

Newsletter
#35

22 JANEIRO 2021



ISEG Lisbon School
Economics &
Management

U LISBOA UNIVERSIDADE
DE LISBOA

Uma Universidade que "faz escola", faz-se de pensamento livre e inovador, plural, da Economia à Gestão, com debate informado e com uma profunda e genuína preocupação com a contextualização social das grandes decisões individuais, empresariais e políticas.

Desde 1911, fazemos líderes de opinião que movem o país e o mundo. Aqui estamos, de novo!



Clara Raposo
Presidente do ISEG

*"Turn and face the strange
Ch-ch-changes
There's gonna have to be a different man
(...) Ah, changes are taking the pace I'm goin' through"*
- **David Bowie**

"Mudança.

Ela começa quando nascemos. Luz, barulho, desconforto.

A mudança permite-nos crescer. Passamos a vida a lidar com a mudança e, normalmente, a única coisa que sentimos é o medo do desconhecido. É o medo de tentar, de levantar voo, de cair. Esse é provavelmente o motivo para sermos, quase instintivamente, avessos à mudança. Raramente paramos para avaliar, mas a mudança é também o maior motor para a criatividade. Ela é responsável por induzir a adaptação e, se bem aproveitada, pode ser o maior incentivo para a evolução nas nossas vidas e nas organizações a que pertencemos.

Pessoalmente, uma das razões que me entusiasma neste desafio de liderar o marketing do ISEG, foi a possibilidade de trabalhar esta pedra preciosa a necessitar de voltar a revelar o seu brilho e poder dar nova vida a uma grande marca a precisar de mudança.

É certo que falar sobre marketing é sempre subjetivo, pois assenta nas perceções que cada um de nós tem sobre um determinado produto, serviço, ou mesmo uma escola! Mas no trabalho que desenvolvemos durante meses, que começou pelo diagnóstico e reflexão estratégica envolvendo dezenas de *stakeholders* internos e externos, incluindo professores, Alumni, alunos do ISEG e de outras faculdades de economia e gestão, ficou patente a necessidade de mudança e os desafios que a escola tem perante si.



Jorge Borges
Diretor de Marketing e Relações Externas

Aqui chegados, no ano em que celebramos 110 anos ao serviço do ensino e do conhecimento, iremos apresentar uma nova identidade de marca do ISEG.

A nova identidade estará patente em toda a comunicação online e offline do ISEG, bem como na sinalética do campus e pretende refletir e reforçar o posicionamento de uma instituição que sempre promoveu a procura por novos horizontes, a diversidade, a pluralidade, a vanguarda de pensamento e a inovação.

Alguns dirão que a mudança de identidade visual não implica ou provoca a transformação da organização ou das pessoas. Eu, na minha humilde posição, entendo que o ISEG está em permanente mudança, a fervilhar inovação e conhecimento, só que isso nem sempre transparece ou é percecionado. É esse o desafio do marketing: ser propulsor da transformação; ser um sinal, para o interior e para o exterior, da nossa vontade de mudar, de ser e fazer diferente.

Senhoras e senhores passageiros, apertem os cintos e preparem-se para descolar. A mudança está prestes a acontecer. Outra vez".

Nesta edição da Newsletter damos destaque à apresentação das Pós-Graduações em formato *Blended Learning* do ISEG Executive Education, assim como às novidades de research, dos nossos alunos e alumni. E está em alta a presença ISEG nos media.

Neste número têm a palavra **Alexandre Abreu, António Ascensão Costa, António Garcia Pereira, Carlos Oliveira, Carolina Afonso, Clara Raposo, Fernanda Ihéu, Francisco Louçã, João Duque, João Ferreira do Amaral, Maria João Guedes, Ricardo Cabral, Rui Franco e Sandra Maximiano.**



Confinados a sério de novo?

>> **Maria João Guedes** é uma das especialistas em *Corporate Governance*, ouvidas pelo Jornal de Negócios sobre o novo ciclo na EDP.



ver mais >

>> **João Duque** comenta, no Jornal de Negócios, as políticas de reflexão levadas a cabo por governos e bancos centrais.



ver mais >

>> **Sandra Maximiano** comenta, no Expresso, as previsões da evolução do PIB no último trimestre, onde se destaca o Índice ISEG.



ver mais >

>> Opinião de **João Duque**, no Expresso, sobre a liberdade de escolha e as medidas económicas defendidas nos debates para as eleições presidenciais.



ver mais >

>> Opinião de **Ricardo Cabral**, no Público, sobre o acordo de investimento entre a União Europeia e a China.



ver mais >

>> **António da Ascensão Costa** comenta, no Jornal Económico, a estimativa para desempenho da economia no início de 2021.



ver mais >

>> Opinião de **Clara Raposo**, no Deans' Corner do Jornal de Negócios, sobre a situação pandémica no início de 2021.



ver mais >

>> **Carolina Afonso** comenta, no Jornal de Negócios, as características da geração Z.



ver mais >

>> No Expresso, **Francisco Louçã** analisa a campanha presidencial de André Ventura.



ver mais >

>> Opinião de **Carlos Oliveira**, na Marketeer, sobre os desafios do marketing pós-digital.



ver mais >

>> **João Duque** apresenta, no Jornal Económico, as suas perspetivas sobre o desempenho da economia pública e privada em 2021.



ver mais >

>> Opinião de **Alexandre Abreu** no Expresso, sobre o complexo turístico-imobiliário português.



ver mais >

>> Opinião de **Francisco Louçã** no Expresso, sobre a invasão do Capitólio e a situação política nos Estados Unidos da América.



[ver mais >](#)

>> **Fernanda Ilhéu** analisa, no China-Lusophone Brief, o acordo de investimento entre a União Europeia e a China.



[ver mais >](#)

>> **Rui Franco** em entrevista ao podcast marketing-business-to-business, explica porque vender no B2B não é uma arte, mas um processo.

[ver mais >](#)

>> Opinião de **António Garcia Pereira** sobre André Ventura.

[ver mais >](#)

>> **Clara Raposo**, na revista Human Resources, dá a sua perspetiva sobre os desafios para a gestão de pessoas em 2021.



[ver mais >](#)

>> Novo programa executivo de e-Commerce Management em destaque.



[ver mais >](#)

>> A publicação do European Journal of Management Studies passa a ser responsabilidade da Emerald, em destaque na revista Executive Digest.



[ver mais >](#)

>> **João Ferreira do Amaral** discute, na Rádio Observador, a atualidade económica.



[ver mais >](#)

ISEG Executive Education apresenta Pós-graduações em *Blended Learning*

Tendo em vista proporcionar uma experiência de grande qualidade e comodidade aos participantes nestas formações, o ISEG Executive Education apresenta um conjunto de Pós-Graduações em *Blended Learning*, um formato híbrido que alia sessões presenciais e online.

Trata-se de uma solução especialmente valiosa para todos os que residem longe de Lisboa ou não se podem deslocar regularmente ao ISEG. O formato perfeito no contexto atual.



As novidades de investigação no ISEG

CSG é um Consórcio de Investigação, na área das Ciências Sociais e Gestão, cujas novidades pode acompanhar semanalmente nas suas newsletters.



INVESTIGAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS & GESTÃO
RESEARCH IN SOCIAL SCIENCES & MANAGEMENT

Veja [aqui](#) a Newsletter #170.

[ver mais >](#)

António Afonso, João Tovar Jalles e José Alves, professores no ISEG, lançaram um *working paper* sobre "(Non-)Keynesian Effects of Fiscal Austerity: New Evidence from a Large Sample", disponível para consulta no EconPol.



António Afonso



João Tovar Jalles



José Alves

Usando uma amostra de 174 países, entre 1970 e 2018, os autores identificam o efeito keynesiano dos aumentos no consumo do governo sobre o consumo privado real *per capita*.

Leia [aqui](#) o working paper.

EconPol WORKING PAPER

2021

(Non-)Keynesian Effects of Fiscal Austerity: New Evidence from a Large Sample



Novidades dos nossos alunos

Fique a par das novidades da **Lisbon Investment Society (LIS)**, clube de finanças de estudantes do ISEG, que publica mensalmente artigos relacionados com a atualidade. A Newsletter #11 já está disponível. Consulte [aqui](#).

A LIS apresenta também o **Market Outlook 2021**, onde é analisado o futuro dos mercados e economia na Ásia, Setor da Energia, ESG, Europa, região da América Latina, Médio Oriente, Farma e Saúde, Setor da Tecnologia e EUA. Veja [aqui](#).



Alumni do ISEG em destaque

Entrevista a **Marina Franco**, alumna do Mestrado de Marketing no qual desenvolveu uma dissertação sobre os determinantes de compra de produtos biológicos em Portugal.



[ver mais >](#)



Vencedora do Prémio Jacques Delors, **Marta Rosado da Fonseca** acaba de ver a sua dissertação de mestrado em Economia e Políticas Públicas editada.

[ver mais >](#)



MARTA ROSADO DA FONSECA

Subsidiariedade como Instituição na Europa: dos pequenos passos ao futuro comum

PRÉMIO JACQUES DELORS 2020

NÃO SE ESQUEÇA DE VOTAR!



www.iseg.ulisboa.pt

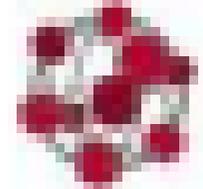


LISBON SCHOOL OF ECONOMICS & MANAGEMENT
UNIVERSIDADE DE LISBOA

RANKINGS:



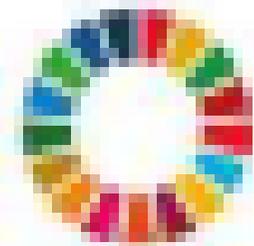
MEMBER:



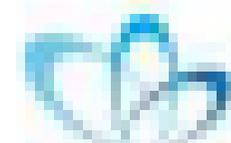
EFMD

PRIME

Principles for Responsible Management Education



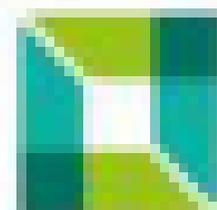
AMBA
ASSOCIATION
ACCREDITED
MANAGEMENT
BUSINESS SCHOOLS



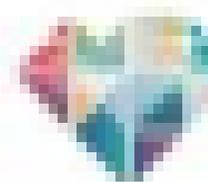
GRI

Global Reporting
Initiative

ACCREDITATIONS AND PARTNERSHIPS:



AACSB
ACCREDITED



ASSOCIATION
AMBA
ACCREDITED

A3ES

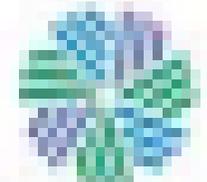
Association for
Advancement of
Academic
Administrators



RICS



PMI Project
Management
Institute



CFA Institute
University Affiliates
Program



Institute
and Faculty
of Actuaries