INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

Ciência_Iscte

Perfil Público

Aviso: [2026-11-17 14:21] 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.

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®	534
Scopus	804

Publicações

- **Revistas Científicas**

- Artigo em revista científica

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. Journal of Business Research, 100, 514?530. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.055 - N.º de citações Scopus: 274 - N.º de citações Google Scholar: 454
2	Loureiro, S. M. C., Maximiano, M. & Panchapakesan, P. (2018). Engaging fashion consumers in social media: the case of luxury brands. International Journal of Fashion Design, Technology and Education, 11(3), 310?321. https://doi.org/10.1080/17543266.2018.1431810 - N.º de citações Web of Science®: 44 - N.º de citações Scopus: 46 - N.º de citações Google Scholar: 85
3	Panchapakesan, P., Rosa, A. & António, N. (2017). Antecedents and consequences of mutual trust in PPPs. Journal of Relationship Marketing, 16(3), 163?178. https://doi.org/10.1080/15332667.2017.1349553 - N.º de citações Web of Science®: 13 - N.º de citações Scopus: 16
4	Loureiro, S. M. C., Costa, I. & Panchapakesan, P. (2017). A passion for fashion: the impact of social influence, vanity and exhibitionism on consumer behaviour. International Journal of Retail & Distribution Management, 45(5), 468?484. https://doi.org/10.1108/IJRDM-11-2016-0202 - N.º de citações Web of Science®: 60 - N.º de citações Scopus: 57 - N.º de citações Google Scholar: 117
5	Panchapakesan, P. (2016). Strategic quadrants and service quality: tourist satisfaction in Portugal. The Quality Management Journal, 23(2), 57?70. https://doi.org/10.1080/10686967.2016.11918471 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 6
6	Johann, M. & Panchapakesan, P. (2016). Benchmarking holiday experience: the case of senior tourists. Benchmarking: An International Journal, 23(7), 1860?1875. https://doi.org/10.1108/BIJ-04-2015-0038 - N.º de citações Scopus: 27
7	Padma, P., Sai, L. P. & Rajendran, C. (2015). Customer satisfaction in Indian hospitals: moderators and mediators. The Quality Management Journal, 22(1), 10?29. https://doi.org/10.1080/10686967.2015.11918416 - N.º de citações Web of Science®: 14 - N.º de citações Scopus: 18

8	Panchapakesan, P., Lokachari, P. S. & Rajendran, C. (2014). Strategic action grids: a study in Indian hospitals. International Journal of Health Care Quality Assurance, 27(5), 360?372. https://doi.org/10.1108/IJHCQA-11-2012-0108 - N.º de citações Web of Science®: 15 - N.º de citações Scopus: 13
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. Benchmarking: An International Journal, 17(6), 807?841. https://doi.org/10.1108/14635771011089746 - N.º de citações Web of Science®: 92 - N.º de citações Scopus: 155
10	Panchapakesan, P., Rajendran, C. & Sai, L. S. (2009). A conceptual framework of service quality in healthcare: perspectives of Indian patients and their attendants. Benchmarking: An International Journal, 16(2), 157?191. https://doi.org/10.1108/14635770910948213 - N.º de citações Scopus: 108
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. International Journal of Production Research, 46(18), 4981?5011. https://doi.org/10.1080/00207540600793299 - 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. Benchmarking: An International Journal, 15(1), 73?100. https://doi.org/10.1108/14635770810854353 - 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. The Quality Management Journal, 15(2), 20?34. https://doi.org/10.1080/10686967.2008.11918064

• 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?. Corporate Social Responsibility. - 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.), Advances in Psychology Research (pp. 1?25). 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.), 47th International EMAC conference-People Make Marketing. - 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.), Proceedings of the ICCMI 2017 - 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues. ICCMI. - N.º de citações Google Scholar: 3
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.
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). GAMMA. https://doi.org/10.15444/GMC2016.07.09.06 - N.º de citações Google Scholar: 2
6	Panchapakesan, P. (2014). Shopper behavior in Europe: A comparison. Proceedings of 2nd International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMI), June 18-20, 2014, Athens, Greece.
7	Panchapakesan, P. & Antony, K. (2013). Application of Association Rule Mining: A Case Study on Team India. IEEE International Conference on Computer Communication and Informatics, (pp. 0?0). - N.º de citações Web of Science®: 2
8	Panchapakesan, P. (2012). Cognitive dissonance in healthcare: A conceptual framework. Proceedings in Advanced Research in Scientific Areas (pp. 197?200).
9	Panchapakesan, P. & S. Dahab (2012). Medical Tourism in India: A Conceptual Framework. International Conference on Health and Tourism.
10	Panchapakesan, P. & Sonia (2012). Medical Tourism in Cosmetic Surgery: A Conceptual Framework. IV Encontro Luso-Brasileiro, I Congresso Ibero-Americano de Estratégia.

- 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®: 259