

Aviso: [2026-04-28 16:34] 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 desatualizada.

Jorge Francisco Bertinetti Lengler

Qualificações Académicas

| Universidade/Instituição | Tipo | Curso | Período |
|-----------------------------|--------------|----------|---------|
| (informação não disponível) | Doutoramento | Gestão | 2003 |
| (informação não disponível) | Mestrado | Gestão | 1997 |
| (informação não disponível) | Bacharelato | Economia | 1994 |

Orientações

• Teses de Doutoramento - Em curso

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Estado | Instituição |
|---|-------------------|-----------------------------------|-----------|----------|-------------|
| 1 | Antonio Cardoso | Clusters exportadores de Portugal | Português | Em curso | Iscte |

| | | | | | |
|---|--------------|---|-----------|----------|-------|
| 2 | Isabel Moura | Financial support and innovation as antecedents of export performance in small and medium-sized Portuguese export companies | Português | Em curso | Iscte |
|---|--------------|---|-----------|----------|-------|

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|---------------------------------|--|--------|-------------|------------------|
| 1 | Luo Qinwen | Research on Relationship Resource Integration of Chinese Construction Enterprises: Evolutionary Process and Balance Mechanism | -- | Iscte | 2017 |
| 2 | Sun Lei | The Antecedents of Diversification Strategy and Its Impacts on Performances: Empirical Evidences from Radio and TV Sector in China | -- | Iscte | 2016 |
| 3 | Ricardo Correia | A Proactive and Entrepreneurial International Market Approach: Some Evidence in the Portuguese Hotel Sector | Inglês | Iscte | 2013 |
| 4 | Ricardo Jorge Castro de Correia | A Proactive and Entrepreneurial International Market Approach: Some Evidence in the Portuguese Hotel Sector | Inglês | Iscte | 2013 |
| 5 | Deng Weiping | The Strategic development of Chinese state-owned enterprises: The case of a chemical company | Inglês | Iscte | 2013 |
| 6 | Ricardo Correia | Internationalization process of a Portuguese hotel company. | Inglês | Iscte | 2012 |
| 7 | Den Weiping | Choice of Development Strategy of China's State-owned Specialty chemical enterprises | Inglês | Iscte | 2012 |

• Dissertações de Mestrado

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|-------------------------------------|---|-----------|-------------|------------------|
| 1 | Gabriel David Oliveira Martins Cruz | O Posicionamento da Marca na Ótica do Consumidor - Caso de estudo do Rock in Rio Lisboa | Português | Iscte | 2016 |
| 2 | Manuel Gaspar Valente | The social media usage from tourist's perspective: solutions for DMOS | Inglês | Iscte | 2015 |

| | | | | | |
|---|------------------------------------|--|--------|-------|------|
| 3 | Renato Jorge Tomaz da Costa Campos | A Internacionalização da Indústria Automóvel na Europa: O caso do grupo Volkswagen, da Toyota Motor Corporation e Ford Motor Company | Inglês | Iscte | 2014 |
|---|------------------------------------|--|--------|-------|------|

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|----|-------------------------------------|---|-----------|-------------|------------------|
| 1 | Rafael Caetano Gomes | Business Plan For an Online Fashion Store | Inglês | Iscte | 2016 |
| 2 | Francisco Borges Almeida Nascimento | The E-Health Opportunity for the Telecommunication Industry and Portugal Telecom - A case study | Inglês | Iscte | 2015 |
| 3 | Anne Hjortsholm | The Dimensions of Corporate Reputation and their Importance in Consumers' Buying Decision: A Cross-National Study | Inglês | Iscte | 2014 |
| 4 | Victor Stamate | Price Strategies as a Determinant of Performance for Romanian Companies in Export Markets | Inglês | Iscte | 2014 |
| 5 | Rafael João Domingues de Oliveira | Desenvolvimento Estratégico Internacional da Delta Cafés | Português | Iscte | 2014 |
| 6 | Narciso Emanuel Azevedo Antunes | Is this Graffiti a good ad?: Comparing street art advertising in Brazil and Portugal | Inglês | Iscte | 2014 |
| 7 | André Mesquita Olaio | Competitive Strategies and Strategic groups under scrutiny in the Portuguese automotive industry | Inglês | Iscte | 2013 |
| 8 | Lena Schuette | Process optimization with the Six Sigma DMAIC approach using the example Danza AEI Emirates LLC (Deutsche Post DHL Group) | Inglês | Iscte | 2013 |
| 9 | Daniel Kromoser | Senmicro Gmbh Expanding Beyond Europe - Country Analysis for a Potential Market Entry in Asia | Inglês | Iscte | 2013 |
| 10 | João André de Faria Neiva | Expanding Operations in Sweden - A Corporate Project at Planet Insurance Group | Inglês | Iscte | 2012 |
| 11 | Idaki Vasilev Milev | Does South Africa have the potential to emerge as an attractive outsourcing / offshoring destination for information and Technology Services? | Inglês | Iscte | 2012 |

| | | | | | |
|----|---|---|--------|-------|------|
| 12 | Georgia Patrícia da Silveira Nunes Cavalcanti | Analyzing Toonari News & Media Strategy Process: Assessment and recommendations | Inglês | Iscte | 2012 |
|----|---|---|--------|-------|------|

Total de Citações

| | |
|-----------------|-----|
| Web of Science® | 346 |
| Scopus | 391 |

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

| | |
|---|---|
| 1 | <p>Marques, C., Mohsin, A. & Lengler, J. (2018). A multinational comparative study highlighting students' travel motivations and touristic trends. <i>Journal of Destination Marketing and Management</i>. 10, 87-100</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 21</p> <p>- N.º de citações Scopus: 17</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 47</p> |
| 2 | <p>Lengler, J., Sousa, C., Perin, M., Sampaio, C. H. & Martinez-López, F. (2016). The antecedents of export performance of Brazilian small and medium-sized enterprises (SMEs): the non-linear effects of customer orientation. <i>International Small Business Journal</i>. 34 (5), 701-727</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 23</p> <p>- N.º de citações Scopus: 25</p> |
| 3 | <p>Mohsin, A., Lengler, J. & Aguzzoli, R. (2015). Staff turnover in hotels: exploring the quadratic and linear relationships. <i>Tourism Management</i>. 51, 35-48</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 49</p> <p>- N.º de citações Scopus: 38</p> |
| 4 | <p>Mohsin, A. & Lengler, J. (2015). Service experience through the eyes of budget hotel guests: do factors of importance influence performance dimensions?. <i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>. 23, 23-34</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 23</p> <p>- N.º de citações Scopus: 24</p> |
| 5 | <p>Mohsin, A. & Lengler, J. (2015). Exploring the antecedents of staff turnover within the fast-food industry: the case of Hamilton, New Zealand. <i>Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism</i>. 14 (1), 1-24</p> <p>- N.º de citações Scopus: 12</p> |
| 6 | <p>Sousa, C. M. P., Lengler, J. & Martinez-López, F. (2014). Testing for linear and quadratic effects between price adaptation and export performance: the impact of values and perceptions. <i>Journal of Small Business Management</i>. 52 (3), 501-520</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 25</p> <p>- N.º de citações Scopus: 19</p> |

| | |
|----|---|
| 7 | Huertas-García, R., Gázquez-Abad, J. C. & Lengler, J. (2014). Publicidad conjunta marca-cause: el papel de la implicación del individuo hacia la publicidad en la comprensión y evaluación del mensaje = Brand/cause advertising: the role of the individual's involvement toward the understanding and evaluation of the ad message. <i>Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa</i> . 23 (3), 147-155 - N.º de citações Scopus: 4 |
| 8 | Perin, M., Sampaio, C. H., Cegarra, J. & Lengler, J. (2014). Entrepreneurial capacities as antecedents of business performance in Brazilian firms. <i>Canadian Journal of Administrative Sciences</i> . 31 (2), 90-103 - N.º de citações Web of Science®: 13 - N.º de citações Scopus: 16 |
| 9 | Lengler, J., Sousa, C. M. P. & Marques, C. (2014). Examining the relationship between market orientation and export performance: the moderating role of competitive Intensity. <i>Advances in International Marketing</i> . 24, 75-102 - N.º de citações Scopus: 7 - N.º de citações Google Scholar: 18 |
| 10 | Simas, M. J., Lengler, J. & António, N. (2013). Integration of sustainable development in the strategy implementation process: proposal of a model. <i>Corporate Governance</i> . 13 (5), 511-526 - N.º de citações Web of Science®: 20 - N.º de citações Scopus: 15 |
| 11 | Mohsin, A., Lengler, J. & Kumar, B. (2013). Exploring the antecedents of intentions to quit: a case of luxury hotel staff. <i>International Journal of Hospitality Management</i> . 35, 48-58 - N.º de citações Web of Science®: 106 - N.º de citações Scopus: 80 |
| 12 | Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2013). Exploring the linear and quadratic effects of customer and competitor orientation on export performance. <i>International Marketing Review</i> . 30 (5), 440-468 - N.º de citações Web of Science®: 56 - N.º de citações Scopus: 46 - N.º de citações Google Scholar: 85 |
| 13 | Novello, S., Lengler, J. & Murias, P. (2013). Customer orientation and SME export and export performance: insights from Italian manufacturing firms. <i>Micro & Macro Marketing</i> . XXII (3), 453-470 |
| 14 | Sousa, C. M. P. & Lengler, J. (2009). Psychic distance, marketing strategy and performance in export ventures of Brazilian firms. <i>Journal of Marketing Management</i> . 25 (5-6), 591-610 - N.º de citações Scopus: 78 |

- Editorial

| | |
|---|---|
| 1 | Bento, P., Nikolaeva, R., Simaens, A., Berg., N. & Lengler, J. (2016). Time for a pause. <i>Global Economics and Management Review (GEMREV)</i> . 21 (1-2) |
| 2 | Bento, P., Nikolaeva, R., Simaens, A., Berg., N. & Lengler, J. (2015). Why Global Economics and Management Review. <i>Global Economics and Management Review (GEMREV)</i> . 19 (1-2) - N.º de citações Google Scholar: 1 |
| 3 | Bento, P., Nikolaeva, R., Simaens, A., Berg., N. & Lengler, J. (2013). Note from the Editors. <i>Global Economics and Management Review (GEMREV)</i> . 18 (1) |

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

| | |
|---|--|
| 1 | <p>Sousa, C. & Lengler, J. (2011). Examining the determinants of interfunctional coordination and export performance: an investigation of Brazilian exporters. In Shaoming Zou, Huifen Fu (Ed.), <i>International Marketing</i>. (pp. 189-206). Reino Unido: Emerald Group Publishing Limited.</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 10 - N.º de citações Scopus: 10</p> |
|---|--|

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

| | |
|----|--|
| 1 | <p>Gao, Y., Lengler, J., Novello, S. & Sousa, C. (2013). An investigation of the role of managers' personal values in creating a market orientation: Evidence from Brazil. In <i>European Marketing Academy Conference</i>. (pp. 0-0). Istanbul</p> |
| 2 | <p>Novello, S., Lengler, J. & Murias, P. (2013). Customer Orientation and SME export performance: Insights from Italian manufacturing firms. In <i>Europeana Academy of Marketing Conference</i>. (pp. 0-0). Istanbul</p> |
| 3 | <p>Moura, I. & Lengler, J. (2013). Financial resources and managerial personal characteristics as antecedents of export performance. In <i>Global Management Conference</i>. (pp. 0-0). Lisbon</p> |
| 4 | <p>Moura, I. & Lengler, J. (2013). The impact of financial resources on export performance: the case of Portuguese exporting firms. In <i>9th Iberian International Business Conference</i>. Braga</p> |
| 5 | <p>Sousa, C. & Lengler, J. (2013). Examining the determinants of interfunctional coordination and export performance: an investigation of Brazilian exporters. In <i>Cimar Conference</i>. (pp. 0-0). Beijing</p> |
| 6 | <p>Moura, I. & Lengler, J. (2013). The impact of financial resources, learning and innovation orientation on the export performance of Portuguese Exporting Firms An ongoing process to propose a research model. In <i>International Network of Business & Management Journals</i>. (pp. 0-0). Lisbon</p> |
| 7 | <p>Sousa, C & Lengler, J. (2013). Price adaptation and export performance: Quadratic and moderating effects. In <i>European Marketing Academy Conference</i>. (pp. 0-0). Istanbul</p> |
| 8 | <p>Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2012). Testing for Non-Linear Relationship Between International Pricing Strategy and Export Performance. In <i>emac (Ed.), Proceedings of the 41st Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2012)</i>. (pp. 0-0). Lisbon</p> |
| 9 | <p>Lengler, J. & Sousa, C. (2012). 12. Lengler, J. F. B.; Sousa, C. M. P. (2012). Curvilinear Effects between Customer Orientation and Export Performance of Brazilians SMEs. In <i>CIMaR 2012 Consortium for International Marketing Research</i>. (pp. 0-0).</p> |
| 10 | <p>Jorge Francisco Lengler & Mello, C.A.M. (2011). The use of adapted ACSI satisfaction model to tourism companies to the proposition of loyalty strategies: The case of the 2011 Oktoberfest in Brazil. In <i>2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference</i>. (pp. 0-0). Corfu</p> |
| 11 | <p>Huertas-García, R., Miravittles-Matamor, P., Hormiga, E. & Jorge Francisco Lengler (2011). Awareness and Ability to Express Preferences and its Impact on the Establishment of Causal Relations. In <i>33rd INFORMS Marketing Science Conference</i>. (pp. 0-0). Houston</p> |

| | |
|----|---|
| 12 | Correia, R. & Jorge Francisco Lengler (2011). The driving forces of internationalization process in the Portuguese hotel sector: A theoretical model. In European Marketing Academy Conference. (pp. 0-0). Ljubliana |
| 13 | Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2011). Export performance and market orientation: Testing for non-linear effects. In EIBA 2011 (Ed.), Proceedings of the 37th Annual Conference of the European International Business Academy (EIBA 2011) . (pp. 0-0). Bucareste |
| 14 | Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2011). Examining The Relationship Among Market Orientation Constructs And Export Performance: The Moderating Role Of Competitive Intensity. In Proceedings of the 40th Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2011). (pp. 0-0). Ljubliana |
| 15 | Mohsin, A. & Jorge Francisco Lengler (2011). Assessing Staff Turnover within the Fast Food Industry: A case of Hamilton, New Zealand. In 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference. (pp. 0-0). Corfu |
| 16 | Mello Moyano, C. & Jorge Francisco Lengler (2011). Developing a Strategic Planning Method for Tourism Companies Based on Customer Satisfaction. In Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference. (pp. 0-0). Istanbul |
| 17 | Machuca, M.M., Segura, C.C., Huertas-García, R. & Jorge Francisco Lengler (2011). La respuesta afectiva que genera el ajuste entre marca y causa y su influencia en la intención de compra del consumidor. In XXI Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE). (pp. 0-0). Barcelona |
| 18 | Sousa, C. & Lengler, J. (2009). Interfunctional coordination and its effect on export performance. In European Marketing Academy Conference. (pp. 0-0). |

- Comunicação em evento científico

| | |
|---|--|
| 1 | Marques, C., Lengler, J., Mohsin, A. & Mohsin, A. (2017). A Multinational Study On Perceptions Of Attractions/activities Of Student Tourists From Eight Countries. European Marketing Academy Conference - EMAC 2017. |
| 2 | Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2012). Testing for Non-Linear Relationship Between International Pricing Strategy and Export Performance. 41st Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2012). |
| 3 | Mohsin, A. & Jorge Francisco Lengler (2012). Assessing Staff Turnover within the Fast Food Industry: A case of Hamilton, New Zealand. 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference. 0-0 |
| 4 | Jorge Francisco Lengler & Mello, C.A.M. (2012). The use of adapted ACSI satisfaction model to tourism companies to the proposition of loyalty strategies: The case of the 2011 Oktoberfest in Brazil. 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference. 0-0 |
| 5 | Jorge Francisco Lengler, Sousa, C. & Marques, C. (2011). Export performance and market orientation: Testing for non-linear effects. 37th Annual Conference of the European International Business Academy (EIBA 2011). |
| 6 | Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2011). Examining The Relationship Among Market Orientation Constructs And Export Performance: The Moderating Role Of Competitive Intensity. 40th Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2011). |

| | |
|----|---|
| 7 | Marques, C. & Jorge Francisco Lengler (2011). A influência da orientação para o mercado na performance de exportação: O estudo de efeitos de interação e quadráticos. XIX Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística. |
| 8 | Mello Moyano, C. & Jorge Francisco Lengler (2011). Developing a Strategic Planning Method for Tourism Companies Based on Customer Satisfaction. Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference. 0-0 |
| 9 | Huertas-García, R., Miravittles-Matamor, P., Hormiga, E. & Jorge Francisco Lengler (2011). Awareness and Ability to Express Preferences and its Impact on the Establishment of Causal Relations. 33rd INFORMS Marketing Science Conference. 0-0 |
| 10 | Correia, R. & Jorge Francisco Lengler (2011). The driving forces of internationalization process in the Portuguese hotel sector: A theoretical model. European Marketing Academy Conference. 0-0 |

Cargos de Gestão Académica

Sub-diretor (2014 - 2015)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Membro (Docente) (2010 - 2013)
Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica

Membro (Docente) (2010 - 2015)
Unidade/Área: Comissão Científica