

Aviso: [2024-12-22 12:09] este documento é uma impressão do portal Ciência-IUL e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência-IUL nessa data.

Ricardo F. Ramos

Investigador Associado

ISTAR-Iscte - Centro de Investigação em Ciências da Informação, Tecnologias e Arquitetura (ISTA)
[Information Systems]



Contactos

E-mail

Ricardo_Ramos@iscte-iul.pt

Gabinete

D0.10

Currículo

Ricardo F. Ramos, possui um Doutoramento em Gestão com especialização em Marketing. É Professor Adjunto na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital, Instituto Politécnico de Coimbra (ESTGOH-IPC), e na Information Management School, Universidade NOVA de Lisboa (NOVA-IMS).

Os seus projetos de investigação abrangem um espectro diversificado no campo do marketing, incluindo o Comportamento do Consumidor no contexto do Turismo e Hospitalidade e Marketing Desportivo. O Ricardo está ativamente envolvido em vários projetos que exploram dados textuais para revelar novas descobertas. O resultado do seu trabalho foi publicado em várias revistas reputadas como a International Journal of Hospitality Management, Journal of Air Transport Management, Journal of Hospitality and Tourism Technology, e European Research on Management and Business Economics.

Áreas de Investigação

Marketing

Consumer Behavior

Tourism and Hospitality

Text Mining

Sport Marketing

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE	Doutoramento	Gestão, especialização em Marketing	2018
Universidade de Lisboa Faculdade de Motricidade Humana	Mestrado	Gestão do Desporto	2015
Instituto Politécnico de Setúbal Escola Superior de Educação	Licenciatura	Desporto	2012

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Zhang Tianyuan	A Data-Driven Approach to Improve Customer Churn Prediction Based on Telecom Customer Segmentation	Inglês	ISCTE-IUL	--

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	João Filipe Peixoto Pereira	A mudança no comportamento do consumidor nas empresas de retalho portuguesas devido à pandemia	Inglês	Entregue	ISCTE-IUL

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Inês Alexandra Santos Galhoz	Ações de Sustentabilidade Ambiental das Companhias Aéreas e Impacto da Responsabilidade Social Corporativa no Comportamento do Cliente	Inglês	Instituto Politécnico de Coimbra	2023
2	Diogo Costa Lima	Satisfação do cliente nos serviços on-line baseados subscrição de alimentos para animais de estimação	Inglês	Instituto Politécnico de Coimbra	2023
3	Tânia Gomes Costa	Inteligência Artificial em Marketing: uma abordagem de text mining e topic modeling	Inglês	Universidade NOVA de Lisboa	2023

4	Sofia Cardoso dos Santos Coelho	Como uma estratégia de cross-media - externa e móvel - afeta a confiança na marca	Inglês	Universidade NOVA de Lisboa	2023
5	Michelle Amorim Juster	Processamento de big data em tempo real e automação de interações como impulsionador do envolvimento do cliente online	Português	Universidade NOVA de Lisboa	2023
6	Paulo Renato Saraiva Ribeiro	The impact of restaurant containment measures on consumer perceived service quality, satisfaction, and revisit intentions – A contribution to Future Pandemics	Inglês	Instituto Politécnico de Coimbra, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital	2023
7	Catarina Maria Cachulo Lemos	A importância da tecnologia Blockchain para o Marketing	Português	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital, Instituto Politécnico de Coimbra	2022
8	Francisco Manuel de Mendonça e Costa Pereira	COVID-19 e satisfação dos passageiros das companhias aéreas	Inglês	ISCTE-IUL	2021
9	Cláudia Sofia de Sousa Barreiros	The influence of price dispersion and price fairness in channel booking choices at trivago using star rating attribute: A survey research	Inglês	Universidade Nova de Lisboa (NOVA-IMS)	2021
10	João Filipe Peixoto Pereira	Podemos sentir uma mudança no comportamento do consumidor nas empresas portuguesas de retalho devido à pandemia?	Inglês	ISCTE-IUL	2021
11	Francisco Manuel de Mendonça e Costa Pereira	O impacto da pandemia COVID-19 na satisfação de passageiros de companhias aéreas europeias	Inglês	ISCTE-IUL	2021
12	Carolina Maria Ranita Rodrigues de Coco	Dress with finesse - How people see logotypes as status	Inglês	ISCTE-IUL	2021
13	Mamadou Gadiaga	The strategic motivation factors for IT outsourcing decision in the banking sector	Inglês	ISCTE-IUL	2021
14	Frederico Carlos Campos de Carvalho	What satisfaction is perceived through online reviews from customers in mountain hotels? A qualitative and sentiment analysis	Inglês	ISCTE-IUL	2021
15	Cátia Lopes dos Santos	Redes Colaborativas: Fatores de Sucesso para uma Estratégia de Marketing e Comercialização	Inglês	ISCTE-IUL	2021
16	Brigite Alexandra Gonçalves Gameiro	Determinantes de sucesso na tomada de decisão em Startups inovadoras	Inglês	ISCTE-IUL	2021

17	Ariana Patrício Cardoso Furtado	Perceção dos utilizadores relativamente à qualidade dos hotéis de 4 e 5 estrelas de pequenas ilhas africanas: O caso de Cabo Verde	Inglês	ISCTE-IUL	2021
18	Alexandre de Oliveira Sakato	Estudo dos Estilos de Liderança nas Forças Armadas de Angola	Inglês	ISCTE-IUL	2021
19	David Gonçalo de Araújo Rodrigues	Hotel Online Reviews: What influences sentiment and rating?	Inglês	ISCTE-IUL	2020
20	Marta Casaca Mealha	Compreender a receptividade dos utilizadores a uma campanha de marketing no Tinder	Inglês	ISCTE-IUL	2018
21	Leandro Miguel Bartolomeu da Cruz Costa	Business intelligence e absentismo na administração pública portuguesa	Inglês	ISCTE-IUL	2018
22	Leandro Miguel Bartolomeu da Cruz Costa	Explicar o Absentismo na Administração Pública Portuguesa através de Data Mining	Inglês	ISCTE-IUL	2018
23	Marta Casaca Mealha	UNDERSTANDING THE RECEPTIVITY OF THE USERS TOWARDS A MARKETING CAMPAIGN ON TINDER	Inglês	ISCTE-IUL	2018

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Joana Filipe Anjo Beja	Estágio: The Loop Company	Inglês	ISCTE-IUL	2021
2	Eduardo Miguel Trindade Crespo	Plano de Marketing Turístico de Constância: Promoção e Desenvolvimento turístico-cultural de Camões em Constância	Inglês	ISCTE-IUL	2021

Total de Citações

Web of Science®	285
Scopus	345

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Quintal, S., Ramos, R. F., Rita, P. & Oliveira, P. (N/A). AR smart glasses: The feeling of groundedness mediator
---	--

	effect. International Journal of Human-Computer Interaction. N/A
2	Muneeb, F., Ramos, R. F., Wanke, P. & Lashari, F. (N/A). Revamping sustainable strategies for hyper-local restaurants: A multi-criteria decision-making framework and resource-based view. FIIB Business Review. N/A - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 4 - N.º de citações Google Scholar: 7
3	Lima, D., Ramos, R. F. & Oliveira, P. M. (2024). Customer satisfaction in the pet food subscription-based online services. Electronic Commerce Research. 24 (2), 745-769 - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Scopus: 4 - N.º de citações Google Scholar: 5
4	Ramos, R. F. & Rita, P. (2024). Structure of REDEE and EJMBE research: A bibliometric analysis. European Journal of Management and Business Economics. 33 (1), 1-19 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 3
5	Coco, C., Rita, P., Ramos, R. & Fortes, N. (2024). Dress with finesse: Why people wear clothes with logos. International Journal of Fashion Design, Technology and Education. 17 (2), 260-275
6	Rita, P., Guerreiro, J., Ramos, R. & Caetano, R. G. (2024). The role of microtransactions in impulse buying and purchase intention in the video game market. Entertainment Computing. 50 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 5
7	Ribeiro, P., Ramos, R. F. & Moro, S. (2024). Restaurant containment measures and perceived service quality: Implications for future pandemics. Consumer Behavior in Tourism and Hospitality. 19 (1), 116-130 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 6
8	Galhoz, I., Ramos, R. F. & Biscaia, R. (2024). Airline environmental sustainability actions and CSR impact on customer behavior. Research in Transportation Business and Management. 53 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 1
9	Ramos, R., Rita, P. & Vong, C. (2024). Mapping research in marketing: Trends, influential papers and agenda for future research. Spanish Journal of Marketing - ESIC. 28 (2), 187-206 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 9
10	Carvalho, F., Ramos, R. F. & Fortes, N. (2024). Customer satisfaction in mountain hotels within UNESCO Global Geoparks: an empirical study based on sentiment analysis of online consumer reviews. Tourism & Management Studies.
11	Biscaia, R., Ramos, R. F., Yoshida, M. & Kim, Y. (2024). Service quality in spectator sports: A review and research agenda. International Journal of Consumer Studies. 48 (6)
12	Ramos, R., Rita, P. & Moro, S. (2024). Exploring the intersections of tourism and hospitality: A review and research agenda. Tourism and Management Studies. 20 (4), 27-45

13	<p>Ramos, R., Rita, P. & Moro, S. (2023). Are social media and mobile applications threatening retail websites?. <i>International Journal of Internet Marketing and Advertising</i>. 18 (1), 58-81</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 4
14	<p>Moro, S., Pires, G., Rita, P., Cortez, P. & Ramos, R. F. (2023). Discovering ethnic minority business research directions using text mining and topic modelling. <i>Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship</i>. 25 (1), 83-102</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 10
15	<p>Ramos, R. F., Biscaia, R., Moro, S. & Kunkel, T. (2023). Understanding the importance of sport stadium visits to teams and cities through the eyes of online reviewers. <i>Leisure Studies</i>. 42 (5), 693-708</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 18 - N.º de citações Scopus: 20 - N.º de citações Google Scholar: 29
16	<p>Coelho, P. S., Rita, P. & Ramos, R. F. (2023). How the response to service incidents change customer-firm relationships. <i>European Journal of Management and Business Economics</i>. 32 (2), 168-184</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 5 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 8
17	<p>Pereira, F., Costa, J. M., Ramos, R. F. & Raimundo, A. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on airlines' passenger satisfaction. <i>Journal of Air Transport Management</i>. 112</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 9 - N.º de citações Scopus: 11 - N.º de citações Google Scholar: 19
18	<p>Rita, P. & Ramos, R. F. (2022). Global research trends in consumer behavior and sustainability in e-commerce: A bibliometric analysis of the knowledge structure. <i>Sustainability</i>. 14 (15)</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 35 - N.º de citações Scopus: 39 - N.º de citações Google Scholar: 71
19	<p>Lemos, C., Ramos, R. F., Moro, S. & Oliveira, P. M. (2022). Stick or Twist – The raise of blockchain applications in marketing management. <i>Sustainability</i>. 14 (7)</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 11 - N.º de citações Scopus: 17 - N.º de citações Google Scholar: 29
20	<p>Tianyuan, Z., Moro, S. & Ramos, R. F. (2022). A data-driven approach to improve customer churn prediction based on telecom customer segmentation. <i>Future Internet</i>. 14 (3)</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 17 - N.º de citações Scopus: 38 - N.º de citações Google Scholar: 59
21	<p>Furtado, A., Ramos, R. F., Maia, B. & Costa, J. M. (2022). Predictors of hotel clients' satisfaction in the Cape Verde Islands. <i>Sustainability</i>. 14 (5)</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 11 - N.º de citações Scopus: 14 - N.º de citações Google Scholar: 19

22	<p>Quezado, T., Cavalcante, W. Q., Fortes, N. & Ramos, R. F. (2022). Corporate social responsibility and marketing: A bibliometric and visualization analysis of the literature between the Years 1994 and 2020. <i>Sustainability</i>. 14 (3)</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 16 - N.º de citações Scopus: 18 - N.º de citações Google Scholar: 39
23	<p>Rita, P., Ramos, R. F., Borges-Tiago, M. & Rodrigues, D. (2022). Impact of the rating system on sentiment and tone of voice: A Booking.com and TripAdvisor comparison study. <i>International Journal of Hospitality Management</i>. 104</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 36 - N.º de citações Scopus: 40 - N.º de citações Google Scholar: 66
24	<p>Rita, P., Ramos, R., Moro, S., Mealha, M. & Radu, L. (2021). Online dating apps as a marketing channel: a generational approach. <i>European Journal of Management and Business Economics</i>. 30 (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 16 - N.º de citações Scopus: 18 - N.º de citações Google Scholar: 35
25	<p>Chaile, V., Moro, S., Carneiro, A. & Ramos, R. F. (2021). Aplicação das redes neuronais artificiais para classificação das operações de perfuração: O caso de poços deepwater de exploração e produção. <i>RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação/Iberian Journal of Information Systems and Technologies (RISTI)</i>. 43, 5-20</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 2
26	<p>Moro, S., Ramos, R. & Rita, P. (2021). What drives job satisfaction in IT companies?. <i>International Journal of Productivity and Performance Management</i>. 70 (2), 391-407</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 34 - N.º de citações Scopus: 29 - N.º de citações Google Scholar: 101
27	<p>Ramos, R., Rita, P. & Moro, S. (2021). Is this the beginning of the end for retail websites? A professional perspective. <i>International Journal of Internet Marketing and Advertising</i>. 15 (3), 260-280</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 10
28	<p>Leandro, C., Ramos, R. & Moro, S. (2019). Anticipating the duration of public administration employees' future absences. <i>Public Administration Issues</i>. 6, 23-40</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 1
29	<p>Ramos, R., Rita, P. & Moro, S. (2019). From institutional websites to social media and mobile applications: a usability perspective. <i>European Research on Management and Business Economics</i>. 25 (3), 138-144</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 40 - N.º de citações Scopus: 46 - N.º de citações Google Scholar: 74

- Artigo de revisão

1	<p>Omran, W., Ramos, R. F. & Casais, B. (N/A). Virtual reality and augmented reality applications and their effect on tourist engagement: A hybrid review. <i>Journal of Hospitality and Tourism Technology</i>. N/A</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 11 - N.º de citações Scopus: 9
---	---

- N.º de citações Google Scholar: 18

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Keogh, J.G., Ramos, R. F., Gómez, J.M. & Rejeb, A. (2024). The growing importance of technology and supply chain standards for enhancing efficiency, visibility, transparency, and trust at the Digital-Physical B2B systems interface. In Precision Retailing: Driving results with behavioral insights and data analytics. (pp. 359).
2	Wong, D. & Ramos, R. F. (2024). Japan's Football Diplomacy. In Continental perspectives on the geopolitical economy of football. (pp. 69-77): Routledge.

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Comunicação em evento científico

1	Chung, H.-C, Manley, A., Wang, Y., Han, F., Moro, S., Ramos, R. F....Sun, B. (2024). Temporal and Seasonal Analysis of Sentiment and Emotions in TripAdvisor Reviews of Six Chinese Cities. AESOP Annual Congress.
2	Wang, Y., Vichnevetskaia, A., Manley, A., Moro, S., Ramos, R. F. & Chung, H.-C. (2024). How Do International Social Media Users Perceive Chinese Cities? The Case Study of Suzhou, China's Heritage City Destination. Changing Cities 2024 Conference.
3	Wang, Y., Manley, A., Ramos, R. F. & Moro, S. (2024). Destination Image of Chinese Cities through the Lens of International Social Media Users: A Case Study of Suzhou Historic City on YouTube. AESOP Annual Congress.
4	Quezado, T., Quezado, W., Fortes, N. & Ramos, R. F. (2021). Responsabilidade social corporativa e marketing: uma análise bibliométrica e de visualização da literatura entre os anos de 1994 e 2020. IX Encontro de Marketing da ANPAD – EMA 2021. - N.º de citações Google Scholar: 1
5	Ramos, R. F., Rita, P. & Moro, S. (2017). Internet user behavior change: Professionals' perspective. Sport Management Association for Australia & New Zealand.
6	Ramos, R. F., Rita, P. & Moro, S. (2017). Internet user behavior change: Scholar perspective. North American Society for Sport Management.
7	Ramos, R. F., Rita, P. & Moro, S. (2016). Internet user behavior change –an evaluation under three dimensions: scholars, professionals, and users. EDAMBA Summer Research Academy 2016.
8	Ramos, R. F., Mascarenhas, M., Biscaia, R. & Pereira, E. (2015). Online sport consumption: Influence of consumers' motivations and concerns on their actual behavior and future purchase intentions. European Association of Sport Management. - N.º de citações Google Scholar: 1

Prémios

EDAMBA Ph. D. Thesis Competition 2020 (2020)