INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

Ciência_Iscte

Perfil Público

Aviso: [2026-11-06 02:15] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Informação Desatualizada: A informação contida neste perfil público poderá estar desactualizada.

Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages



Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
University of Warwick	Doutoramento	Marketing e Relações Públicas	2002
Instituto Superior da Maia	Licenciatura	Relações Públicas	1995

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Marta Liliana Nunes Bicho	Three essays on managers' strategic decisions to legitimacy constraints in a marginalized market category	--	Iscte	2016
2	João Carlos Veloso Gonçalves Ralha	Determinants of the managerial effectiveness of performance measurement in municipalities	Inglês	Iscte	2012

3	Paula Alexandra Pissarra de Araújo Rodrigues Rosado Hortinha	The relative impact of costumer and technology orientations on innovation and export performance	Português	Iscte	2010
4	Ana Catarina Cadima Lisboa	Dynamic capabilities in international markets: Their antecedents and current and future performance outcomes	Inglês	Iscte	2010

• Dissertações de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Cátia Alexandra Rodrigues Marques dos Santos	Responsabilidade Social Interna: Creche e Jardim-de-Infância para filhos de colaboradores.	Português	Iscte	2010
2	Carlos Alberto Figueiral Azevedo	The Effects of Market Orientation and Cooperation on Performance.	Inglês	Iscte	2009

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Anna Dudik	Framework for successfully implementing na inaugural GRI Reporting Process	Inglês	Iscte	2012
2	Cátia Janete Carvalho Machado	How to Stand out in Market Communication Plan for a Non-Profit Organization, APCA	Inglês	Iscte	2012
3	Rita Alexandra Pereira Parente de Andrade	Wonka Chocolate Case Study: Managing a brand created	Inglês	Iscte	2012
4	Diogo Alexandre da Costa Marçal	Estudo de Reputação dos Ex-Alunos do ISCTE Bussiness School	Português	Iscte	2012
5	Francisco Correia Gonçalves Ralha	Diagnóstico da Responsabilidade Social Interna numa PME Portuguesa	Português	Iscte	2012

Total de Citações

Web of Science®	782
Scopus	717

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Bicho, M., Nikolaeva, R. & Lages, C. (2023). Complementary and alternative medicine legitimation efforts in a hostile environment: The case of Portugal. Sociology of Health and Illness, 45(4), 890?913. https://doi.org/10.1111/1467-9566.13625 - N.º de citações Web of Science®: 5 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 8
2	Silveira, C., Lages, C. & Simões, C. (2013). Reconceptualising brand identity in a dynamic environment. Journal of Business Research, 66(1), 28?36. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.020 - N.º de citações Web of Science®: 213 - N.º de citações Scopus: 189
3	Lisboa, A., Skarmeas, D. & Lages, C. (2011). Entrepreneurial orientation, exploitative and explorative capabilities, and performance outcomes in export markets: a resource-based approach. Industrial Marketing Management, 40(8), 1274?1284. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.10.013 - N.º de citações Web of Science®: 284 - N.º de citações Scopus: 267
4	Lisboa, A., Skarmeas, D. & Lages, C. (2011). Innovative capabilities: their drivers and effects on current and future performance. Journal of Business Research, 64(11), 1157?1161. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.06.015 - N.º de citações Web of Science®: 100 - N.º de citações Scopus: 93
5	Hortinha, P., Lages, C. & Lages, L. F. (2011). The trade-off between customer and technology orientations: impact on innovation capabilities and export performance. Journal of International Marketing, 19(3), 36?58. https://doi.org/10.1509/jimk.19.3.36 - N.º de citações Web of Science®: 180 - N.º de citações Scopus: 162

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	João Paixão, Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages & Dias, J. G. (2011). Foreign Branding Influence on Product Origin Perception. CD Rom Proceedings 40th European Marketing Academy (EMAC) Conference (pp. 0?0).

- Comunicação em evento científico

1	Bicho, M., Nikolaeva, R. & Lages, C. (2016). Social Enterprise Legitimacy Spiral in a Hostile Context. European Academy of Management Conference (EURAM),.
2	Bicho, M., Nikolaeva, R. & Lages, C. (2014). Positioning as Strategic Balance when Lacking Legitimacy: The Case of Complementary and Alternative Medicine (CAM). ESG Next Generation Workshop for PhD Students,.
3	Dias, J.A., Dias, J. G. & Lages, C. (2012). When bad guys are good to brands: An experimental study of product placement with negative and positive television characters. Macrotheme Conference,.

4	Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages, Paixão, J.P & Dias, J. G. (2011). Foreign branding influence on product origin perception. EMAC 2011 Conference,.
5	Ana Lisboa, Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages & Dionysis Skarmeas (2011). Dynamic Capabilities in International Markets: the Influence of Technological Turbulence in Achieving Market Effectiveness Performance. CD Rom Proceedings 40th European Marketing Academy (EMAC) Conference,, 0?0.
6	Carlos Azevedo , Carmen Helena Caldeira de Freitas Lages & Margarida Cardoso (2011). The Effects of Market Orientation and Cooperation on Performance. Proceedings of the 18th European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS) Conference,, 0?0.
7	Nicolau, I., Simaens, A., Duarte, A., Lages, C. & Pernas, G. (2010). Corporate Social Responsibility and the Third Sector: The Portuguese case. International Society for Third-Sector Research (ISTR) Conference,. - N.º de citações Google Scholar: 2

• Outras Publicações

- Working paper

1	Lages, C., Lages, L. F. & Rita, P. (2004). The Relationship between E-Marketing Strategy and Performance: A Conceptual Framework in a Web Context. FEUNL Working Paper No. 446,. - N.º de citações Google Scholar: 12

- Outras publicações

1	Nikolaeva, R., Lages, C., Bicho, M. & marta_liliana_bicho@iscte.pt (2016). Three essays on managers' strategic decisions to legitimacy constraints in a marginalized market category.. - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Nikolaeva, R., Lages, C., Bicho, M. & martanbicho@gmail.com (2010). Marketing and institutional factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting: the case of global reporting initiative.. https://doi.org/BICHO, Marta - Marketing and institutional factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting: the case of global reporting initiative [Em linha]. Lisboa: ISCTE, 2010. Dissertação de mestrado. [Consult. Dia Mês Ano] Disponível - N.º de citações Google Scholar: 1