

Aviso: [2024-07-22 12:20] 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 - 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® | 202 |
| Scopus | 263 |

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

| | |
|---|---|
| 1 | Lima, D., Ramos, R. F. & Oliveira, P. M. (N/A). Customer satisfaction in the pet food subscription-based online |
|---|---|

| | |
|----|---|
| | <p>services. Electronic Commerce Research. N/A</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 2 |
| 2 | <p>Muneeb, F., Ramos, R. F., Wanke, P. & Lashari, F. (N/A). Sustainable strategies for hyper-local restaurants: A multi-criteria decision-making approach. FIIB Business Review. N/A</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 3 |
| 3 | <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 2 |
| 4 | <p>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</p> |
| 5 | <p>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</p> |
| 6 | <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 3 |
| 7 | <p>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</p> |
| 8 | <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 2 |
| 9 | <p>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.</p> |
| 10 | <p>Ramos, R., Rita, P. & Moro, S. (2023). Are social media and mobile applications threatening retail websites?. International Journal of Internet Marketing and Advertising. 18 (1), 58-81</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 4 - N.º de citações Google Scholar: 3 |
| 11 | <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. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship. 25 (1), 83-102</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Google Scholar: 4 |
| 12 | <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. Leisure Studies. 42 (5), 693-708</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 |

| | |
|----|--|
| 13 | <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: 7 |
| 14 | <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®: 7 - N.º de citações Scopus: 10 - N.º de citações Google Scholar: 13 |
| 15 | <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®: 26 - N.º de citações Scopus: 27 - N.º de citações Google Scholar: 50 |
| 16 | <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®: 23 - N.º de citações Scopus: 27 - N.º de citações Google Scholar: 59 |
| 17 | <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®: 9 - N.º de citações Scopus: 16 - N.º de citações Google Scholar: 27 |
| 18 | <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®: 14 - N.º de citações Scopus: 31 - N.º de citações Google Scholar: 43 |
| 19 | <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®: 9 - N.º de citações Scopus: 12 - N.º de citações Google Scholar: 15 |
| 20 | <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®: 11 - N.º de citações Scopus: 17 - N.º de citações Google Scholar: 30 |
| 21 | <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®: 4 - N.º de citações Scopus: 4 - N.º de citações Google Scholar: 7 |

| | |
|----|---|
| 22 | 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) - N.º de citações Web of Science®: 16 - N.º de citações Scopus: 18 - N.º de citações Google Scholar: 29 |
| 23 | 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 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 2 |
| 24 | 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 - N.º de citações Web of Science®: 26 - N.º de citações Scopus: 23 - N.º de citações Google Scholar: 82 |
| 25 | Leandro, C., Ramos, R. & Moro, S. (2019). Anticipating the duration of public administration employees' future absences. <i>Public Administration Issues</i> . 6, 23-40 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 1 |
| 26 | 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 - N.º de citações Web of Science®: 35 - N.º de citações Scopus: 39 - N.º de citações Google Scholar: 64 |

- Artigo de revisão

| | |
|---|--|
| 1 | 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 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 6 |
|---|--|

• 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. <i>AESOP Annual Congress</i> . |
| 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. <i>Changing Cities 2024 Conference</i> . |
| 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. <i>AESOP Annual Congress</i> . |

| | |
|---|--|
| 4 | <p>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.</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 1</p> |
| 5 | <p>Ramos, R. F., Rita, P. & Moro, S. (2017). Internet user behavior change: Professionals' perspective. Sport Management Association for Australia & New Zealand.</p> |
| 6 | <p>Ramos, R. F., Rita, P. & Moro, S. (2017). Internet user behavior change: Scholar perspective. North American Society for Sport Management.</p> |
| 7 | <p>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.</p> |
| 8 | <p>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.</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 1</p> |

Prémios

EDAMBA Ph. D. Thesis Competition 2020 (2020)