com a Troika- Escala de Estilos de Criar e Pensar. Investigador Principal: Sara Ibérico Nogueira (ULHT); Investigador: Leonor Almeida (UCP).

Estudo normativo para a população adulta portuguesa com o TCT-DP (Test for Creative Thinking- Drawing Production). Investigador Principal: Sara Ibérico Nogueira (ULHT); Investigador: Leonor Almeida (UCP).

Estudo normativo para a população adolescente portuguesa, com o TCT-DP (Test for Creative Thinking- Drawing Production). Investigador Principal: Sara Ibérico Nogueira (ULHT); Investigador: Leonor Almeida (UCP).

Estudo normativo para crianças e jovens portugueses, do primeiro, segundo e terceiro ciclos de escolaridade, com o TCT-DP (Test for Creative Thinking- Drawing Production). Investigador Principal: Sara Ibérico Nogueira (ULHT); Investigador: Leonor Almeida (UCP).

Modelo estrutural do TCT-DP (Test for Creative Thinking- Drawing Production) para adultos portugueses. Investigador principal: Sara Ibérico Nogueira (ULHT); Investigador: Leonor Almeida (UCP).

Modelo estrutural do TCT-DP (Test for Creative Thinking- Drawing Production) para adolescentes portugueses. Investigador principal: Sara Ibérico Nogueira (ULHT); Investigador: Leonor Almeida (UCP).

Modelo estrutural do TCT-DP (Test for Creative Thinking- Drawing Production) para crianças e jovens dos primeiro, segundo e terceiro ciclos de escolaridade. Investigador principal: Sara Ibérico Nogueira (ULHT); Investigador: Leonor Almeida (UCP).

**Mário Jorge Valente Ceitil:**

Ceitil, M. (2006). Gestão de Recursos Humanos para o Séc. XXI. Lisboa: Edições Sílabo.

Ceitil, M. (2006). Gestão e Desenvolvimento de Competências. Lisboa: Edições Sílabo.

Ceitil, M. (2004). Sociedade, Gestão e Competências – Novas Dinâmicas para o Sucesso das Pessoas e das Organizações. Lisboa: Edições Sílabo.

Ceitil, M., et.al. (1991). "Recursos Humanos – eis a questão". Lisboa: IAPMEI

Ceitil, M. (2000). " O Papel da Formação no Desenvolvimento de Novas Competências ", in A Caetano e J. Vala (orgs.) " Gestão de Recursos Humanos: Contextos, Processos e Técnicas". Lisboa: RH Editores.

**Marta Maria Cordeiro Lopes:**

Lourenço, L., Silva, A., Lopes, M. e Reis, L. (2017). Pharmacy Marketing Strategies: Results from a Notoriety Study. Poster apresentado no 77 FIP World Congresso f Pharmacy and Pharmaceutical Sciences, Seoul, Coreia do Sul.

Lopes, M. & António, N. (2016). Responsabilidade Social Empresarial em Portugal: do Mito à Realidade. International Business and Economics Review, 17, 110-138.

**Miguel Nuno Vieira de Carvalho Abreu Varela:**

Varela, Miguel, A. Neta e A. Luís (2018) – University Performance: Pedagogical Efficiency vs. Scientific Efficiency, ICERI 2018, Sevilha, ISBN 978-84-09-05948-5

Varela, M. & Balsinha, A. (2017). Marketing in the Industrial Painting Sector, Research Journal of Marketing;

Varela, M., Mendes, R.;Neta, A &Lopes P. (2017, November). Higher Education in Portugal: University versus Polytechnic: What Differences in Management (Business Administration) Academic Degrees? Seville, Spain: ICERI 2017 Conference, ISBN: 978-84-6976957-7.

Varela, M.; Rosário F. & Lopes, P. (2017). The Importance Factor of Brand Experience to Buy Perfumes of Luxury Brands, European Journal of Business and Social Sciences, vol 6, n.3 ISSN 2235-767

Varela, M. ; Brazinha, F.M. (2015). A Gestão em Tempos de Crise. International Business and Economics Review, N. 6, e-ISSN: 2183-3265. Com arbitragem científica.

Varela, M.; Lopes, P.; Ramalhoto, F.; Cheben, J.; Rosário, F. & Carillo Duran, V. (2015). Events Role in Marketing and Communication Management, International Business and Economics Review, N. 5, e-ISSN: 2183-3265. Com arbitragem científica.

Varela, M.; Lopes, P. (2014). Global University Environment – Which Marketing Strategies? 8th Annual International Technology Education and Development Conference, Inted. Valência. Spain. ISI Proceedings.

Varela, M.; Lopes, P; Ramalhoto; F. (2014). The Influence Of The Event To Brand Building And Brand Communication: The Case Study Of Pavilhão Do Conhecimento - Ciência Viva, in ECREA 2014, International Conference, Portugal.

Varela, M. e Freitas Lucas. M. (2014). Gestão Da Qualidade Na Prestação De Cuidados De Saúde: Uma Aplicação Ao Serviço De Cirurgia Geral Do Hospital De São José, International Business and Economics Review, N.4, ISSN: 1647-1989. Com arbitragem científica.

Varela, M,; Paula, L. & Carrilo Duram;V. (2011) - Publicidade Exterior em Portugal, International Business and Economics Review: IBER – Nº2 ISSN 1647-1989.

Livros publicados

Dias, A. Varela, M. (2015). Gestão Empresarial. Portugal. Gestão e Estratégia: Desafios da globalização. Lisboa: Escolar editora.

Varela, Miguel (2015).Introdução à Gestão, Escolar Editora – Livro

Varela, M. et al (2013). Excelência Organizacional, Lisboa: BNomics Editora

Projetos de Investigação (Portugal 2020)

- Emotional Ergonomics (€238.039,83)
COD 02/SAICT/2014
C.A. JO 2464251C4
C.A. JO 17911U033F
(2018 – 2020)
- Organizations and Social Economy: Support to Innovation [€223.774,39)
COD 02/SAICT/2014
C.A. JO 2464251C4
C.A. JO 17911U033F
(2018 – 2020)

**Paula Bela Rosa Luís Lopes :**

Balado, C A..; Breva Franch, E.; Lopes, P. (2016). La representación adulta de la imagen del menor en publicidad. Cap. Livro in Claves de la comunicación para niños y adolescentes. Coordinadores: Antón Álvarez-Ruiz y Patricia Núñez. Editorial: Fragua /Icono14

Madrid. ISBN: 978-84-7074-668-0 (papel), y 978-84-7074-669-7 (e-book), p. 21 a 46.

Breva Franch, E.; Balado, C. A.; Lopes, P. (2015). La creatividad en el medio exterior del setor de la telefonia móvil: análisis en España y Portugal. Anàlisi, 51. P17-34.

Lopes, P., Mohamed, R. (2015). A importância da comunicação na gestão de projectos. IBER, nº 6. ISSN 1647-1989.

Lopes, P., Varela, M. (2014). Web 2.0 Institutional Communication From Portuguese Universities, An Analyses From The Websites And The Opinion From The Students. Poster. 8th Annual International Technology Education and Development Conference, Inted. Valência. Spain. ISI Proceedings.

Lopes, P., Varela, M. (2014). Global University Environment – Which Marketing Strategies? 8th Annual International Technology Education and Development Conference, Inted. Valência. Spain. ISI Proceedings.

Balado Albiol, C., Breva Franch, E., Lopes, P. (2014). La utilización de la imagen del menor en la Publicidad dirigida a adultos. ACTAS ICONO14 - Nº 15 I Congreso Internacional de Comunicación Infantil | 06/2014 | ASOCIACIÓN CIENTÍFICA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS. pp. 13-26. Madrid, Espanha.

Lopes, P. (2013). As campanhas de Publicidade Exterior e a sua memorização- estudo realizado junto de um grupo de consumidores. Livro de Atas ISBN: 978-989-20-3877-3. Pp816-823.

Varela, M., Lopes, P., Ramalhoto, F. (2014). The Influence Of The Event To Brand Building And Brand Communication: The Case Study Pavilion of Knowledge. IBER nº 5, ISSN 1647-1989.

Varela, M.; Lopes, P.; Ramalhoto, F. (2014). The influence of the event to brand Building and brand communication. 5th ECREA. Lisbon. Portugal.

Cheben, J., Lancaric, D., Savov, R., Barbosa, M., Lopes, P. (2011). The Perspectives of Diversity Managemenmt in Slovaqui. Fakulty mezinárodních vztahů da University of EconomicsPrague (Vysoká škola ekonomická v Praze), Vol. V, 2011. http://vz.fmv.vse.cz/casopis-working-papers/cisla-vydana-v-roce-2011/

Aboobakar, R. & Lopes, P. (2015). The role of communication in project management. International Business and Economics Review. Nº 6, p.40-76.

Lopes, P. (2015). A Evolução Da Publicidade Exterior Em Portugal. Revista Brasileira Comunicação: perspectivas trans-atlânticas. Nº 1.

Capítulo de Livro:

Balado Albiol, C., Breva Franch, E., Lopes, P. (2015). La Representación Adulta De La Imagen Del Menor En Publicidad. Cap. Livro em "Claves de la comunicación para niños y adolescentes". Fragua. Madrid. P. 21 - 46.

Coordinadores: Antón Álvarez-Ruiz y Patricia Núñez Editorial: Fragua /Icono14 Lugar y fecha: Madrid, mayo de 2015 ISBN: 978-84-7074-668-0 (papel) y 978-84-7074-669-7 (e-book) Páginas totales libro: 548

Projectos de Investigação

Descrição: "Fundamentos y Experiencias de gestión de intangibles desde la neurociencia: estado de la cuestión, metodologías actuales y capacidad métrica"

Entidades envolvidas: CIGEST / Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Jaume I.

Investigadores: Paula Lopes (INP / CIGEST) Miguel Varela (ISG/ INP / CIGEST), Eva Franch e Consuelo Balado (Universidad Jaume I).

**Pedro Filipe Pereira Pinheiro da Cruz:**

Marques, T., Jesus-Gallende; Cruz, P. & M. Portugal (2014). "Surviving downsizing and innovative behaviors: a matter of organizational commitment", International Journal of Manpower, 35 (7).pp. 930-955. ISSN: 0143-7720. http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/IJM-03-2012-0049.

Marques, T. Cruz, P. & M. Portugal (2011) "The Downsizing effects on survivors: a structural equation modeling analysis", Management Research, 9 (3), pp. 174-191, ISSN 1536-5433

Marques, T. Cruz, P. & M. Portugal (2011) "Downsizing and Profitability: an empirical study of Portuguese firnms between 1993-2005", International Journal of Business and Economics, 10 (1), pp13-26, ISSN 1607-0704

Cruz, P. , P. Muñoz, Laukkanen & Salo, J. (2011) "Mobile banking rollout in emerging markets, evidence from Brazil", International Journal of Bank Marketing, vol 28 (5), pp.342-371, ISSN 0265-2323

**Pedro Manuel Alves Trindade:**

Trindade, P. A. (2017). Geração Millennials: Como capta e valoriza a comunicação do recurso turístico. Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal, 31, pp.98-118. doi: 10.18089/DAMeJ.2017.31.7

Peste, M., Trindade, P., Estevão, C. & Nunes, S. (2017) Destination Weddings: Motivação e Opção por Portugal. Revista Turismo & Desenvolvimento: 27/28,pp. 2291-2302. e-ISSN 2182-1453

**Renato Lopes da Costa**

LOPES DA COSTA, R., Nelson António e José Brás-dos-Santos (2017). As "Praxis" e Práticas que constituem o trabalho estratégico dos consultores: A análise do contexto português à luz do campo de pesquisa da Estratégia-como-Prática. Revista de Economia e Gestão, Brasil – Belo Horizonte, Vol. 17 (46), 4-22.

LOPES DA COSTA, R. Nelson António, Isabel Miguel (Forthcoming 2017) Global Business Models Mapping: The American and European Models. Global Business and Economic Review.

LOPES DA COSTA, R., Nelson António, Isabel Miguel (2017). Internationalization and Economic Growth: The Portuguese Case. International Journal of Learning and Change, Vol.9 (2), pp.91-110.

João Pereira, R. LOPES DA COSTA, J. Borges (Fothcoming, 2018). Os modelos de Liderança no Contexto da Gamification. Estudo de Caso. Revista Proelium/Academia Militar, Vol 7, nº14, Jan-Jun.

LOPES DA COSTA, R. & Nelson António (forthcoming, 2017). O papel dos consultores como intermediários no processo de construção do conhecimento: Uma análise à luz do campo de pesquisa estratégica- como – prática – INDEG/ISCTE, Lisboa.

**Ricardo Jorge Pinto Lopes Ferro:**

Fonseca, L. M. ; Ferro. (2016). Does it pay to be Social Resp. IC, 12(2), 487_505?

Fonseca, L. M. ; Ferro. (2016). Employee_Customer satisfy. &Economic Perf.IJIEM. 7(1), 25_30

Fonseca, L. M. ; Ferro. (2015)., Influence of Env.Mngt&Cust.Prog.FME T. 43,370-376

Ferro, R. L. (2014)"From management systems (9K, 14K, 18K) to RS (26K)- Business Sustainability II.

**Rosa Isabel da Costa Vicente Rodrigues:**

Ferreira, A., Martinez, L., Rodrigues, R., & Ilhéu, C. (2017). The impact of Human Resources practices on consumers' investment intentions: a study in the financial sector. Employee Relations, 29(4), 475-486. doi: 10.1108/ER-05-2016-0097

Ferreira, A. I., Martinez, L. F., Lamelas, J. P., & Rodrigues, R. I. (2017). Mediation of job embeddedness and satisfaction in the relationship between task characteristics and turnover: a multilevel study in Portuguese hotels. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 29(1), 248-267. doi: 10.1108/IJCHM-03-2015-0126

Ferreira, A. I., Rodrigues, R. I., & Ferreira, P. C. (2015). Career interests of students in psychology specialties degrees: psychometric evidence and correlations with the RIASEC

dimensions. International Journal for Educational and Vocational Guidance, 16(1), 91-111. doi:10.1007/s10775-015-9289-3

**Rui Carlos de Lemos Correia Estrela**:

Martins, L.P., (Coord.), Estrela, R.,2015 et all, Novo Dicionário da Comunicação, News Museum, Chiado Editora.

Estrela, R., Medina, C., (2014). A importância da Marca na indústria portuguesa de moldes, Revista Brasileira de Marketing, vol.3,nº6, 2014, ISSN 2177-5184.

Estrela, R., Costa Pereira, F., Bruno, J. (2014). Children's Consumer Socialization: The Role of Marketing, Euromed Journal of Business, vol.9, nº 3, ISSN 1450-2194.

Estrela, R, Loureiro, S. (2013). Advertising Self-regulation and Complaints: a Comparative Study in Portugal and Spain, South Asian. Journal of Marketing &Management Research (SAJMMR), vol.3, issue 8, ISSN 2249-877X.

**Rui Manuel da Costa Carvalho Braz**

Brás, R.M. (2016). Tarkovsky. A memória das origens em Nostalgia e O Sacrifício. Lisboa: Universidade Católica Editora.

Brás, R.M. (2011). Uma aproximação ao pathos nos filmes de exílio de Andrei Tarkovsky. In F. V. Guarda (coord.), Formas de Ver e Dizer (69-79). Lisboa: Universidade Católica Editora.

Brás, R.M.(2007). A caminho da Terra Prometida socialista. Um estudo sobre o discurso e a acção dos manipuladores de tabaco de Lisboa (sécs. XIX-XX). Revista Sociedade em Estudos (Curitiba). Vol. 1 (Ano 2), 63-75 www.sociedadeemestudos.ufpr.br

Brás, R.M. (2004). Formas Institucionais e Sistemas de Valores. As associações dos sapateiros de Lisboa da segunda metade do século XIX ao Estado Novo. Oeiras: Celta Editora.

Brás, R.M. (2009). Realismo e Justiça. Um estudo sobre o discurso e a acção dos manipuladores de tabacos de Lisboa. In J.V. Serrão; M.A. Pinheiro; M.F.S.M. Ferreira (orgs), Desenvolvimento económico e mudança social: Portugal nos últimos dois séculos (homenagem a Miriam Halpern Pereira). Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.

**Rui Miguel Entradas Silva:**

Silva, Rui; Dias, Álvaro (2017). "Supplier Selection Process-Towards a Multi-Criteria Decision Making Model for Manned Guarding Services". Journal of Management Research, Vol. 9, No. 2, pp. 171-186.

Silva, Rui; Dias, Álvaro (2016). “The Role of Organizational Training on Organizational Commitment. The Case of Private Security Employees Working Remotely”. European Journal of Business and Social Sciences, v. 5, n. 8, pp. 14-30.

Dias, Álvaro; Silva, Rui (2016). "Organizational Training and Organizational Commitment: A Literature Review and Conceptual Development", International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology 3, 1: 3pp.87 - 399.

Silva, Rui; Dias, Álvaro (2015). Segurança Privada em Portugal. Lisboa. Bnomics.

**Rute Sofia Ribeiro Brites Lopes Dias:**

Brandão, T., Brites, R., Nunes, O., Pires, M., & Hipólito, J. (2018). Anxiety and depressive symptoms during pregnancy, perceived control and posttraumatic stress symptoms after childbirth: A longitudinal mediation analysis. Journal of Health Psychology, DOI:10.1177/1359105318787018

Hipólito, J., Nunes, O., Brites, R., Laneiro, T., Correia, A., & Anunciação, C. (2017). Stresse Pós Traumático em Portugal: Relação com Estima de Si e Coping. PSICOLOGIA, 31(2), 313 - 319.

Brites, R., Pires, M., Nunes, O., Hipólito, J., & Vasconcelos, M.L. (2016). Health Care Climate, Posttraumatic Stress Disorder and Mothers and Fathers Attachment to their Babies. Proceedings of the 17th European Conference on Development Psychology, ed. EADP, 179 - 184. ISBN: 978-88-7587-733-0. Bolonha: MEDIMOND. (indexado na Conference Proceedings Citation Index, Thomson Reuters).

Nunes, O., Hipólito, J., & Brites, R. (2018). Terapia Centrada no Cliente. In I. Leal (Ed). Psicoterapias. Lisboa: PACTOR.

Brites, R., Nunes, O., & Hipólito, J. (2016). Psychopathology and the Person-Centred Perspective. In D. Charura & C. Lago (Eds.) Person-Centred Counselling and Psychotherapy: Origins, Developments and Contemporary Considerations. England: Open University Press (pp.91-101).

Castro, C., Hipólito, J., Brites, R., & Nunes, O. (2016). Bateria Luria-DNA para a população portuguesa: Os défices cognitivos associados ao VIH/SIDA. Atas do 11º Congresso Nacional de Psicologia da Saúde. Lisboa.

Brites, R., Nunes, O., & Hipólito, J. (2016). Psychopathology and the Person-Centred Perspective. In D. Charura & C. Lago (Eds.) Person-Centred Counselling and Psychotherapy: Origins, Developments and Contemporary Considerations. England: Open University Press.

Brites, R., Pires, M., Nunes, O., Hipólito, J., & Vasconcelos, M. L. (2016). Health Care Climate, Posttraumatic Stress Disorder and Mothers and Fathers Attachment to their Babies. In Proceedings of the 17th European Conference on Development Psychology, ed. EADP, 179 - 184. ISBN: 978-88-7587-733-0. Bolonha: MEDIMOND.

Hipólito, J., Nunes, O., & Brites, R. (2014). Working with Diagnosis and within Psychiatric Settings. About Diagnosis: Evolution and Paradigm Shift. In D. Charura & S. Paul (Eds.) The therapeutic relationship handbook: Theory and Practice. England: Open University Press.

Brites, R., Pires, M. T., Nunes, O., Hipólito, J. (2014). Escala de Estima de Si – S.E.R.T.H.UAL Versão Reduzida: Estudos de Validação I S.E.R.T.H.UAL Self-Esteem Scale Reduced Version: Validation Studies", Psique, X: 9 - 37

Pires, M., Brites, R., Nunes, O., & Hipólito, J. (2013). Fathers parenting role: self-esteem, parenting styles and parental self-efficacy (EHPS abstracts). , Psychology & Health, 28 (sup1), 1 - 335. doi: 10.1080/08870446.2013.810851

Brites, R., Nunes, O. & Martins, M. H. (2012). Parentalidade e doença crónica infantil: auto-eficácia e apoio activo na diabetes. In M. Rezende (eds). Transformações Socioculturais e Promoção de Saúde. S. Paulo: Vetor.

Brites, R., Martins, H. & Nunes, O. (2011). Escala de Auto-Eficácia Parental: validação e estudos metodológicos. Actas do VIII Congresso Ibero Americano de Avaliação Psicológica/5ª Conferência Internacional de Avaliação Psicológica. Lisboa, Universidade de Lisboa

Pires, M., Brites, R., Hipólito, J., & Nunes, O. (2012). Mothers and Fathers self esteem and parenting styles: importance for family primary health prevention (EHPS abstracts). Psychology & Health, 27 (sup1), 1 - 357. doi: 10.1080/08870446.2012.707817

**Tito Ferreira de Carvalho:**

Carvalho, T. (2016). Lições de Economia Internacional. Lisboa: Edição de Autor.

Carvalho, T. (2015). Os Protagonistas do Investimento Português no Brasil: detalhes de um survey. Lisboa: Edição de Autor.

Carvalho, T. (2012). O Investimento Português no Brasil e os Desafios do Futuro. (Obra baseada na Tese de Doutoramento). Portimão: Edições ISMAT.

# 6. Sustentabilidade

## 6.1 Internacionalização

A nível internacional o ISG tem procurado estabelecer um conjunto de parcerias e desenvolver um conjunto de ações que possibilitem a internacionalização do nosso corpo docente e discente, que contribuam para a internacionalização do Instituto como um todo.

Para concretizar estes objetivos foram estabelecidos um conjunto de protocolos de colaboração e cooperação, em particular com IES do espaço europeu, no âmbito do Programa ERASMUS+.

Tutelado pela Agência Nacional Erasmus+, o Programa **Erasmus+** entrou em vigor a 1 de janeiro de 2014 e irá prolongar-se até 2020.

O Programa ERASMUS+ é um programa da União Europeia para o ensino, a formação, a juventude e o desporto, destina-se a apoiar as atividades europeias das instituições de ensino superior (**IES**), promovendo a mobilidade e o intercâmbio de estudantes, professores e funcionários, neste caso em Instituições de Ensino Superior. No que respeita à mobilidade de estudantes, visa oferecer a possibilidade de efetuar um período de estudos, com pleno reconhecimento académico, com a duração mínima de 5 meses e máxima de 1 ano letivo, num estabelecimento de ensino superior de outros países.

Os objetivos deste programa passam por melhorar o nível de competências e aptidões dos cidadãos europeus, através da criação de mais oportunidades de mobilidade para fins de aprendizagem; Reforçar a ligação da educação e formação com o mercado de trabalho; Fomentar a cooperação transnacional para que passe a existir mais qualidade, inovação, excelência e internacionalização das instituições de educação e formação; Promover e sensibilizar para a criação de um espaço europeu de aprendizagem ao longo da vida; Reforçar a dimensão internacional da educação e da formação; Melhorar o ensino e a aprendizagem das línguas e promover a excelência no ensino e nas atividades de investigação em termos europeus.

No ano de 2018/2019, na lista de Instituições de Ensino Superior parceiras, destaca-se a University of Maribor, a Universidade de Budapeste, e a Uniwersytet Wroclawski, instituições com quem registamos um maior número de atividade de mobilidade.

Para além da cooperação com a Europa, o ISG tem procurado encontrar outros espaços de cooperação, em particular com os EUA, razão pela qual tem marcado presença na Association of International Educators-NAFSA , uma associação internacional de educação que organiza desde 1948 nos EUA conferências anuais de educação, que visam apoiar e desenvolver a internacionalização de estudantes através da realização de workshops, seminários temáticos e do estabelecimento de networking entre profissionais da área.

Anualmente, a realização de conferências é acompanhada por uma feira onde estão representadas universidades, agências governamentais, empresas ligadas ao recrutamento de estudantes e diversas organizações ligadas à educação a nível mundial.

O ISG esteve presente como instituto expositor na feira ao longo destes cinco anos, tendo renovado a sua presença anualmente desde então.

Na sequência dos contactos internacionais estabeleceu se uma parceria com a Universidad Mayor Chile, no Chile.

Neste momento o ISG tem várias parcerias, com mais de vinte instituições, enviando e recebendo alunos em mobilidade, docentes e staff.

| **MOBILIDADE** | | | |
|---|---|---|---|
| | **2016/2017** | **2017/2018** | **2018/2019** |
| Incoming Alunos | 25 | 25 | 25 |
| Outcoming Alunos | 23 | 23 | 30 |
| Incoming Docentes | 0 | 0 | 1 |
| Outcoming Docentes | 0 | 0 | 0 |
| Incoming Staff | 3 | 3 | 8 |
| Outcoming Staff | 2 | 2 | 2 |

### 6.1.2 ERASMUS+ tabela de instituições parceiras:

| UNIVERSIDADE INSTITUIÇÃO PARCEIRA | PAÍS | CÓDIGO |
|---|---|---|
| University of Huelva | Espanha | E HUELVA01 |
| Universidade degli studi di Modena e Reggio Emilia | Itália | I Modena01 |
| University of Tartu | Estónia | EE TARTU02 |
| University of Economics and Business | Espanha | E Barcelo01 |
| Universitat de Les Ilhes Balears | Espanha | E PALMA01 |
| Higher Vocational State School in Wloclawek | Polónia | PL Wloclaw02 |
| University of Economics in Bratislava | Eslováquia | SK BRATISL03 |
| Ita - Suomen Yliopisto * University of Eastern Finland | Finlândia | SF KUOPIO12 |
| Budapeste University of Technology and Economics | Hungria | HUBUDAPES02 |
| Vytautas Magnus University | Lituânia | LT KAUNAS01 |
| Wyzsza Szkola Handlu i Uslug | Polónia | PL POZNAN14 |
| Uniwersytet Wroclawski | Polónia | PL Wroclaw01 |
| Università degli Studi di Parma | Itália | I PARMA01 |
| University College Northern Denmark | Dinamarca | DK ALBORG02 |
| Transilvania University Of Brasov | Roménia | RO BRASOV01 |
| Kujawsko-PomorskaSzkola Wyzsza w Bydgoszczy kpsw | Polónia | PL BYDGOSZ08 |
| Universidade de Extremadura | Espanha | E BADAJOZ01 |
| Bahcesehir University | Turquia | TR ISTANBU08 |
| University of Maribor | Eslovénia | SI MARIBOR01 |
| Bursa Orhangazi University | Turquia | TR BURSA04 |
| Universita Claude Bernard LYON 1 | França | F LYON 1 |
| Technicka Univerzita v kosiciach | Eslováquia | SK KOSICE03 |
| SRH Hochschule Heidelberg Ludwig Guttmann | Alemanha | D HEIDELB05 |
| Bucharest University of Economics Studies | Romania | RO BUCURES04 |
| EDCHEC BBA LILLI - NICE | França | F LILLE15 |
| International School for Social and Business Studies | Eslovénia | SI CELJE03 |
| Politechnika Rzeszowska | Polónia | PL RZESZOW01 |
| Baltic International Academy | Letónia | LV RIGA28 |
| University of the Aegean | Grécia | G ATHINE41 |

## 6.2 Cidadania e Inclusão

No âmbito da política solidária e de cidadania que tem vindo a ser desenvolvida pelo Grupo Ensinus, na qualidade de entidade apoiante, fizemos parte do Projeto "Rota da Mudança", iniciativa do Centro Comunitário da Paróquia da Parede.

"Rota da Mudança" e surge do diagnóstico social efetuado junto da população-alvo no final do ano 2016. Perante o desafio de terem sido identificadas cerca de 250 pessoas desempregadas em idade ativa, surge o projeto, com o objetivo de desenvolver nos formandos competências pessoais e profissionais para a inserção em mercado de trabalho e com vista à sua autonomização e plena inserção social e laboral. O projeto teve a duração de 12 meses, desenvolvendo-se diversas ações de formação em 5 módulos:

| |
|---|
| 1. "Muda-te" (Desenvolvimento de competências pessoais) |
| 2. "Imagem e postura" (Imagem pessoal) 3. "Informática e Inglês" |
| 4. "Dinamização de oportunidades de emprego" |
| 5. Prática em meio laboral protegido |

### 6.2.1 Atribuição de Bolsas da DGES

Foram atribuídas pela Direção-Geral do Ensino Superior, aos alunos inscritos no Instituto Superior de Gestão no ano letivo 2018/2019.

| **Bolsas Atribuídas** | | | |
|---|---|---|---|
| | **2016/2017** | **2017/2018** | **2018/2019** |
| Número requerimentos submetidos | 27 | 39 | 26 |
| Número requerimentos deferidos | 17 | 22 | 17 |
| Despesa total com as bolsas já atribuídas | 27 722,00 € | 34 789,00 € | 27 418,00 € |

Verificamos uma diminuição considerável do número de alunos que pediram bolsa de estudo à DGES no ano letivo de 2018/2019.

Quando em comparação com o ano de 2017/2018, podemos afirmar que houve uma diminuição relativa do número de bolsas atribuídas em 2018/2019.

## 6.3 Alunos Internacionais

Para além dos alunos que frequentam o instituto ao abrigo do programa ERASMUS, encontravam-se matriculados em cursos de 1.º e 2.º ciclo, nos anos letivos de 2016/2017 a 2018/2019, alunos vindos dos seguintes países:

| País | 2016/2017 | 2017/2018 | 2018/2019 |
|---|---|---|---|
| Alemanha | 2 | - | - |
| Angola | 35 | 15 | 45 |
| Brasil | 30 | 63 | 58 |
| Bolívia | 1 | - | - |
| Cabo Verde | 4 | 5 | 7 |
| China | 2 | - | - |
| Congo | - | 1 | - |
| Eslováquia | 3 | - | 4 |
| Eslovénia | - | - | 2 |
| Espanha | 21 | 16 | 24 |
| Estados Unidos | - | - | - |
| França | 1 | - | - |
| Finlândia | 1 | - | - |
| Guiné-Bissau | 3 | 1 | 4 |
| Guiné-Equatorial | - | 1 | 1 |
| Hungria | 3 | - | - |
| Índia | 4 | 4 | 5 |
| Itália | 5 | - | 12 |
| Lituânia | - | - | - |
| Luxemburgo | - | - | - |
| Moçambique | 5 | 1 | 4 |
| Moldávia | - | - | - |
| Países Baixos | - | 2 | 2 |
| Panamá | 2 | - | - |
| Paquistão | 1 | 5 | 2 |
| Perú | - | - | - |
| Polónia | 2 | - | - |
| Reino Unido | - | - | - |
| República Checa | - | - | - |
| Rússia | 1 | - | - |
| São Tomé | 1 | - | - |
| Suíça | - | 1 | 1 |
| **Total:** | **168** | **115** | **171** |

De registar que em 2018/2019 se atingiu o maior número de alunos internacionais no ISG, cerca de 30%.

## 6.4 A Comunicação

A Comunicação do Instituto Superior de Gestão é desenvolvida, continuadamente, em estreita parceria com a Direção de Comunicação do Grupo ENSINUS, em dois patamares, um a nível micro, fundamentada nas Atividades, Missão e Objetivos da instituição, mas sempre enquadrada numa visão posteriormente materializada a um segundo nível, ou seja, numa implementação macro e ajustada à Missão e Valores do Grupo ENSINUS, e que são, Educação, Direitos Humanos, Democracia, Liberdade, Excelência, e Desenvolvimento Sustentável.

O Instituto Superior de Gestão, durante o exercício em apreço de 2018/2019, e em fez uso dos seguintes canais de comunicação, a saber:

- *Website*, plataforma institucional. O *Site*, pensado e ajustado à área de negócio, aos requisitos do público e com as valências formativas atualizadas, pretende trazer mais e melhor promoção da insígnia e captação de mais alunos. No *Site* encontra-se a informação como Estatutos, Administração, Missão, Corpo de Docentes, Legislação, Regulamentos Internos e Regulamentos Gerais, Horários, Calendários, Atividades Desenvolvidas, Crónicas, Infraestruturas, Oferta Formativa e Valências, entre outros. Aspetos primordiais na credibilização e notoriedade da escola, promovendo uma visão focada na organização, e fornecendo aos clientes detalhes, sobre os produtos/serviços a oferecer;
- Redes Sociais, o ISG disponibiliza aos seus seguidores várias plataformas de contacto, ao nível dos Social Midia, tais como, Facebook, Instagram, Youtube, Linkedin, Twitter e Plataforma Moodle, ferramentas utilizadas para interagir com a Comunidade Educativa, dentro e fora de portas, dando maior visibilidade de todas as atividades desenvolvidas na Instituição, sejam momentâneas, físicas e/ou virtuais;
- *Newsletter* Mensal, remetida aos Alunos, Encarregados de Educação, Pais, Familiares, Parceiros, Empresas e/ou interessados nas atividades do Instituto, e de acordo com as novas diretivas do RGPD – Regulamento Geral de Proteção de Dados, com devidas autorizações e consentimentos. Esta é utilizada como um meio para disseminar enviada para toda a Comunidade Académica, Pais, Familiares, Parceiros, Empresas e interessados nas atividades do Instituto. Este

instrumento é utilizado como um recurso à divulgação, sistematizada, de notícias acerca das atividades desenvolvidas, promovendo os projetos em que as equipas – Docentes, Investigadores, Direções, Estudantes - e o ISG em geral participam, nomeadamente congressos, seminários, investigação, partilhando igualmente os testemunhos de antigos alunos, e que, com já caminho profissional relevante, fazem prova do seu percurso e experiência.

No que à Direção de Comunicação diz respeito, no ano letivo 2018/2019, foram desenvolvidas várias ações de publicidade com vista a dois intentos, primeiro a fidelização de atuais alunos - criando a necessidade do prosseguimento de estudos - para o 2.º Ciclo, na dimensão de Mestrados, Pós-graduações, MBAs, Formação de Executivos, e Administração Pública, segundo, com substancial relevância, a captação de novos alunos/clientes para o 1.º Ciclo.

Logo que reconhecido o público-alvo da Instituição – por idade, zona geográfica de proveniência, escolas de referência na formação anterior da(o) aluna(o), e cursos com maior procura – começou-se a definição dos objetivos do plano de comunicação;

1 - Criar um conhecimento público e claro da insígnia ISG;

2 - Provocar uma atitude prestigiante na comunidade em relação ao ISG;

4 – Fidelizar a prossecução e envolvimento dos estudantes;

4 - Reforçar as decisões.

A Direção de Comunicação, considerou que desde logo o foco fosse a Mensagem, e que o outro deva compreender facilmente, a saber:

- ✓ Fazer conhecer a oferta formativa, desenhada e adaptada ao *know-how* do Instituto, e sublinhar o sucesso obtido, agregado à elevada taxa de empregabilidade geral do ISG, considerando o facto do número de diplomados entre 2004 e 2016, ser de 98% nos cursos de 1º Ciclo (Licenciaturas) e com base nos dados da DGEEC, Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência, e sublinhando a subida de Empregabilidade do Curso de Licenciatura de Gestão para 98,1%.
- ✓ Demarcar as mais-valias agregadas aos produtos e área de negócio, exemplo da proximidade com as empresas, o acesso a mobilidades internacionais, as bolsas de estudo, entre outras.

- ✓ Informar o mercado sobre uma ou mais novidades, alterações ou renovações positivas e inovadoras ligadas ao projeto pedagógico.
- ✓ Valorizar a localização e centralidade na cidade de Lisboa, tal como mostrar a facilidade de acessos e rede de transportes públicos.
- ✓ Corrigir incertezas que o mercado possa ter, evidenciando por exemplo o reconhecimento das empresas e sublinhar a presença em programas internos ou com parceiros, por exemplo, o Criar Saberes, Open Day, Encontro de SPOS (serviços de orientação profissional), a Academia Financeira, organizado em paralelo com MoneyLab e em parceria com a Associação Mutualista Montepio, e GrayLine Portugal, ou ainda ao Inspiring Future, plataforma/associação que dá suporte ao sistema educativo nacional através de projetos inovadores e que chegam diretamente aos alunos, de forma prática, criativa e próxima da comunidade.
- ✓ Informar onde a podem encontrar a instituição por via redes digitais.
- ✓ Construir uma imagem sólida do Instituto junto de todos os players.
- ✓ Consolidar a notoriedade da marca ISG, ou dos produtos (Cursos).
- ✓ Reduzir o esforço de contacto.
- ✓ Diferenciar o produto ISG, perante os demais.

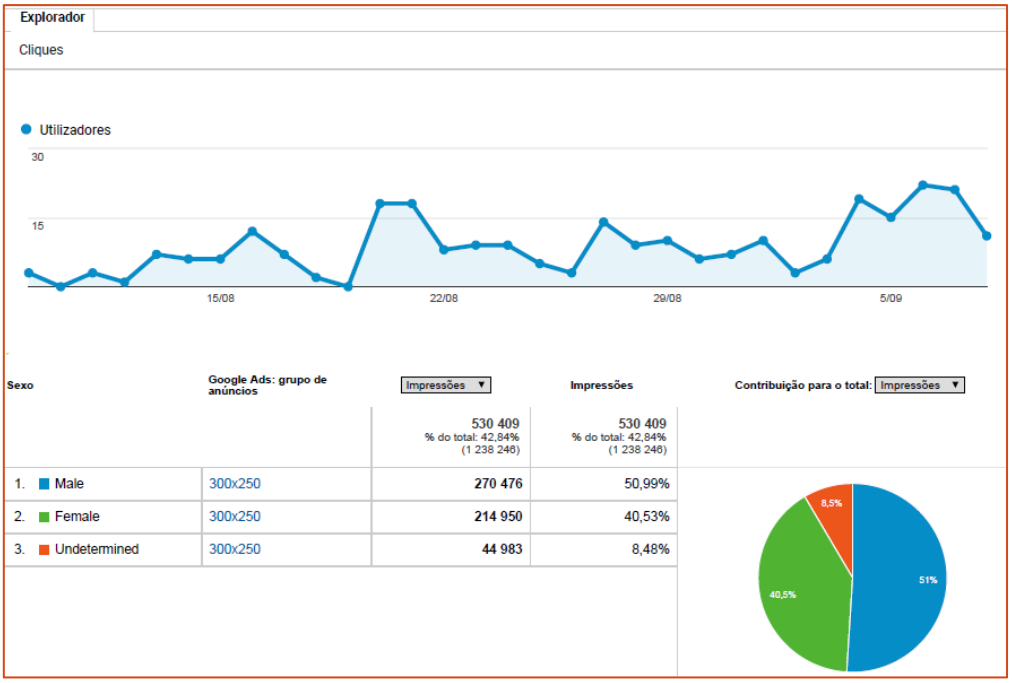
Neste sentido, exposta a estratégia, de entre as várias ações planificados no Plano de Comunicação que foram efetuadas no período de decisão e concretização de inscrições e matrículas, destaca-se as seguintes:

### 6.4.1 Publicidade nas Redes Digitais

Promoção de visitas ao Site institucional, de ½ Maio 2019 a ½ Agosto 2019, através da reorganização das palavras-chave e origens de tráfego, tal como das Adwords (principal serviço de publicidade do motor Google) obteve-se uma taxa de conversão de objetivos de 44,99%, de aumento de visitas ao site. Na Rede de Display do GOOGLE, SAPO foi colocado um anúncio, difundido através deste motor em vários sites de notícias, blogs e outros sitios na Internet para alcançar mais clientes em potencial, 3 meses de Publicidade GOOGLE + SAPO (Período de 14/07/2019 a 13/08/2019), e 3 meses de Publicidade na REDE DISPLAY(Período de 14/07/2019 a 13/08/2019).

As campanhas tiveram uma segmentação geográfica para a Grande Lisboa (Raio de 100KM). A campanha incidiu em todos os jovens e adultos, com idades compreendidas, entre os 18 anos e os 55 anos. Disso resultando **530 409** impressões no período em questão (sendo uma impressão um contacto de qualidade, e é contabilizada sempre que o anúncio é exibido numa página de resultados de pesquisa ou em qualquer outro site da Rede do Google). Confirmou-se assim um incremento de cerca de 10% dos visitantes "interessados" pelo Site, no período trimestral, sendo eles provenientes de campanha online, rede Display, e sapo, portanto tráfego pago, sendo o trafego orgânico superior e com um incremento médio de 36%.

**Candidaturas Mestrados 2018**
isg.pt
No ISG; Em LISBOA; Ingresso, Reinscrição e Transferência ONLINE; Inscreve-te JÁ!




| Sexo | Google Ads: grupo de anúncios | Impressões | Impressões | Contribuição para o total: Impressões |
|---|---|---|---|---|
| | | 530 409 % do total: 42,84% (1 238 246) | 530 409 % do total: 42,84% (1 238 246) | |
| 1. Male | 300x250 | 270 476 | 50,99% | |
| 2. Female | 300x250 | 214 950 | 40,53% | |
| 3. Undetermined | 300x250 | 44 983 | 8,48% | |



Na campanha *Online* CONFINA, desenvolveu-se uma Comunicação num formato de grande impacto e standard. A INTRO é um formato de grande impacto, mostra o anúncio aos utilizadores uma vez a cada 24 horas e, no máximo, duas vezes a cada

utilizador. Esta campanha foi estrutura para 3 momentos, de 10 dias consecutivos em cada fase e com 250.000 mil clicks/impressões, 83,333 clicks por vaga/fase (de 10 dias). Campanha desenhada para Mobile e PC e com Segmento Comportamental: Educação, 30 dias de campanha nos sites selecionados do Jornal de Negócios, Record, Sábado; 1ª Vaga – 17 a 26 Maio; 2ª Vaga – 10 a 19 Junho; 3ª Vaga – 8 a 17 Julho;

Foram reencaminhados para o site ISG nas respetivas fases, cerca de **2249** clicks - com um CTR **2,56%**, **3439** com um CTR **3,35%**, e **2428** com um CTR **2,78**%, todos estes contactos foram considerados qualificados, existindo cerca de **8116** reencaminhamentos efetivos, e cerca de **80000 impressões**.

Link to Leaders: Inclusão mensal de um artigo de opinião/conteúdo especializado, participação da Administradora do Grupo Ensinus, ou do Diretor do ISG, ou de um Docente do ISG especializado em áreas economia, gestão, recursos humanos, entre outros, na respetiva plataforma. Tal como a inserção de um *banner* publicitário do ISG. Este projeto editorial digital, liga Business Angels, Start-ups e Empresas com projetos potencialmente interessantes, sendo esta uma plataforma de influenciadores, especialistas, justificou-se a entrada mensal por um ano.

### 6.4.2 Publicidade nos Media em suporte físico

Grupo Cofina: para o Instituto Superior de Gestão, foi contemplado algumas inserções no mês de junho e período de decisão de prévia para inscrição por parte de alunos e famílias. Desenhou-se e integrou-se a inserção de páginas completas impares, designadamente nos:

- CORREIO DA MANHÃ - Rodapés, Secção Vidas, Maio e Junho
- Suplemento Especial de Ensino Superior, página, Julho

- Suplemento Especial de Ensino Superior, página, Setembro
- REVISTA SÁBADO - Especial Ensino Superior, página, Junho

Diário de Noticias: optou-se pela mesma estratégia e fazer continuidade da presença da marca, especificamente na Edição Especial Ensino Superior - Julho 2019, Página e Frente de Capa.

Ordem dos Economistas Edições: neste meio fez presença com um artigo escrito pelo Direto do ISG, Professor Doutor Miguel Varela e uma página de publicidade.

Mais Educativa (youngdirectmedia): neste meio, foi trabalhada a edição bimensal, de julho/agosto, com a distribuição de 2000 Flyers do ISG na Linha de Comboios, Cascais/Lisboa, onde contou com a distribuição da revista e teve interação e distribuição direta com o público. A marca ISG foi esteve também com destaque em várias edições e Guia de Acesso ao Ensino Superior, entre elas, Futurália, com distribuição pelos diretores de turma e SPOS em mão, a todos os alunos do 12.º Ano, em mais de 360 Escolas no território nacional, veja-se:

- Participação na Edição Mensal de Março
- Participação na Edição Mensal de Abril, Futurália
- Participação na Edição Mensal de Maio, Guia de Acesso ao Ensino Superior

Fórum Estudante: foi contemplado neste meio o anúncio ISG vertical/marcador, na Edição Especial do Guia Prático do Estudante 2018/2019. Este suporte tem uma abrangência de 88 000 leitores, com pontos de distribuição em mão, e na rede de 450 escolas nacionais, sendo ainda entregue a mais de 150 professores e psicólogos e/ou gabinetes de orientação. Por este motivo, e justificada a importância foi um ponto executado.

- Participação na Edição Mensal de Abril, Guia de Acesso ao Ensino Superior e Futurália
- Distribuição de Flyers, em 30 Escolas Secundárias em Roadshow FE: Encontro de Embaixadores da Fórum Estudante (200);

Inspiring Future: programa nacional de captação e inspiração de alunos ao acesso ao ensino superior:

- Participação com publicidade no Guia de Acesso 2018|2019 - outubro de 2018 a maio e 2019
- ONLINE: Banner, institucional na Homepage no mês de Abril, mês da Futurália

### 6.4.3 Publicidade nos transportes

Pelo impacto e retorno que estes meios suportam, foi desenvolvida uma campanha, sempre com a mesma identidade visual, conferindo assim uma continuidade e legitimando o reconhecimento da marca ISG junto da população e utilizadores das redes de transportes. Deste modo foi implementada a ativação de marca para a Rede CP:

- Linha de Cascais / Lisboa - Cais do Sodré,
- Linha de Sintra / Lisboa – Entrecampos, com duração de 30 dias,
- a começar 15 de junho e terminar a 15 de julho,
- com 96 painéis no total, (58 cm x 38cm, 95 cm x 58 cm).

Sendo estas linhas passagem e transporte das zonas dos locais de proveniência geográfica do público ISG, e constatando vários fatores, tais como, o elevado tempo de exposição da mensagem, de 15 a 45 minutos de viagem, a cobertura a nível Local, portanto, na Rede de Comboios de Grande Área Metropolitana de Lisboa, a repetição diária de exposição, entre 15 a 40 dias consecutivos de campanhas, a identificação dos produtos e marca, a segmentação das zonas que se pretendeu atingir e por último a pressão publicitária, criando plenamente um vínculo de marca, então e por último, compreendeu-se que foi uma forma imperativa e preponderante de publicidade, e a renovar em ações futuras.

Observação do levantamento da proveniência geográfica dos atuais alunos ISG, como justificativo para as diligências de divulgação e implementação de publicidade em diversos meios:

| Como conheceram o ISG | Número de alunos |
|---|---|
| Pesquisa na internet (cursos de gestão) | 40 |
| Familiares/amigos | 52 |
| Indicação da ULHT | 6 |
| Site da DGES | 12 |
| Redes Sociais | 3 |
| Futurália | 11 |
| Escolas do Grupo | 6 |
| Foram alunos do ISG | 13 |
| Open Day | 9 |
| Road Show | 9 |
| Palestras no ISG | 2 |
| Publicidade offline | 1 |
| ***Total*** | ***164*** |

### 6.4.4 Comunicação, Ativação, e Produção de Materiais para Stands e Feiras:

O ISG está presente em distintas e variadas Feiras Nacionais, Internacionais e Eventos, no que à Comunicação diz respeito, cumpre a elaboração dos materiais de

comunicação, em particular os **suportes físicos, stands, prints e merchandising, entre outros**. Elenca-se as presenças com maior notoriedade:

- Futurália – 3 a 6 de Abril
- Unlimited Future – Março
- Nafsa (EUA)– 26 a 31 Maio

Complementarmente coadjuva na divulgação dos Programas, através de planificação de agendamentos, promoção nas redes ISG e Imagem e Suportes, em particular:

- Campanha Inspiring Future – Janeiro a Junho
- Campanha Criar Saberes – Outubro 2018 a Junho de 2019
- Campanha Academia Financeira (Criação de Imagem e Suportes) – Outubro 18 a Maio de 2019
- Open Day – Fevereiro

O ISG, teve a sua Participação na **12ª FUTURÁLIA**, a maior Feira de Ensino em Portugal, durante os dias 3 a 6 de Abril de 2019. A 12º edição da Futurália, recebeu mais de 85.000 visitantes, vindos de 15 Distritos de Portugal, 384 Escolas, e 3.157 Professores em visita de estudo, um número que ultrapassou os registos da anterior edição, e estabeleceu um novo recorde de visitas naquele que é o maior evento de educação, formação e empregabilidade do país. Estiveram representados nos pavilhões 1 e 2 da FIL e PT Meeting Center mais de 500 expositores, cerca de 20 países e uma média diária de cerca de 22 mil visitantes.

O grupo ENSINUS fez-se representar no Pavilhão 2 com um espaço global, designado por *Galáctica Ensinus*, sendo o briefing inicial apostar num espaço comum com cores de cada insígnia, um modelo comum de aprendizagem e apoiados com pilares estruturantes convergindo num planeta central, a ENSINUS. Foi estruturada uma mancha visual contrastada com o modelo regular das feiras, portanto, foi uma missão na segunda representação conjunta das escolas do Grupo Ensinus, trabalhar os novos logos e cores. Assim, definir uma Policromia individual e assumir novamente um posicionamento distinto foi fundamental, usando todas as imagens com os pantones de cada marca, identidades e logos nessa escala, o destaque cromático permitiu ter maior

impacto perante os outros stands expositores. O espaço da *Galáctica Ensinus* foi organizado em cerca de 300m2 totais, onde se estruturou com 5 (cinco) Escolas Profissionais, 2 (dois) Externatos e 1 (uma) Instituição de Ensino Superior independente desta área, no caso concreto no Pavilhão 1 – Ensino Superior.

O espaço do ISG foi organizado em cerca de 64m2 totais, onde se estruturou em forma de 3 Cubos gigantes em sentido crescente e vertical, cada um detalhado num tipo de Formação, a ver, Licenciaturas, Mestrados, Pós-graduações, bem como slogans de afetos à empregabilidade e internacionalização do ISG, os com diversas ações junto dos jovens de forma a captar interessados nos produtos oferecidos pela Instituição.

Nos três dias de Feira, o ISG, concretizou um total de cerca de 378 contactos e Interesses efetivos na oferta formativa, com maior interesse na Licenciatura em Gestão, e na Licenciatura de Economia, ressalva para o melhor dia de visitas, sexta-feira. Neste período, os utilizadores que interagiram com a Página de facebook por dia aumentou consideravelmente, dada a contínua promoção e atualização ao momento pelas gestoras de redes, da referida escola. Os números à frente incluem a contagem nos dias de feira, e inclui cliques ou histórias criadas, média de visualizações por dia de 704 pessoas, alcance de 3867, vídeos 221, e cerca de 335 Pré-visualizações, veja-se outros números que argumentam e justificam a participação neste evento. Foi igualmente desenvolvida a APP FUTURÀLIA, onde o ISG teve a sua presença com um quizz visando a sua oferta formativa e outras curiosidades da instituição. Esta aplicação teve uma utilização por cerca de 200 utilizadores com o ISG.

No que concerne à indumentária, foi orientado que as equipas estariam de t-shirts pretas com logo branco. O Merchandising e brindes seguiram a mesma

abordagem, tendo a ISG disponibilizado aos interessados, lanyards, canetas, lápis, pen´s, t-shirts, entre tantos outros, no âmbito do conceito planificado para o Instituto na sua presença para esta Feira, **WE ARE GLOBAL!**

## 6.5 Projetos para captação de novos alunos

No âmbito da Direção de Relações Públicas do Grupo Ensinus, adiante designada por DRP, e na sequência da Estratégia de Captação de Novos Alunos para as Licenciaturas do ISG, para o Ano letivo 2018/2019, elaborada em Julho de 2018, que compreendia, entre outras ações, o desenvolvimento do Projeto Criar Saberes e Inspiring Future, ambos, direcionados para os alunos do ensino secundário, de escolas públicas e privadas, a nível nacional, apresenta-se aqui, de forma resumida, a sua implementação. A estes Programas, juntamos uma outra iniciativa, denominada por Academia Financeira, com o mesmo intuito e que veio reforçar, pelo segundo ano consecutivo, a notoriedade da marca ISG junto dos alunos do secundário.

Na extensão das suas funções a DRP, garantiu, igualmente, a participação do ISG em Eventos, designadamente em Feiras, Exposições e outros certames ligados ao Ensino e à Formação, a nível nacional, onde se destaca a Futurália 2019, pois a nível internacional foi desenvolvido pela Direção competente, nomeadamente pela Direção de Relações Internacionais do Grupo Ensinus, onde se destaca a nossa participação na NAFSA 2019.

A atuação holística da Direção de Relações Públicas do Grupo Ensinus, procurou, com o desenvolvimento destes Programas, proporcionar um aumento da visibilidade e de notoriedade da marca ISG, potenciando o efetivo retorno das ações desenvolvidas, materializadas na captação de novos alunos para o presente Ano Letivo.

A implementação dos projetos, privilegiou a qualidade das ações no terreno; a consolidação das relações com os *stakeholders* do Sector, o alargamento da zona geográfica de atuação das campanhas e, consequentemente, o aumento do número de contactos estabelecidos com diretores das escolas secundárias, alunos, dirigentes de SPO´s e professores (10º ao 12º ano), das diferentes áreas de estudo, nomeadamente das Ciências Socioeconómicas, das Ciências e Tecnologias, das Artes Visuais e Línguas e Humanidades e dos cursos profissionais, de escolas públicas e privadas.

Com a implementação destes Programas, Criar Saberes e Inspiring Future, estima-se termos contactado com cerca de 25.000 jovens (de forma direta e indireta), através da visita a 92 Escolas Secundárias/Profissionais (públicas e privadas, nacionais e internacionais) e através do desenvolvimento de 188 ações diferenciadas.

Paralelamente, foram desenvolvidos esforços, no sentido de manter o número de ações realizadas nas instalações do ISG, como aconteceu com algumas ações do Criar Saberes e, sobretudo, com as 10 sessões da Academia Financeira, que trouxeram ao ISG, este ano letivo, 1000 alunos do secundário, mais 200 do que no ano anterior, e cerca de 40 professores do ensino secundário.

Estas ações desenvolvidas nas nossas Instalações, vieram criar um compromisso efetivo entre os alunos do secundário e a marca ISG, através da realização das ações acima mencionadas, em ambiente universitário, bem como, através da realização da 8ª Edição do OPEN DAY. Este ano, esta rubrica continuou a assumiu particular relevância, por ser terceiro ano em que o ISG funcionou nas novas instalações, pelo que a promoção das mesmas e a sua localização privilegiada, foram um imperativo na nossa estratégia de comunicação.

Os contactos estabelecidos através das várias ações, acima identificadas, com os alunos do ensino secundário, ficaram registados numa base de dados, através do preenchimento de uma ficha de contato, para o efeito, que nos permitiu, uma vez mais, via correio eletrónico, o contacto com os mesmos (2.000 contactos), através do envio de informações relevantes ao longo destes nove meses, promovendo as atividades do ISG, a sua dinâmica, favoráveis ao processo de decisão dos alunos e crucial na fase de candidaturas, como é a situação atual.

A presente Campanha decorreu durante o Ano Letivo 2018/2019, tendo assinalado o seu início mais cedo do que o habitual, em setembro de 2018 até junho de 2019, com vista ao desenvolvimento pleno do plano de atividades proposto.

### 6.5.1 Criar Saberes

O Programa Criar Saberes, iniciado há mais de 15 anos no ISG, é um programa de cariz Institucional e científico, direcionado para os alunos do ensino secundário, que decorreu de setembro de 2018 a Junho de 2019.

Com o início de implementação no arranque do Ano Letivo 2018/209, pretendeu-se antecipar a nossa penetração nas Escolas Secundárias, com vista a poder cumprir-se o Plano de Atividades no que respeita ao número de ações a desenvolver, bem como à zona geográfica a abranger, que se alargou, tal como se tem verificado nos últimos anos.

Este Programa que tem como objetivo reforçar o conhecimento sobre a Instituição, junto dos alunos, professores, responsáveis pelo Serviço de Orientação e Psicologia e da Direção das escolas secundárias (públicas e privadas), envolveu, na sua implementação, a comunidade académica do ISG, nomeadamente docentes, alunos e ex-alunos.

Para a dinamização do Programa, desenvolveu-se uma política de divulgação baseada em 40 ações diversificadas, 20 de carácter científico, com a realização das palestras temáticas, lecionadas por docentes do ISG, com uma duração de cinquenta a noventa minutos, contribuindo para o fortalecimento das relações com os públicos envolvidos, conforme segue:

| |
|---|
| Tema: Empreendedorismo: Plano de Negócios<br>Orador: Prof. Doutor José Lopes Costa, Docente do ISG |
| Tema: Liderança e Criatividade nas organizações?<br>Oradora: Profª Doutora Leonor Almeida, Docente do ISG |
| Tema: A Importância das Demonstrações Financeiras na avaliação do desempenho de uma Empresa.<br>Orador: Mestre Paulo Sampaio, Docente do ISG |
| Tema: Marketing: Clássico ou Digital?<br>Oradora: Profª Doutora Paula Lopes e Prof. Doutor Álvaro Dias, Docentes do ISG |
| Tema: Os 10 Erros de Marketing<br>Orador: Prof. Doutor Álvaro Dias, Docentes do ISG |
| Tema: A Importância da Gestão das Pessoas nas Organizações: Organizações positivas e Pessoas positivas.<br>Oradora: Profª Doutora Leonor Almeida, Docente do ISG |
| Tema: Liderança Envolvente \| Novo Paradigma baseado na Gestão das Emoções<br>Orador: Prof. Doutor Casimiro Ramos, Docente do ISG |
| Tema: As consequências Económicas do Brexit<br>Orador: Mestre Ana Lúcia Luís, Docente do ISG |

As ações desenvolvidas no âmbito do Projeto Criar Saberes foram implementadas em escolas de vários conselhos, em zonas geográficas diversas, de acordo com a proveniência dos novos alunos, dos últimos três anos, conforme segue:

| Data | Hora | Escola | Descrição |
|---|---|---|---|
| **18.10.2018** | **12H00<br>13H00** | **Escola Secundária José Afonso, Seixal** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** Os 10 Erros de Marketing<br>**Orador:** Prof. Doutor Álvaro Dias, Docente do ISG |
| **30.10.2018** | **10h20<br>12h00** | **Escola Secundária da Moita** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** As Consequências Económicas do Brexit<br>**Oradora:** Mestre Ana Lúcia Luís, Docente do ISG |
| **05.11.2018** | **10h00<br>11h30** | **Escola Secundária Padre Alberto Neto** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** Empreendedorismo- Plano de Negócios<br>**Oradora:** Prof. Doutor José Lopes Costa, Docente do ISG |
| **03.12.2018** | **10h00<br>11h30** | **Escola Secundária Miguel Torga** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** Empreendedorismo - Plano de Negócios<br>**Orador:** Prof. Doutor José Lopes Costa, Docente do ISG |
| **Data** | **Hora** | **Escola** | **Descrição** |
| **10.12.2018** | **10H00<br>11H30** | **Escola Secundária Miguel Torga** | **Acompanhamento dos Projectos<br>PAP – Cursos Profissionais** |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | **Pitch** |
| **15.01.2019** | **11h45– 13h30** | **Escola Secundária da Amadora** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** As Consequências Económicas do Brexit<br>**Oradora:** Mestre Ana Lúcia Luis, Docente do ISG |
| **22.01.2019** | **10h30 – 12h30** | **Colégio de Sto André** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** As Consequências Económicas do Brexit<br>**Oradora:** Mestre Ana Lúcia Luis, Docente do ISG |
| **05.01.2019** | **10h00** | **Escola Secundária S. João da Talha** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** As Consequências Económicas do Brexit<br>**Oradora:** Mestre Ana Lúcia Luis, Docente do ISG |
| **12.02.2019** | **10h00 – 12h00** | **Escola Secundária José Afonso, Loures** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** As Consequências Económicas do Brexit<br>**Oradora:** Mestre Ana Lúcia Luis, Docente do ISG |
| **Data** | **Hora** | **Escola** | **Descrição** |
| **15.02.2019** | **09h30 – 13h30** | **Escola Secundária da Amora** | **Feira de Universidades**<br>**Stand Institucional do ISG** |
| **18.03.2019** | **12h00 – 13h30** | **Colégio do Sagrado Coração de Maria** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | **Palestra Temática:** Empreendedorismo - Plano de Negócios<br>**Oradora:** Prof. Doutor José Lopes Costa, Docente do ISG |
| **21.02.2019** | **09h30 – 12h00** | **Escola Secundária Miguel Torga** | **Apresentação do PITCH**<br>Finalistas do Curso Profissional de Contabilidade |
| **26.03.2019** | **14h30 – 17h30** | **Externato Maristas de Lisboa** | **Feira de Universidades**<br>Stand Institucional do ISG |
| **30.04.2019** | **10h30 – 12h00** | **Escola Secundária Romeu Correia** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** As Consequências Económicas do Brexit<br>**Oradora:** Mestre Ana Lúcia Luis, Docente do ISG |
| **14.05.2019** | **10h30 – 12h00** | **Escola Secundária de Cascais** | **Palestra Institucional do ISG**<br>**Oradora:** Dra. Alexandra de Brito Caetano, Diretora de Relações Públicas do Grupo Ensinus<br>**Palestra Temática:** As Consequências Económicas do Brexit<br>**Oradora:** Mestre Ana Lúcia Luís, Docente do ISG |

Em algumas ocasiões, a palestra institucional e a temática, realizaram-se em momentos diferentes pelo que existiu a necessidade de duas visitas à mesma escola, fortalecendo os laços com as mesmas.

No que respeita à área geográfica, continuámos a atuar, maioritariamente, na grande Lisboa, admitindo os Concelhos de Lisboa, Cascais, Sintra e Loures como os mais trabalhados, quer no Programa Criar Saberes, quer no Programa Academia Financeira, por razões ligadas à proveniência dos alunos e pela situação geográfica.

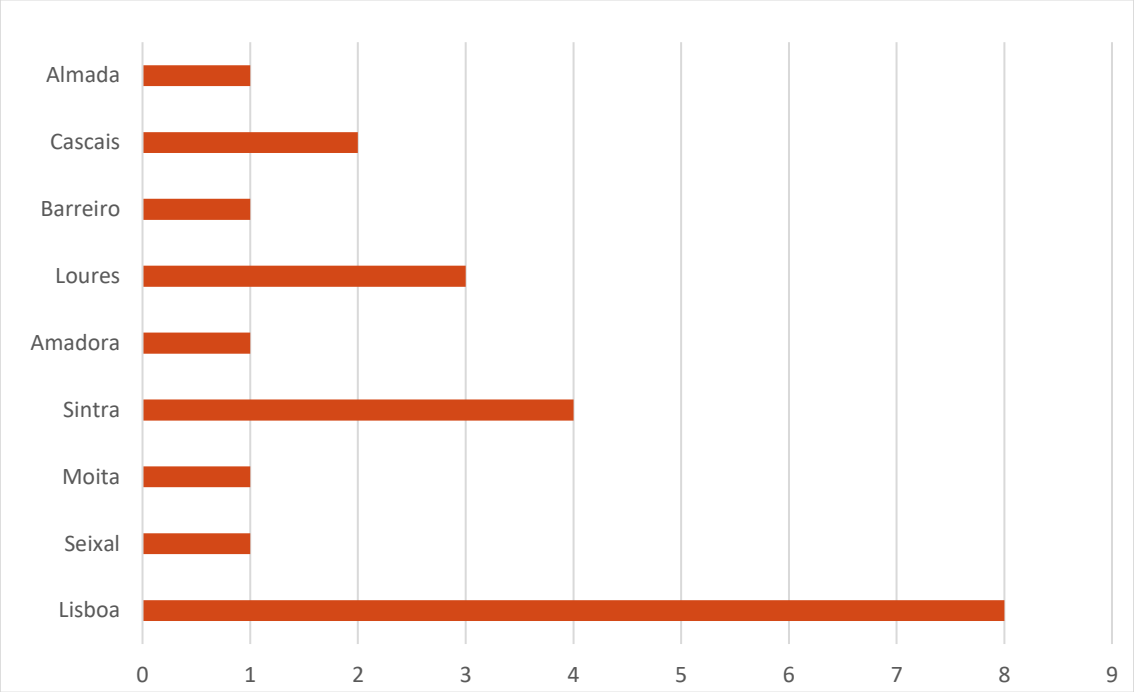



Gráfico 1 – Zona geográfica de intervenção – Campanha Criar Saberes 2018/2019

Direcionado para os alunos do 10º, 11º e 12º Anos, dos cursos de ciências socioeconómicas e ciências e tecnologias, bem como para os alunos dos cursos profissionais, designadamente, gestão, contabilidade, banca e seguros, comércio e marketing, contou, na sua implementação, com o envolvimento dos docentes, alunos e ex-alunos do ISG.

No que se refere aos temas tratados nas aludidas Palestras Científicas, concluiu-se que as temáticas ligadas com o Empreendedorismo (Vide gráfico 2), como é o caso da Palestra do Brexit, atento ao contexto político internacional e o Plano de Negócios, foram as que suscitaram mais interesse, sobretudo nos cursos profissionais, por se verificar pertinente na elaboração da PAP (Prova de Aptidão Profissional), através do treino das metodologias da elaboração de um projeto, tratados na aludida palestra.

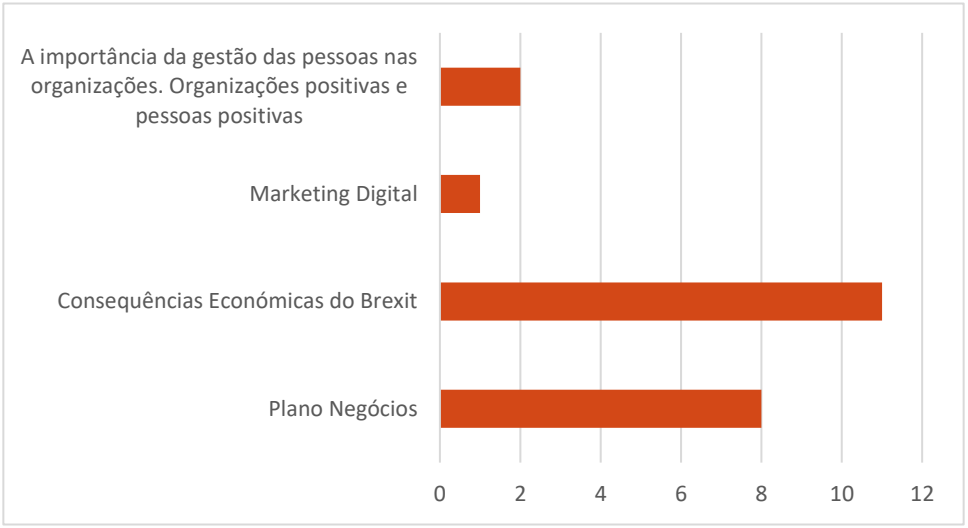



Gráfico 2 – Temáticas ministradas nas Palestras

As aludidas sessões, antecedidas por uma Palestra Institucional, da responsabilidade da Direção de Relações Públicas, contribuíram, igualmente, para a notoriedade da marca ISG, bem como para o enquadramento da nossa presença nas Escolas. Nesta ocasião foi mostrado um vídeo promocional das Licenciaturas ISG e prestados esclarecimentos adicionais no que concerne ao processo de ingresso no ISG.

No final da intervenção, um aluno, ex-aluno ou docente, deu, em prestou em alguns momentos, o seu testemunho sobre a marca ISG, finalizando a apresentação da Instituição.

No final de cada uma das ações, reservou-se, sempre, um período para a recolha dos dados dos alunos, que permitiu a constituição de uma base de dados de 800 contactos, para posterior interação com este target, até ao momento da decisão (ato de candidatura/matrícula), ainda a ter lugar.

Ainda no que respeita à nossa presença nas escolas, a convite destas, o ISG participou em Feiras de Universidades e Profissões. Neste âmbito, foi ainda montado um Stand Institucional para contato com os alunos de outras áreas de estudo e prestados esclarecimentos institucionais sobre a marca ISG, complementando a nossa presença em sala de aula com a realização de palestras, nos âmbitos nos âmbitos dos Programas Criar Saberes e Inspiring Future.

A diversificação e intensificação da estratégia de comunicação pelas várias áreas de estudo do ensino secundário e a decisão de alargar as nossas ações a outras áreas de estudo, nomeadamente humanidades e ciências e tecnologias, está assente no estudo

sobre a proveniência dos novos alunos dos últimos anos, que nos revela não existir coerência efetiva entre a área de estudo frequentada pelo aluno no secundário e a sua escolha aquando do ingresso no ensino superior, intensificada com a necessidade de promoção da figura do Aluno Externo, uma das formas de acesso ao ISG.

Estes pressupostos continuaram a orientar-nos para uma abordagem metódica e holística, personalizada e consolidada nas escolas secundárias/profissionais, públicas e privadas, fazendo com que a imagem do ISG tenha saído reforçada e apareça associada a Projetos de carácter científico, permitido que se vão efetivando laços de confiança com a marca ISG.

### 6.5.1 Open day ISG

No dia 28 de março de 2019, realizou-se a 8ª edição do OPEN DAY ISG, subordinado ao tema "Economia Circular", tendo participado um total de 250 alunos do ensino secundário e 30 Diretores e Professores, das seguintes Instituições:

Escola Secundária Miguel Torga
Real Colégio de Portugal
INETE
Escola de Comércio de Lisboa
Escola Secundária Seomara Costa Primo
Escola secundária josé Saramago
Escola Secundária Madeira Torres
Escola Secundária Gago Coutinho

Do desafio, constou a elaboração de um mini business plan e a concepção de um protótipo de um produto sustentável, bem como um paddy paper, pelas Instalações do ISG, para recolha dos materiais para a construção do referido protótipo.

No final, foram apresentados os trabalhos num formato Elevator Pitch, tendo sido premiados os melhores trabalhos e as equipas vencedoras foram as seguintes:

PRÉMIO PROJETO EMPREENDEDOR – Real Colégio de Portugal (Equipa 7)
PRÉMIO CRIATIVIDADE – Escola Secundária Miguel Torga (Equipa 14)
PRÉMIO RIGOR - INETE (Equipa 10)
PRÉMIO MELHOR CONCEITO – Escola Secundária Miguel Torga (Equipa 2)

PRÉMIO MELHOR DESEMPENHO – Escola de Comércio de Lisboa (Equipa 12)

PRÉMIO EXCELÊNCIA – Escola Secundária Seomara Costa Primo (Equipa 19)

PRÉMIO SIMPATIA – Escola Secundária Madeira Torres (Equipa 21)

PRÉMIO SIMPATIA – Escola Secundária do Pinhal Novo (Equipa 22)

Para além desta iniciativa, o ISG desenvolveu uma actividade de Coaching para os Diretores e Professores das Escolas Secundárias, subordinada ao tema "Organizações Positivas e Pessoas Positivas", ministrada pela Profª Doutora Leonor Almeida, docente do ISG. Nesta acção participaram 30 Diretores e Professores, que de forma animada, tomaram contacto com o Projeto ISG e se juntaram aos seus alunos por ocasião do Elevator Pitch.

### 6.6.2 Projeto Inspiring Future

No âmbito da campanha de captação de novos alunos para o 1º Ciclo, o ISG participou, ainda, e pelo sexto ano consecutivo, num programa complementar ao Projeto Criar Saberes, designado por INSPIRING FUTURE, criado em 2014, da iniciativa da Associação Inspirar o Futuro. Este Projecto, sem fins lucrativos, visa a organização de Feiras de Universidades nas Escolas Secundárias, juntando Instituições Universitárias, públicas e privadas, a nível nacional e internacional, com vista à divulgação da Oferta do Ensino Superior.

O desenvolvimento deste Programa assumiu um caracter de roadshow, constituído pela presença do ISG nas Escolas (período da manhã), em formato Stand, realizado de Janeiro a Junho de 2019, implementado pela Equipa da Direção de Relações Públicas.

Em 2016 foi introduzido um novo método de abordagem, reforçado em 2018 e consolidado em 2019, que nos permitiu apresentar, directamente, em sala de aula, o Projeto ISG através de uma Palestra Institucional junto dos alunos da área socioeconómica, que veio reforçar a notoriedade da marca e complementar a nossa presença em Stand.

No âmbito deste Projeto, visitámos 85 Escolas e desenvolvemos 170 ações, o que contribuiu para consolidar a zona geográfica de intervenção aquando do desenvolvimento do Projeto Criar Saberes.

Através do desenvolvimento deste Programa, contactámos com cerca de 17.000 alunos de forma direta e com 45.000 de forma indirecta.

Assim, a nossa participação no Projeto Inspiring Future Centro, garantiu-nos a visita a 72 escolas secundárias, nos distritos de Lisboa, Castelo Branco, Leiria, Odivelas, Peniche, Santarém, Mafra, Vila Franca de Xira, Sintra, Almada, Cascais, Lisboa, Oeiras, Setúbal e Torres Vedras, conforme se lista:

**7 de janeiro - E.S. Dr. António Carvalho Figueiredo (Loures) - ABERTURA**
8 de janeiro - E.S. D. Martinho Vaz de Castelo Branco (Póvoa de St. Iria)
**9 de janeiro - E.S. de Alcochete**
**10 de janeiro - E.S. Madeira Torres (Torres Vedras)**
**11 de janeiro - E.S. S. João do Estoril**
14 de janeiro - E.S. Santa Maria do Olival (Tomar)
**15 de janeiro - E.S. da Ramada**

**16 de janeiro (MANHÃ) - E.S. Eng.º Acácio Calazans Duarte (Marinha Grande)**

16 de janeiro (TARDE) - E.S. Afonso Lopes Vieira (Leiria) - EXTRA

17 de janeiro - E.S. Raul Proença (Caldas da Rainha)

**18 de janeiro - E.S. António Damásio**

21 de janeiro - E.S. de Peniche

22 de janeiro - E.S. Sebastião da Gama (Setúbal)

23 de janeiro (MANHÃ) - E.S. Jorge Peixinho (Montijo)

23 de janeiro (TARDE) - E.S. Poeta Joaquim Serra (Montijo) - EXTRA

**24 de janeiro (MANHÃ) - E.S. Sá da Bandeira (Santarém)**

24 de janeiro (TARDE) - E.S. de Benavente - EXTRA

**25 de janeiro - Feira da C.M. de Ourém**

**28 de janeiro -Colégio Pedro Arrupe**

**29 de janeiro - E.S. José Saramago (Mafra)**

**30 de janeiro - E.S. Gago Coutinho (Alverca)**

**31 de janeiro - E.S. de Camões**

1 de fevereiro - Colégio de Santa Doroteia

**4 de fevereiro - E.S. Emídio Navarro (Almada)**

5 de fevereiro - St. Julians School

**6 de fevereiro - E.S. Camilo Castelo Branco**

**7 de fevereiro - Externato de Penafirme**

8 de fevereiro - Salesianos do Estoril

11 de fevereiro - E.S. Dr. Ginestal Machado (Santarém)

12 de fevereiro - E.S. Adelaide Cabette (Odivelas)

**13 de fevereiro - E.S. Maria Amália Vaz de Carvalho**

**14 de fevereiro - E.S. de Cascais**

**15 de fevereiro - E.S. de Caneças**

**18 de fevereiro - E.S. do Bocage (Setúbal)**

19 de fevereiro - E.S. da Lourinhã

22 de fevereiro - E.S. de Miguel Torga (Massamá)

**25 de fevereiro - E.S. Padre António Vieira**

26 de fevereiro - E.S. Jácome Ratton (Tomar)

**27 de fevereiro - E.S. de Coruche**

**28 de fevereiro - E.S. de Miraflores**

**1 de março - E.S. da Amadora**

**7 de março - E.S. de Cacilhas-Tejo (Almada)**

**8 de março - Colégio Manuel Bernardes**

**11 de março (MANHÃ) - E.S. Rainha D. Leonor**

**11 de março (TARDE) - E.S. Seomara da Costa Primo - EXTRA**

**18 de março - E.S. Domingos Sequeira (Leiria)**

18 de março (TARDE) - E.B.S. da Batalha (a aguardar confirmação) - EXTRA

**19 de março - E.S. de St. Maria de Sintra**

**20 de março - Colégio Marista de Carcavelos**

21 de março - E.S. Dr. Solano de Abreu (Abrantes) + E.S. Vila de Rei

**22 de março - E.S. Pedro Nunes**

**25 de março - Colégio Sagrado Coração de Maria**

27 de março - Colégio de S. Tomás

**28 de março (MANHÃ) - E.S. D. Pedro V**

**28 de março (TARDE) - E.S. Fernando Namora - EXTRA**

**29 de março - Salesianos de Lisboa**

**23 de abril - E.S. Daniel Sampaio + Colégio Campo de Flores (Almada)**

24 de abril - Externato da Benedita

**26 de abril - E.S. Damião de Góis (Alenquer)**

29 de abril - Externato João Alberto Faria (Arruda dos Vinhos)

**30 de abril - E.S. Stuart Carvalhais**

**2 de maio - E.S. Sebastião e Silva**

**3 de maio - E.S. Henriques Nogueira (Torres Vedras)**

**6 de maio - E.S. Padre Alberto Neto**

**7 de maio - E.S. de Fernão Mendes Pinto + Colégio Frei Luís de Sousa (Almada)**

**8 de maio - E.S. do Cartaxo**

EXTRA 8 de maio (TARDE) - E.S. da Azambuja

**9 de maio - E.S. de Carcavelos**

**10 de maio - St. Peters School (Palmela)**

**13 de maio - Colégio de St. André (Venda do Pinheiro)**

**14 de maio - E.S. Romeu Correia (Almada)**

**15 de maio - E.S. Augusto Cabrita (Barreiro)**

16 de maio (MANHÃ)- E.S. Francisco Rodrigues Lobo (Leiria)

EXTRA 16 de maio (TARDE) - E.S. José Loureiro Botas (Vieira de Leiria)

**17 de maio E.S. José Gomes Ferreira**

**20 de maio - Colégio Amor de Deus**

**21 de maio - E.S. Professor Reynaldo dos Santos (Vila Franca de Xira)**

22 de maio - E.S. D. Inês de Castro (Alcobaça)

**23 de maio - E.S. Rainha D. Amélia**

24 de maio - E.S. de Pombal

**28 de maio - E.S. do Restelo**

**29 de maio - E.S. do Pinhal Novo**

**30 de maio - E.S. de St. André (Barreiro)**

**31 de maio - E.S. D. Filipa de Lencastre**

**3 de julho - E.S. Manuel Cargaleiro (Seixal)**

**4 de junho - E.S. de Sampaio (Sesimbra)**

*Nota: a bold encontram-se assinaladas as Escolas de onde provêm alunos (últimos 3 anos).*

A organização, implementação e monotorização deste Programa foi da responsabilidade da Associação Inspirar o Futuro, tendo a parte logística da operação ficado por sua conta, e nele participaram a esmagadora maioria das Universidades Portuguesas, públicas e privadas, onde se incluiu, desde a 1ª Edição, o ISG.

O desenvolvimento deste Programa assume-se em formato de RoadShow, constituído pela nossa presença, nas Escolas (período da manhã e/ou tarde ou os dois casos), em formato Stand Institucional, em Feiras de Universidades, e, na maioria dos casos, com espaço reservado para a realização de uma Palestra Institucional (10 minutos), dirigida ao target (12º Ano), da área das ciências socioeconómicas, em sala de aula. Nesta ocasião é mostrado um vídeo promocional das Licenciaturas ISG e prestados esclarecimentos adicionais no que concerne ao processo de ingresso no ISG. Em algumas situações, no final da intervenção, um aluno, ex-aluno ou docente, deu o seu testemunho sobre a passagem pelo ISG, finalizando a apresentação da Instituição. No final da sessão, existiu, sempre, um momento reservado a esclarecimentos gerais e passado um inquérito para recolha dos dados, que serviu de base à construção de uma base de dados, com 1000 contactos, que serviu para posterior interacção com este público, até ao momento da decisão (ato de candidatura/matricula).

Mesmo em escolas secundárias públicas, foram contactados, mesmo que em minoria, alunos de cursos profissionais, nas áreas das ciências empresarias. Não obstante, foram os alunos dos cursos científico-humanísticos, os alunos com quem mais se contactou, nomeadamente da área de estudo de economia.

Na escola secundária, no modelo de Feira, é ainda montado um Stand Institucional para contacto com os alunos das outras áreas de estudo e para se prestarem os esclarecimentos adicionais aos alunos que assistiram à Palestra.

Em todas as ocasiões, foi realizada uma visita institucional à Direção da Escola e ao SPO para apresentação do Projeto ISG e entrega de material institucional, condição crucial para o fortalecimento de laços entre as instituições em causa.

Em termos de visibilidade, a nossa participação neste Programa, beneficia de visibilidade no nosso site institucional, onde, diariamente, são colocadas as participações do ISG, bem como nas redes sociais facebook e instagram, onde *in time* a nossa dinâmica nas escolas secundárias é registada.

Também, através da Associação Inspirar o Futuro, estamos presentes nas suas redes sociais, com 34 mil seguidores no facebook e 4.500 no instagram.

Com o Projeto Inspiring Future tomámos contacto com 17.000 jovens e fizemos parte, através de uma página de publicidade institucional do Guia de Acesso, distribuídos a 50.000 alunos do ensino secundário, do 12º Ano.

### 6.6.3 Projeto Academia Financeira

No ano letivo em análise e no âmbito da parceria estabelecida entre o ISG e o MoneyLab, implantámos a 2ª Edição da Academia Financeira que assumiu como tema principal a Educação Financeira. Este Programa teve, pela segunda vez, o patrocínio oficial da Associação Mutualista do Montepio Geral e da GreyLine, o que nos permitiu desenvolver as 10 sessões que compreenderam este Programa, nas Instalações do ISG, e assumir o transporte dos alunos. Em termos de comunicação, contámos como o apoio da Fórum Estudante, que amplificou para o exterior o desenvolvimento das actividades, projectando os vídeos de cada Sessão que ia acontecendo, no seu site e redes sociais. Este Projeto, tal como o Criar Saberes, encontra-se direcionado para os alunos do 10º, 11º e 12º anos, dos cursos de ciências e tecnologias e ciências socioeconómicas, bem como para os alunos dos cursos profissionais, designadamente, gestão, contabilidade, banca e seguros, comércio e marketing. As dez sessões, ministradas pela Dra. Bárbara Barroso, fundadora da

MoneyLab, realizaram-se nas instalações do ISG, num ambiente universitário, e tiveram a duração de uma manhã. Decorreram mensalmente, de Novembro de 2018 a Maio de 2019, e contaram, em média, com a presença de duas Escolas por sessão. Em cada uma delas foram abordados conceitos-chave transversais ligadas à educação financeira, conforme se pormenoriza:

1. **10 de Outubro - Economia social: A importância dos negócios solidários**
   Nesta sessão os alunos terão a oportunidade de aprofundar os conhecimentos da economia social e a forma como os negócios que não têm como o lucro como missão podem impactar positivamente a sociedade

2. **24 de Outubro – Consumo e poupança: o ciclo do dinheiro e a importância da inflação**
   Nesta sessão serão abordados vários conceitos relacionados com indicadores e mecanismos económicos que têm impacto não só a nível macro como também a nível micro.

3. **13 de Novembro - Mercado de capitais: a bolsa e outros investimentos**
   Nesta sessão os alunos terão a oportunidade de compreender como funcionam os mercados de capitais e os vários tipos de instrumentos financeiros que existem. Além disso, serão aprofundados os riscos associados a cada tipo de investimento.
4. **30 de Novembro - Empreendedorismo: Implementar um negócio com sucesso**
   Nesta sessão os alunos irão aprender as bases do que é necessário para criar um negócio de sucesso. Além disso, serão dados exemplos de casos de empreendedorismo em diferentes áreas de negócio.

5. **11 de Janeiro - Como funcionam os bancos e o risco do sistema financeiro**
   Nesta sessão serão abordados diversos conceitos relacionados com o sistema financeiro. Além de poderem compreender qual a importância dos bancos, os alunos terão ainda a oportunidade de aprofundar os conhecimentos sobre o funcionamento do negócio das instituições financeiras.

6. **29 de Janeiro - Orçamento do Estado vs orçamento doméstico: semelhanças e diferenças**
   Nesta sessão os alunos terão a oportunidade de compreender os pontos que aproximam ou separam o Orçamento do Estado do orçamento doméstico das famílias, nomeadamente as fontes de receitas e despesas.

7. **19 de Fevereiro- A importância do planeamento financeiro numa estratégia de poupança**
   Nesta sessão os alunos terão a oportunidade de compreender como podem implementar uma estratégia de poupança e investimento com base em pequenas alterações de consumo.

8. **27 de Fevereiro - Crédito: a diferença entre as boas e as más opções**
   Nesta sessão serão abordados diversos conceitos relacionados com crédito, e a forma como o acesso ao financiamento pode ter duas visões: a da alavancagem que permite ter maiores ganhos, e a do endividamento que pode levar à rutura financeira.

9. **13 de Março - Economia digital e o mercado global**
   Nesta sessão serão abordados diversos conceitos relacionados com a digitalização do mundo financeiro, nomeadamente como as diferentes gerações estão a lidar com as alterações de paradigma que a tecnologia está a provocar.

10. **20 de Março - Reforma: O impacto do envelhecimento da população na Segurança Social**
    Nesta sessão os alunos terão a oportunidade de compreender melhor o funcionamento da Segurança Social e a forma como o envelhecimento da população – resultante do aumento da esperança média de vida e da baixa natalidade – tem impacto na sustentabilidade deste sistema.

As vinte escolas participantes tiveram a oportunidade de escolher um das 10 sessões, consoante o assunto e a data que lhes fosse mais conveniente. A este Programa assistiu 1000 alunos e cerca de 50 docentes do ensino secundário.

O programa contou com um micro-site cuja gestão e atualização de conteúdos foi feita pela equipa do MoneyLab ao longo do ano letivo. Os alunos que assistiram às Sessões tiveram, assim, acesso aos materiais e a todos os conteúdos de forma digital, que é um meio que privilegiam.

Foi, igualmente, criado um fórum e um grupo fechado no Facebook onde todos os participantes das sessões puderam trocar ideias e experiências. Pretendeu-se assim criar uma comunidade da Academia Financeira. As sessões da Academia Financeira foram filmadas pela equipa de edição e vídeo do MoneyLab, disponíveis no site ISG, através do link https://www.isg.pt/home/comunidade/assista-aos-videos-da-2-edicao/.

### 6.5.3.1 Outras Participações em Feiras e Eventos Ligados à Educação e à Formação

A participação em Feiras e Eventos ligados ao Sector da Educação e Formação, a nível nacional e internacional, continuou a ser uma aposta estratégica do ISG e do Grupo em geral. À Direção de Relações Públicas esteve a cargo inscrição, os aspectos logísticos e o desenvolvimento da ação, em Feiras nacionais, ficando as participações internacionais a cargo da Direção competente.

De novembro de 2016 a Abril de 2018, o ISG participou em 5 eventos ligados à educação e formação, onde se destaca a Unitour e a Futurália.

| EVENTO | LOCAL | DATA |
|---|---|---|
| **UNLIMITED FUTURE** (PÓS-GRADUAÇÕES E MESTRADOS) | Alameda das Universidades | Fevereiro 2019 |
| **FEIRA DA ORIENTAÇÃO** | Escola Secundária Frei Gonçalo Azevedo | Março 2019 |
| **FUTURÁLIA** | FIL – Feira Internacional de Lisboa | Março 2019 |
| **FEIRA DAS UNIVERSIDADES** | Externato Marista de Lisboa | Abril 2019 |
| **WORKSHOP DAS PROFISSÕES** | Escola Secundária de S. João do Estoril | Abril 2019 |
| **NAFSA** | EUA | Maio 2019 |

Da listagem de Eventos acima, destaca-se pela sua dimensão e alcance, a participação na Futurália 2018, realizada em março, da responsabilidade da Direção de Comunicação.

Este evento, contou com a participação da Direção de Relações no que respeita à afetação de alunos e da AEISG - Associação de Estudantes do ISG ao evento, envolvendo desta forma a comunidade escolar na promoção da marca ISG. Pelo segundo ano

consecutivo, registou-se a participação de Docentes do ISG no Stand institucional, bem como do Departamento de Formação Avançada e dos Serviços Académicos.

Aproveitou-se o contacto com os alunos e com os professores das escolas secundárias/profissionais que visitaram o certame para, com os primeiros promover os cursos, com os segundos, agendar Palestras Temáticas nas Escolas Secundárias ou no ISG, tal como se fez em edições anteriores, com um retorno muito positivo.

Com a participação na UNLIMITED FUTURE, da iniciativa do Inspiring Future, complementámos a promoção da oferta formativa das Licenciaturas e dos mestrados. A aludida Feira, realizada na Alameda das Universidades, contou com a presença de 1000 alunos, maioritariamente do ensino superior.

As Feiras que decorreram nas Escolas Secundárias, vieram complementar o esforço desenvolvido com o Programa Criar Saberes, com o Inspiring Future e na Academia Financeira.

### 6.5.4 Intervenção nos Media

Ao nível do trabalho de Assessoria de Imprensa, desenvolvido pela Direção de Relações Públicas, com vista à notoriedade da marca ISG e dos seus cursos, o ISG tem marcado presença em vários meios de comunicação social, conforme segue:

| MEIO | FORMATO | TÍTULO | DATA |
|---|---|---|---|
| Correio da Manhã | Digital | **ISG - APOSTA NA LOGÍSTICA E GESTÃO DE OPERAÇÕES**<br><br>Ler mais em: http://www.cmjornal.pt/comunicados-imprensa/detalhe/isg---aposta-na-logistica-e-gestao-de-operacoes | 05.11.2018 |
| Link To Leaders | Digital | **ISG PREPARA NOVA EDIÇÃO DA PÓS-GRADUAÇÃO EM RH**<br>http://linktoleaders.com/isg-prepara-nova-edicao-da-pos-graduacao-rh/ | 04.01.2019 |
| InfoRH | Digital | **ISG LANÇA PÓS-GRADUAÇÃO EM RECURSOS HUMANOS**<br>http://inforh.pt/isg-lanca-pos-graduacao-em-recursos-humanos/ | 07.01.2019 |
| Mais Educativa | Digital | **OPEN DAY ISG: UM DESAFIO SOBRE ECONOMIA CIRCULAR**<br>https://maiseducativa.com/2019/01/09/open-day-isg-um-desafio-sobre-economia-circular/ | 09.01.2019 |
| Fórum Estudante | Digital | **OPEN DAY DO ISG COM CANDIDATURAS ABERTAS**<br>http://www.forum.pt/ | 09.01.2019 |
| Fórum Estudante | Digital | **ISG lança convite a todas as escolas secundárias**<br>http://forum.pt/ensino-superior/335-eventos/20043-isg-lanca-convite-a-todas-as-escolas-secundarias | 13.02.2019 |
| MAIS SUPERIOR | Digital | **O ISG Convida: está a chegar a Sessão Solene 2019**<br>https://maissuperior.com/2019/02/28/o-isg-convida-esta-a-chegar-a-sessao-solene-2019/?fbclid=IwAR0dRiraRLwF1kxRgT_7SRVwvwGqZ9vJj29dIKTTMlozNkqr5iFThYjxqjg | 28.02.2019 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| MAGAZINE IMOBILIÁRIO | Digital | **ISG lança pós-graduação imobiliária em b-learning** http://www.magazineimobiliario.com/imobiliario/isg-lanca-pos-graduacao-imobiliaria-em-b-learning/ | 19.03.2019 |
| Mais Educativa | Digital | **ISG - Instituto Superior de Gestão** https://issuu.com/youngdirectmedia/docs/maiseducativa_abril19/1?e=4365248/69003293 | Edição da Futurália 2019 - Abril |
| Link To Leaders | Digital | **ISG promove Pós-Graduação em Gestão de Projetos** https://linktoleaders.com/isg-promove-mais-uma-pos-graduacao-em-gestao-de-projetos/ | 12.06.2019 |
| Mais Educativa | Revista | **Edição Especial - Acesso ao Ensino Superior** Testemunho de um aluno do ISG relativo a Estágio | Jun 2019 |
| Revista Sábado | Revista | **Estudar Ciências Económicas e Empresariais no ISG** | 19.06.2019 |
| Revista Exame | Revista | **ISG - Uma referência no Ensino** | Jun 2019 |
| Correio da Manhã | Digital | **Inscrições Abetas para o Curso de Marketing no ISG** https://www.cmjornal.pt/comunicados-imprensa/detalhe/incricoes-abertas-para-o-curso-de-marketing-no-isg | 03.08.2018 |
| Jornal Económico Dossier de Formação | Quem é quem na Formação | **Prof. Doutor Miguel Varela - Diretor do ISG** https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/quem-e-quem-no-sector-da-formacao-em-portugal-2019-469310 | 19.07.2019 |
| **MEIO** | **FORMATO** | **TÍTULO** | **DATA** |
| Jornal de Negócios | Digital | **Empregabilidade ISG** https://www.jornaldenegocios.pt/comunicados-de-imprensa/detalhe/empregabilidade-do-curso-de-gestao-do-isg-aumenta-para-981?ref=Comunicados%20de%20Imprensa_Destaque | 22.07.2019 |
| Link To Leaders | Digital | **ISG PREPARA A 10.ª EDIÇÃO DO MESTRADO EM MARKETING** https://linktoleaders.com/isg-prepara-a-10-a-edicao-do-mestrado-em-marketing/ | 19.09.2019 |
| Jornal Record | Digital | **Empregabilidade ISG** https://www.record.pt/comunicados-de-imprensa/detalhe/empregabilidade-do-curso-de-gestao-do-isg-aumenta-para-981?ref=Comunicados%20de%20Imprensa_DestaquesPrincipais | 22.07.2019 |
| Jornal de Negócios | Digital | **Empregabilidade ISG** https://www.jornaldenegocios.pt/comunicados-de-imprensa/detalhe/empregabilidade-do-curso-de-gestao-do-isg-aumenta-para-981?ref=Comunicados%20de%20Imprensa_Destaque | 22.07.2019 |
| Jornal Correio da Manhã | Digital | **Empregabilidade ISG** https://www.cmjornal.pt/comunicados-de-imprensa/detalhe/20190723-1032-empregabilidade-do-curso-de-gestao-do-isg-aumenta-para-981?ref=Comunicados%20de%20Imprensa_DestaquesPrincipais | 23.07.2019 |
| Revista Sábado | Digital | **Empregabilidade ISG** https://www.sabado.pt/comunicados-imprensa/detalhe/empregabilidade-do-curso-de-gestao-do-isg-aumenta-para-981?ref=SEC_Destaques_comunicados-imprensa | 23.07.2019 |
| Revista Sábado | Digital | **ISG Aposta na Logística e Gestão de Operações** https://www.sabado.pt/comunicados-imprensa/detalhe/isg-aposta-na-logistica-e-gestao-de-operacoes?ref=SEC_Destaques_comunicados-imprensa | 30.08.2019 |

**CRÓNICA ISG no Jornal de Negócios**

Pelo quarto ano consecutivo, o ISG esteve presente, com uma periodicidade quinzenal, no Jornal de Negócios, com uma Crónica de Opinião, intitulada Crónica do ISG, assinada pela Administradora do Grupo ENSINUS, Profª Dra. Teresa Damásio e pelo Diretor do ISG, Prof. Doutor Miguel Varela.

**Crónicas do ISG da autoria da Administradora do Grupo ENSINUS, Profª Dra. Teresa Damásio:**

| TÍTULO | DATA |
|---|---|
| **A língua portuguesa e a diplomacia económica** http://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/teresa-damasio/detalhe/a-lingua-portuguesa-e-a-diplomacia-economica?ref=Opini%C3%A3o_grupo2 | 21.06.2018 |
| **Somos todos CPLP** http://www.jornaldenegocios.pt/opiniao//detalhe/somos-todos-cplp?ref=teresa_damasio_BlocoArtigos | 19.07.2017 |
| **A ESCOLA E A REVOLUÇÃO NA IGUALDADE DA EDUCAÇÃO** https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/teresa-damasio/detalhe/a-escola-e-a-revolucao-na-igualdade-da-educacao?ref=Opini%C3%A3o_outros | 25.10.2018 |
| **Educação - Missão (Im)possível** https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/teresa-damasio/detalhe/educacao---missao-impossivel?ref=Opini%C3%A3o_grupo2 | 26.11.2018 |
| **A educação e o emprego no desenvolvimento de África** https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/teresa-damasio/detalhe/a-educacao-e-o-emprego-no-desenvolvimento-de-africa?ref=Opini%C3%A3o_grupo1 | 18.01.2019 |
| **Empreender pelo trabalho digno ou pela dignidade do trabalho?** http://linktoleaders.com/empreender-pelo-trabalho-digno-pela-dignidade-do-trabalho-teresa-damasio/?fbclid=IwAR2-2_kEdu6-DeTcPi_BXPPucXde09W5Cp1H4Gsl9TnKXUd9nfugT_givF8 | 05.01.2019 |
| **A educação e o emprego no desenvolvimento de África** https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/teresa-damasio/detalhe/a-educacao-e-o-emprego-no-desenvolvimento-de-africa?ref=Opini%C3%A3o_grupo | 17.01.2019 |
| **As Mulheres** https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/teresa-damasio/detalhe/as-mulheres | 14.02.2019 |
| **O sucesso das mulheres e a evolução das sociedades** https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/teresa-damasio/detalhe/o-sucesso-das-mulheres-e-a-evolucao-das-sociedades?fbclid=IwAR1qfyxqBAJzLYed0pvygFyRnBpSANmO4L8Me9LY7MPx6hvwBD5R0viZADo | 10.04.2019 |
| **A CPLP - Uma Esperança Renovada** https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/teresa-damasio/detalhe/a-cplp---uma-esperanca-renovada?fbclid=IwAR2rtwoOrXMCu1kzgVa88Uh3i1j3oM9AixJmSGO85pw3awpYaBE3MTXpw6A | 25.07.2019 |

**Crónicas do ISG da autoria do Diretor do ISG, Prof. Doutor Miguel Varela:**

| TÍTULO | DATA |
|---|---|
| **Gestão efetiva: produzir e trabalhar melhor** http://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/miguel-varela/detalhe/gestao-efetiva-produzir-e-trabalhar-melhor?ref=Opini%C3%A3o_grupo2 | 05.07.2018 |

| | |
|---|---|
| **Ensino superior: que tendências de evolução?**<br>http://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/miguel-varela/detalhe/ensino-superior-que-tendencias-de-evolucao?ref=Opini%C3%A3o_grupo2 | 13.07.2018 |
| **Resmas de Ciência em paletes**<br>https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/miguel-varela/detalhe/resmas-de-ciencia-em-paletes?ref=Opini%C3%A3o_grupo2 | 02.10.2018 |
| **Eleiçoes e Desempenhop Económico nos EUA**<br>https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/miguel-varela/detalhe/eleicoes-e-desempenho-economico-nos-eua | 09.11.2018 |
| **Euro: cara ou coroa? (20 anos depois) - Europa: sim ou não?**<br>https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/miguel-varela/detalhe/euro-cara-ou-coroa-20-anos-depois---europa-sim-ou-nao?ref=Opini%C3%A3o_grupo2 | 03.01.2019 |
| **Processo de Bolonha no ensino superior nacional (2006-2018)**<br>https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/miguel-varela/detalhe/processo-de-bolonha-no-ensino-superior-nacional-2006-2018 | 01.03.2019 |
| **0,5% do PIB. Estamos felizes?**<br>https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/miguel-varela/detalhe/defice-de-05-do-pib-estamos-felizes | 27.03.2019 |
| **População e Futuro**<br>https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/miguel-varela/detalhe/populacao-e-futuro | 02.05.2019 |
| **Leituras das eleições Europeias**<br>https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/miguel-varela/detalhe/leituras-das-eleicoes-europeias | 30.05.2019 |

## CRÓNICA ISG NO LINK TO LEADERS

Pelo terceiro ano consecutivo, o ISG esteve presente, com uma periodicidade mensal, no Link To Leaders, com uma Crónica de Opinião, com um Artigo de Opinião, assinado pela Administradora do Grupo ENSINUS, Profª Dra. Teresa Damásio, pelo Diretor do ISG, Prof. Doutor Miguel Varela e pontualmente por Docentes do ISG:

Crónicas no Link To Leaders assinadas pela Administradora do Grupo Ensinus, Profª Dra. Teresa Damásio:

| TÍTULO | DATA |
|---|---|
| **Empreender no Sonho**<br>http://linktoleaders.com/empreender-no-sonho/ | 08.08.2018 |
| **Empreender na Humildade**<br>http://linktoleaders.com/empreender-na-humildade/ | 06.09.2018 |
| **Empreender no Medo**<br>http://linktoleaders.com/empreender-no-medo/ | 01.10.2018 |
| **Empreender pelo Respeito**<br>http://linktoleaders.com/empreender-pelo-respeito/?fbclid=IwAR3zGNSpTy80C3mPxodMopQp6zTpoxl3I2zkj_v0qae-UkYvtsxK4K_LyPE | 19.10.2018 |
| **O empoderamento através da educação**<br>http://linktoleaders.com/empoderamento-atraves-da-educacao/ | 06.11.2018 |

| | |
|---|---|
| **O empoderamento do empreendedor através da liberdade**<br>http://linktoleaders.com/empoderamento-do-empreendedor-atraves-da-liberdade-teresa-damasio/?fbclid=IwAR1VveAfvlNuS4j5HYUbK1fLUZ1-CZ68OFcvKAxIx53jsQ7KLEn9lPBzdrk | 07.12.2018 |
| **TÍTULO** | **DATA** |
| **Empreendedorismo Social**<br>http://linktoleaders.com/o-empreendedorismo-social-teresa-damasio/ | 04.01.2019 |
| **CPLP – O futuro está já aí**<br>http://linktoleaders.com/cplp-futuro-esta-ja-ai-teresa-damasio-grupo-ensinus/ | 18.01.2019 |
| **Empreender pelo trabalho digno ou pela dignidade do trabalho?**<br>http://linktoleaders.com/empreender-pelo-trabalho-digno-pela-dignidade-do-trabalho-teresa-damasio/ | 05.02.2019 |
| **Mulheres Mudam (mesmo) o Mundo**<br>http://linktoleaders.com/as-mulheres-mudam-mesmo-mundo-teresa-damasio/ | 05.03.2019 |
| **A Boa Liderança**<br>http://linktoleaders.com/a-boa-lideranca/ | 03..04.2019 |
| **As Organizações e a Paz Social**<br>http://linktoleaders.com/as-organizacoes-e-a-paz-social/?fbclid=IwAR3Hnh37ldXzIJ8qNxJ-zW-v5M8vEmfmWQkspLnFcjuUCDsD9nWn8QnohjA | 03.05.2019 |
| **A Educação e o Mundo**<br>https://linktoleaders.com/a-educacao-e-o-mundo-teresa-damasio/?fbclid=IwAR1QHjmJpnTn2mRv8GIc6Hamqr2xgbS_YIQButktNSiDezkTcTOYA0_DkUc | 11.06.2019 |
| **Relevância da Perceção**<br>https://linktoleaders.com/a-relevancia-da-percecao-teresa-damasio/ | 02.07.2019 |

Crónicas no Link To Leaders assinadas por Docentes do ISG, Coordenadores de Cursos de 1º e 2º Ciclos:

| AUTOR | TÍTULO | LINK | DATA |
|---|---|---|---|
| Prof. Doutor Miguel Varela | **Mais de 95% dos nossos alunos estão empregados na área** | http://linktoleaders.com/95-dos-alunos-estao-empregados-na-area/ | 20.08.2018 |
| Profª Doutora Leonor Almeida | **"Think outside the box"** | http://linktoleaders.com/think-outside-the-box-tob-pensar-da-caixa | Setembro 2019 |
| Dr. Carlos Vieira | **Que igualdade nas Organizações?** | http://linktoleaders.com/igualdade-nas-organizacoes-carlos-vieira/ | 13.02.2019 |
| Dr. Carlos Vieira | **Não dependerás dos teus Fornecedores** | http://linktoleaders.com/nao-dependeras-dos-fornecedores-carlos-vieira/ | 19.02.2019 |
| Dr. Carlos Vieira | **Uma Brisa que passou** | http://linktoleaders.com/uma-brisa-que-passou-carlos-vieira/ | 29.03.2019 |
| Dr. Carlos Vieira | **Vencer o Medo** | http://linktoleaders.com/vencer-o-medo-isg-carlos-vieira/?fbclid=IwAR2Un4xRSqvIp8eioJDf72IImDGt4JkoPRHNsr8iwZX_f32vZASReV0ckFo | 10.05.2019 |
| Profª Doutora Leonor Almeida | **O Papel do Líder na animação de equipas** | https://linktoleaders.com/o-papel-do-lider-na-animacao-de-equipas-leonor-almeida-isg/ | 20.06.2019 |
| Dr. Carlos Vieira | **Sobre pontos de exclamação. E economia do desenvolvimento.** | https://linktoleaders.com/sobre-pontos-de-exclamacao-e-economia-do-desenvolvimento/ | 19.07.2019 |
| Prof. Doutor Casimiro Ramos | **Ser feliz no trabalho ou o trabalho de fazer os outros felizes** | https://linktoleaders.com/ser-feliz-no-trabalho-ou-o-trabalho-de-fazer-os-outros-felizes/ | 30.07.2019 |

Artigos científicos publicados em Revista da Especialidade – Info RH:

| AUTOR | TÍTULO | LINK | DATA |
|---|---|---|---|
| Prof. Doutor Casimiro Ramos | **Da gestão de recursos à gestão de pessoas** | http://inforh.pt/da-gestao-de-recursos-a-gestao-de-pessoas/. | 24.07.2018 |
| Prof. Doutor Casimiro Ramos | **Despertar e Gerir Talentos** | https://inforh.pt/despertar-e-gerir-talentos/ | 11.02.2019 |

## 7. Recursos Humanos

A organização dos Recursos Humanos, respetivamente Corpo Pedagógico, Corpo Técnico e Corpo Auxiliar continuou integrado na Direção de Recursos Humanos do Grupo Ensinus, o que muito contribui para a harmonização e escrupuloso cumprimento de todas as obrigações legais.

Fazem parte dos recursos humanos do Instituto Superior de Gestão - ISG, pessoal docente e não docente.

Ao longo dos anos o número de colaboradores no ISG tem vindo a diminuir, em 2018/2019 esta tendência também se verificou, por isso importa ver a evolução destes dois grupos separadamente.

O Instituto Superior de Gestão conta com um número total de 73 colaboradores, dos quais 23 são de pessoal não docente.

Em relação à distribuição de recursos humanos, verifica-se, à semelhança de anos anteriores, a concentração de maior número de efetivos ao nível do pessoal docente 50, incluindo os docentes em regime de prestação de serviços.

Para o desenvolvimento das suas atividades, o ISG continua a contar com um corpo docente de elevado grau de qualificação (70% de doutores, na sua quase totalidade, em tempo integral).

Relativamente aos docentes, o regime de contratação dos mesmos é variado, sendo que a maior parte tem com a ENSINUS contratos de docência.

Pode-se verificar que o ISG apresenta, no conjunto dos seus 50 docentes e investigadores distribuídos com a seguinte distribuição académica: 36 Doutores; 10

Mestres e 4 Licenciados. Da totalidade de docentes, 34% são mulheres e 66% são homens.

Em termos de corpo docente, há a realçar o reforço de uma estrutura mais permanente a médioo prazo, tentando-se manter o equilíbrio entre um corpo docente de qualidade e uma estrutura flexível. Mantém-se a aposta num conjunto de docentes que crie um equilíbrio entre a vertente académica (docência e investigação) e a experiência profissional, sendo que a totalidade dos docentes apresentam um currículo empresarial e académico bastante significativo.

## 7.1 Plano de Benefício de Saúde ("PBS")

As entidades titulares dos estabelecimentos de ensino que integram o Grupo Lusófona estabeleceram uma parceria com o São João de Deus | Grupo de Saúde, visando oferecer aos seus alunos, docentes, membros das associações de antigos alunos e restantes colaboradores um acesso privilegiado, em condições vantajosas, a um conjunto alargado de serviços de saúde. Este plano é extensível ao agregado familiar (pais, filhos, cônjuges e irmãos) dos beneficiários diretos, desde que por estes expressamente indicados.

A adesão ao PBS é gratuita e o acesso aos serviços de saúde não obriga ao pagamento de qualquer mensalidade.

## 8. Recursos Materiais

## 8.1 Instalações

No quadro do seu reposicionamento estratégico e reforço da capacitação académica, o ISG funciona desde março de 2016 em edifício autónomo sito no Campo Grande n.º 388/ Avenida Marechal Craveiro Lopes n.º 2, Lisboa.

A localização das novas instalações do ISG constitui uma mais-valia para a instituição e encontra-se integrado no pólo Universitário de Lisboa, beneficiando por isso da proximidade de outras instituições de utilidade indiscutível para o meio académico, tais como a Biblioteca Nacional, a Torre do Tombo, o Estádio Universitário, o jardim do Campo Grande e diversos museus.

A localização central do campus apresenta ótimas condições de acesso para alunos, docentes, funcionários, visitantes externos e participantes em conferências, já que está muito bem servida de transportes públicos regulares (autocarros e metropolitano, para além da ligação ferroviária próxima – estação de Entrecampos).

Encontra-se igualmente bastante acessível para quem se dirige de automóvel, garantindo facilidade de ligação ao centro e principais saídas da cidade (pela proximidade à 2.ª circular), e permitindo o estacionamento automóvel nos parques existentes no interior das instalações.

As instalações estão dotadas de todas as condições para a integração de pessoas com mobilidade reduzida, foram efetuadas obras de adaptação, no sentido de acolher o melhor possível a comunidade académica, promovendo a inclusão e integração de todos. No entanto, a dimensão e capacidade é uma grande limitação ao crescimento.

Lisboa, 29 de novembro de 2019

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Prof. Doutor Manuel, de Almeida Damásio

Dra Teresa do Rosário Carvalho de Almeida Damásio

Dr. Manuel Ferreira Caetano

Prof. Doutora Maria da Conceição Ferreira Soeiro

Prof. Doutor Francisco Faria Ferreira