

Aviso: [2026-04-05 23:28] 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.

Padma Panchapakesan

Orientações

• Dissertações de Mestrado - Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Hortense Merlio	Social Media: A New Channel of Communication for Luxury Brands Customer Relation Strategy	Inglês	Iscte	2017

• Projetos Finais de Mestrado - Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Margaux Véronique Marie Guiot du Doignon	The impact of Corporate Social Responsibility in the Luxury Industry	Inglês	Iscte	2017

Total de Citações

Web of Science®	515
Scopus	768

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	<p>Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J., Eloy, S., Langaro, D. & Panchapakesan, P. (2019). Understanding the use of Virtual Reality in Marketing: a text mining-based review. <i>Journal of Business Research</i>. 100, 514-530</p> <p>- N.º de citações Scopus: 255</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 426</p>
2	<p>Loureiro, S. M. C., Maximiano, M. & Panchapakesan, P. (2018). Engaging fashion consumers in social media: the case of luxury brands. <i>International Journal of Fashion Design, Technology and Education</i>. 11 (3), 310 -321</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 44</p> <p>- N.º de citações Scopus: 45</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 88</p>
3	<p>Panchapakesan, P., Rosa, A. & António, N. (2017). Antecedents and consequences of mutual trust in PPPs. <i>Journal of Relationship Marketing</i>. 16 (3), 163-178</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 12</p> <p>- N.º de citações Scopus: 15</p>
4	<p>Loureiro, S. M. C., Costa, I. & Panchapakesan, P. (2017). A passion for fashion: the impact of social influence, vanity and exhibitionism on consumer behaviour. <i>International Journal of Retail & Distribution Management</i>. 45 (5), 468-484</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 59</p> <p>- N.º de citações Scopus: 51</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 111</p>
5	<p>Panchapakesan, P. (2016). Strategic quadrants and service quality: tourist satisfaction in Portugal. <i>The Quality Management Journal</i>. 23 (2), 57-70</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 5</p> <p>- N.º de citações Scopus: 6</p>
6	<p>Johann, M. & Panchapakesan, P. (2016). Benchmarking holiday experience: the case of senior tourists. <i>Benchmarking: An International Journal</i>. 23 (7), 1860-1875</p> <p>- N.º de citações Scopus: 26</p>
7	<p>Padma, P., Sai, L. P. & Rajendran, C. (2015). Customer satisfaction in Indian hospitals: moderators and mediators. <i>The Quality Management Journal</i>. 22 (1), 10-29</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 13</p> <p>- N.º de citações Scopus: 17</p>
8	<p>Panchapakesan, P., Lokachari, P. S. & Rajendran, C. (2014). Strategic action grids: a study in Indian hospitals. <i>International Journal of Health Care Quality Assurance</i>. 27 (5), 360-372</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 15</p> <p>- N.º de citações Scopus: 13</p>

9	Panchapakesan, P., Rajendran, C. & Lokachari, P. S. (2010). Service quality and its impact on customer satisfaction in Indian hospitals: perspectives of patients and their attendants. <i>Benchmarking: An International Journal</i> . 17 (6), 807-841 - N.º de citações Web of Science®: 92 - N.º de citações Scopus: 151
10	Panchapakesan, P., Rajendran, C. & Sai, L. S. (2009). A conceptual framework of service quality in healthcare: perspectives of Indian patients and their attendants. <i>Benchmarking: An International Journal</i> . 16 (2), 157-191 - N.º de citações Scopus: 105
11	Panchapakesan, P., Ganesh, L. S. & Rajendran, C. (2008). A study on the critical factors of ISO 9001:2000 and organizational performance of Indian manufacturing firms. <i>International Journal of Production Research</i> . 46 (18), 4981-5011 - N.º de citações Web of Science®: 29 - N.º de citações Scopus: 35
12	Panchapakesan, P., Ganesh, L. S. & Rajendran, C. (2008). A study on the ISO 14000 certification and organizational performance of Indian manufacturing firms. <i>Benchmarking: An International Journal</i> . 15 (1), 73-100 - N.º de citações Scopus: 48
13	Panchapakesan, P., Ganesh, L. S. & Rajendran, C. (2008). An exploratory study of the impact of the Capability Maturity Model on the organizational performance of Indian software firms. <i>The Quality Management Journal</i> . 15 (2), 20-34

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Loureiro, S. M. C., Panchapakesan, P. & D. Doignon (2018). Corporate Social Responsible Luxury: Reality or Fad?. In <i>Corporate Social Responsibility</i> . - N.º de citações Scopus: 1
2	Loureiro, S. M. C. & Panchapakesan, P. (2016). How to achieve subjective well-being through medical tourism: the engagement process through credibility, desire and experience. In Alexandra M. Columbus (Ed.), <i>Advances in Psychology Research</i> . (pp. 1-25). Estados Unidos da América: NOVA science publishers, Inc. - N.º de citações Google Scholar: 10

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Renzi, M. F., Loureiro, S. M. C., Toni, M. & Panchapakesan, P. (2018). Relationship between destination affect and intention to visit: the case of destination dislike. In Kathy Hamilton, Matthew Alexander, Spiros Gounaris, Maria Karampela and Ewelina Lacka (Ed.), <i>47th International EMAC conference-People Make Marketing</i> . Glasgow - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Loureiro, S. M. C., Maximiano, M. & Panchapakesan, P. (2017). Exploring drivers to engage in fashion luxury consumption. In Christos Sarmaniotis, Gillian Wright (Ed.), <i>Proceedings of the ICCMI 2017 - 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues</i> . Thessaloniki: ICCMI. - N.º de citações Google Scholar: 4

3	Loureiro, S, Maximiano, M. & Panchapakesan, P. (2017). Exploring drivers to engage in fashion luxury consumption. In Christos Sarmaniotis, Gillian Wright (Ed.), Proceedings of the ICCMI 2017: 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues. Thessalonik
4	Loureiro, S. & Panchapakesan, P. (2016). Self-image and subjective well-being in medical tourism: Role of age and behavior intentions. In Ana Passos (Ed.), Proceedings of the International conference on Tourism and Ageing. (pp. 1-9):. ISCTE-IUL.
5	Loureiro, S. & Panchapakesan, P. (2016). It is all about desires! motivation to engage in medical tourism practices and subjective well-being. In Juran Kim (Ed.), Proceedings of 2016 GAMMA-Global Marketing Conference. (pp. 1081-1091). Hong Kong: GAMMA. - N.º de citações Google Scholar: 1
6	Panchapakesan, P. (2014). Shopper behavior in Europe: A comparison. In Proceedings of 2nd International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM), June 18-20, 2014, Athens, Greece. Athens
7	Panchapakesan, P. & Antony, K. (2013). Application of Association Rule Mining: A Case Study on Team India. In IEEE International Conference on Computer Communication and Informatics,. (pp. 0-0). Coimbatore - N.º de citações Web of Science®: 2
8	Panchapakesan, P. (2012). Cognitive dissonance in healthcare: A conceptual framework. In Proceedings in Advanced Research in Scientific Areas. (pp. 197-200). Online
9	Panchapakesan, P. & S. Dahab (2012). Medical Tourism in India: A Conceptual Framework. In International Conference on Health and Tourism. Faro
10	Panchapakesan, P. & Sonia (2012). Medical Tourism in Cosmetic Surgery: A Conceptual Framework. In IV Encontro Luso-Brasileiro, I Congresso Ibero-Americano de Estratégia. Lisbon

- Comunicação em evento científico

1	Loureiro, S. M. C. & Panchapakesan, P. (2016). It is all about desires! Motivation to engage in medical tourism practices and subjective well-being. Proceeding of 2016 GAMMA-Global Marketing Conference -Bridging Asia and the World: Global Platform for interface between Marketing and Management. 1081-1091
2	Rosa, A. & Panchapakesan, P. (2015). City Branding: Macao. International Conference on Business and Information.
3	Panchapakesan, P. & S. Dahab (2012). Medical Tourism in India: A Conceptual Framework. International Conference on Health and Tourism.
4	Panchapakesan, P. & S. Dahab (2012). Medical Tourism in Cosmetic Surgery: A Conceptual Framework. IV Encontro Luso-Brasileiro, I Congresso Ibero-Americano de Estratégia.

• Outras Publicações

- Working paper

1	Panchapakesan, P. (2013). Antecedents of Customer Loyalty in Medical Tourism. BRU Working Paper Series.
---	---

- Outras publicações

1

Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J., Eloy, S., Langaro, D. & Panchapakesan, P. (2019). Understanding the use of virtual reality in Marketing: A text-mining based review. Research Seminars BRU-IUL .
- N.º de citações Web of Science®: 244