

ISCTE - INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

Edital n.º 1449/2024

Sumário: Recrutamento de dois professores auxiliares na área disciplinar de Marketing, do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral.

Torna-se público que, por meu despacho de dois de janeiro de 2023, se encontra aberto, pelo prazo de trinta dias úteis, a contar do dia imediato ao da publicação do presente Edital no *Diário da República*, concurso documental internacional de recrutamento, na modalidade de contrato de trabalho em funções públicas por tempo indeterminado, para dois (2) postos de trabalho para a categoria de Professor Auxiliar, na área disciplinar de Marketing do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

O concurso é aberto nos termos dos artigos 37.º a 51.º e 62.º-A do Estatuto da Carreira Docente Universitária, anexo ao Decreto-Lei n.º 205/2009, de 31 de agosto, e alterado pela Lei n.º 8/2010, de 13 de maio, adiante designado por ECDU, e demais legislação aplicável, designadamente do Regulamento de Recrutamento, Seleção e Contratação de Pessoal Docente de Carreira do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 193, de 4 de outubro de 2010, e esgota-se com o preenchimento dos postos de trabalho colocados a concurso.

A avaliação do período experimental é feita nos termos do Regulamento do Regime de Vinculação do Pessoal Docente do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa tendo em conta o estabelecido no Regulamento de Serviço dos Docentes do ISCTE-IUL e no Regulamento de Avaliação de Desempenho dos Docentes do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

I – Requisitos de admissão:

1 – Ser titular do grau de doutor em Gestão, com especialização em Marketing, ou em Marketing. Caso o doutoramento tenha sido conferido por instituição de ensino superior estrangeira, devem os candidatos comprovar o respetivo reconhecimento ou equivalência de grau.

2 – Possuir domínio de língua portuguesa e inglesa falada e escrita, a um nível que permita a lecionação nessas línguas.

II – Apresentação das candidaturas:

As candidaturas são submetidas no endereço <https://recrutamento.iscte-iul.pt/>

III – Local de trabalho:

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Av. Das Forças Armadas

1649-026 Lisboa, Portugal

IV – Instrução da candidatura:

A candidatura deve ser instruída com os seguintes documentos:

1 – Requerimento de admissão a candidatura dirigido à Reitora do ISCTE, de acordo com o formulário de utilização obrigatória, disponível em <https://recrutamento.iscte-iul.pt/>

2 – Documentos comprovativos da titularidade do grau de doutor. Os/As titulares do grau de doutor/a obtido no estrangeiro têm de apresentar além de documento(s) comprovativo(s) da obtenção do grau que mencione(m) explicitamente a área de conhecimento em que foi atribuído, comprovativo do seu reconhecimento ou equivalência por instituição portuguesa, devendo quaisquer formalidades aí estabelecidas estar cumpridas até à data do termo do prazo para a candidatura. Para mais informações consulte <https://www.dges.gov.pt/en/pagina/degree-and-diploma-recognition>

3 – *Curriculum vitae* do/a candidato/a, com a indicação das obras e trabalhos efetuados e publicados, bem como da atividade pedagógica desenvolvida. O/A candidato/a tem de assinalar 3 (três) trabalhos e/ou obras que considere mais representativos da atividade desenvolvida na área em que o concurso é aberto e indicar os artigos que considere responder ao critério de admissão em mérito absoluto indicando o respetivo ISSN. Esta seleção deve ser acompanhada de uma descrição justificativa sucinta em que o/a candidato/a explicita a sua contribuição para a área a concurso. O *curriculum vitae* dos/as candidatos/as deve ser organizado de acordo com os critérios de avaliação constantes no ponto VI deste edital.

4 – Versão eletrónica dos artigos publicados/aceites em revistas científicas mencionados no curriculum, nomeadamente identificando não só o seu número de citações (Clarivate Web of Science e/ou Scopus-Scimago), mas também a classificação (quartil) publicamente disponível em termos de fator de impacto da revista no ano de publicação (ou no ano anterior, caso esse ainda não esteja disponível), de acordo com a Clarivate Web of Science e/ou a Scopus-Scimago. Solicita-se, caso o candidato/a tenha, a indicação do identificador individual no ORCID, Scopus, e ResearchID, bem como a página individual no Google Scholar.

5 – Projeto científico-pedagógico referido no ponto VI.2.E do presente edital.

6 – Quaisquer outros elementos relevantes que ilustrem a sua aptidão para o exercício do cargo a prover, nomeadamente evidências da informação apresentada pelo candidato/a nos parâmetros A, B, C, e D do ponto VI.2 do presente edital.

7 – Os documentos que instruem a candidatura têm de ser apresentados em língua portuguesa ou inglesa. A não apresentação dos documentos exigidos nos termos do presente edital, a sua apresentação fora do prazo estipulado ou a apresentação de documento falso determina a exclusão do procedimento.

V – Critério de avaliação em mérito absoluto:

Encontrando-se as candidaturas devidamente instruídas de acordo com o exigido no presente edital, a admissão em mérito absoluto dos/as candidatos/as depende da posse de currículo global que o júri considere revestir mérito científico e pedagógico compatível com a área disciplinar de Marketing, em particular em domínios como marketing de turismo, marketing de serviços, marketing de comunicação, cumulativamente com a apresentação pelo/a candidato/a de, pelo menos, 2 (dois) artigos científicos publicados desde 2019 (inclusive), ou aceites definitivamente para publicação com número DOI (Digital Object Identifier) atribuído, na área em que o concurso é aberto, em revistas científicas indexadas na Web of Science e no Scopus, classificados no Quartil 1 ou 2 (do Scopus ou Web of Science) no respetivo ano de publicação ou de aceitação no caso de ainda não ter sido ainda atribuído um volume, e não incluídas em revistas listadas no Predatory Reports/Journals (<https://predatoryjournals.org/home>).

VI – Método seleção e critérios de avaliação:

1 – Aos candidatos aprovados em mérito absoluto será aplicado o método de seleção Avaliação Curricular de acordo com os critérios de avaliação definidos no ponto seguinte.

2 – Critérios de avaliação:

A ordenação dos/as candidatos/as ao concurso terá por fundamento o mérito pedagógico e científico dos/as candidatos/as na área de Marketing, nomeadamente em domínios como marketing de turismo, marketing de serviços, marketing de comunicação, tendo em consideração os seguintes parâmetros e respetivos pesos:

A – Mérito científico (40 %):

Na avaliação do mérito científico, ter-se-á em consideração os seguintes itens:

A-1) Publicação em revistas científicas de topo, prestígio e qualidade nas áreas para que é aberto o concurso (18 %). Entende-se por revistas de topo as revistas incluídas no FT 50 e de nível 4*, 4 na lista AJG. Entende-se por revistas de prestígio as revistas de nível 3 na lista AJG e por revistas de qualidade as de nível 2 na AJG e ainda aquelas indexadas na Scopus ou Web of Science no Quartil 1 ou 2 (e não

incluídas em revistas listadas no Predatory Reports/Journals (<https://predatoryjournals.org/home>). As publicações serão valorizadas em função do número e do seu nível de qualidade e adequação à área em que é aberto o concurso;

A-2) Outra produção científica (15 %) – artigos em revistas científicas internacionais, indexadas nas bases Scopus ou Web of Science, nos Quartis 3 e 4 (e não incluídas em revistas listadas no Predatory Reports/Journals (<https://predatoryjournals.org/home>); outras publicações nacionais e internacionais não enquadráveis na alínea A-1, incluindo livros e capítulos em livros (com ponderação de 2 para os indexados na Scopus ou Web of Science); participação ativa em congressos científicos (conferências, colóquios, congressos, seminários, jornadas, fóruns etc.) (com ponderação de 2 para os indexados na Scopus ou Web of Science) internacionais de referência nas áreas do marketing e afins; participação na organização de eventos científicos nacionais ou internacionais. Na avaliação deste parâmetro deve ser tida em consideração número e adequação à área em que é aberto o concurso;

A-3) Projetos científicos (2 %) – participação em projetos científicos, com financiamento nacional, internacional, público ou privado, bem como projetos não financiados. Na avaliação deste parâmetro deverá ser tida em consideração a quantidade, o grau de inserção do projeto (rede nacional ou internacional), o carácter competitivo do projeto em termos de financiamento, o contributo em termos de património e recursos para as estruturas de investigação e o tipo de envolvimento do investigador (coordenador ou participante);

A-4) Participação em avaliação científica e reconhecimento (5 %) – Participação em júris nacionais ou internacionais de provas académicas, participação em painéis nacionais ou internacionais de avaliação e consultoria científica de bolsas, projetos, investigadores ou unidades de investigação, participação em comissões de eventos científicos e colaboração ativa na edição, avaliação e revisão de publicações científicas nacionais ou internacionais. Na avaliação deste parâmetro deverão ser tidos em consideração o número, o papel desempenhado e diversidade das atividades, a qualidade das revistas e dos eventos científicos, particularmente para a área do marketing. É ainda considerado o impacto da investigação na comunidade científica, nomeadamente o número de citações por outros autores (Scopus).

B – Mérito pedagógico (35 %):

Na avaliação do mérito pedagógico ter-se-á em consideração os seguintes itens:

B-1) Atividade docente (33 %) – lecionação de unidades curriculares, desempenho pedagógico, envolvimento na gestão das unidades curriculares. Na avaliação deste parâmetro deverão ser tidas em consideração o número e diversidade das unidades curriculares lecionadas, mas tendo obrigatoriamente unidades curriculares de Licenciatura e/ou Mestrado que abordem, de forma explícita, na sua designação, temáticas de marketing, em particular em domínios como marketing de turismo, marketing de serviços, marketing de comunicação e a avaliação do desempenho pedagógico (com ponderação de 2 para cursos acreditados pela AACSB);

B-2) Orientação (2 %) – orientação de dissertações e teses e da excelência científica dos trabalhos supervisionados. Na avaliação deste parâmetro deverão ser tidas em consideração o número e diversidade das orientações, com consideração das já concluídas e das em curso (com ponderação de 2 para cursos acreditados pela AACSB).

C – Extensão universitária (3 %):

Na avaliação da participação em tarefas de extensão universitária ter-se-á em consideração: as prestações de serviços no âmbito da valorização económica e social do conhecimento; os programas de formação contínua, de intercâmbio de experiências, cursos e seminários destinados à divulgação de conhecimentos; outras atividades relevantes, designadamente serviço à comunidade no âmbito da organização, interligação entre universidade e outras instituições, serviço de cooperação e consultadoria a outras instituições.

D – Gestão académica (2 %):

Na avaliação da participação em órgãos universitários ter-se-á em consideração a realização de atividades resultantes da participação em órgãos de gestão universitária e de unidades de investigação com avaliação internacional, incluindo coordenação de cursos e participação em comissões científicas,

promoção da instituição, comissões *ad hoc*, recrutamento de novos alunos e demais atividades para o regular funcionamento das instituições de ensino superior (com ponderação de 2 para cursos e escolas acreditadas pela AACSB).

E – Projeto de desenvolvimento científico e pedagógico (20 %) – Este projeto deverá evidenciar as áreas de interesse de investigação do/a candidato/a, as atuais publicações, bem como os seus planos de investigação para os próximos 5 anos e a forma como espera relacionar a atual e futura investigação com o desenvolvimento científico-pedagógico da área disciplinar de Marketing do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral do ISCTE.

Este projeto não pode exceder as 5000 palavras.

A avaliação do projeto científico-pedagógico terá em consideração os seguintes itens:

E-1) Alinhamento com área disciplinar de Marketing do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral do ISCTE (10 %);

E-2) Carácter inovador do projeto e a sua viabilidade (3 %);

E-3) Clareza e qualidade formal da exposição (7 %).

3 – Ordenação e metodologia de votação:

A deliberação é tomada por maioria absoluta, isto é, por metade mais um dos votos dos membros do júri presentes na reunião. Para o efeito, cada membro do júri apresenta um documento escrito, que deverá integrar a ata, no qual propõe a ordenação dos candidatos, devidamente fundamentada nos critérios de avaliação indicados no n.º 2, no qual classificou os candidatos na escala inteira de 0 a 100 em cada indicador de avaliação. Nas várias votações, cada membro do júri deve respeitar a ordenação que apresentou, não sendo permitidas abstenções. A primeira votação destina-se a determinar o candidato a colocar em primeiro lugar. No caso de um candidato obter mais de metade dos votos dos membros do júri presentes na reunião, fica desde logo colocado em primeiro lugar. Caso tal não se verifique, repete-se a votação depois de retirado o candidato menos votado na primeira votação. Se, nas diferentes rondas, se verificar empate entre dois ou mais candidatos na posição de menos votado, procede-se a uma votação sobre eles para desempatar. Para esta votação os membros do júri votam no candidato que está mais alto na sua seriação e o candidato com menos votos é eliminado. Se, ainda assim o empate persistir, o presidente do júri desempata, solicitando a cada elemento do júri a votação sobre eles utilizando a ordenação com base somente no critério “mérito científico” (para cada candidato empatado, a classificação obtida no critério “mérito científico” resulta do cálculo da média das classificações atribuídas nesse critério por cada um dos membros do júri).

4 – Audições Públicas:

4.1 – O júri delibera sobre a necessidade de proceder à realização de audições públicas dos/as candidatos/as admitidos/as, em mérito absoluto as quais, a realizarem-se, obedecem ao preceituado nos artigos 8.º, n.º 2 e 20 do Regulamento de Recrutamento, Seleção e Contratação do Pessoal Docente de Carreira do ISCTE-IUL.

4.2 – A ter lugar, a audição pública ocorrerá em momento prévio à realização da reunião do júri destinadas à ordenação dos candidatos admitidos em mérito absoluto e visa a obtenção de esclarecimentos ou a explicitação de elementos constantes nos respetivos processos de candidatura.

4.3 – A audição pública de cada candidato tem a duração máxima de 20 minutos. Compete ao Presidente do júri conduzir a audição, sem prejuízo de, por decisão sua, poder haver interação dos demais elementos do júri com o candidato.

4.4 – A audição decorre em língua portuguesa e inglesa.

4.5 – A audição pública decorre de forma presencial e/ou por teleconferência.

4.6 – Os candidatos são informados da data e local da audição pública, por mensagem de correio eletrónico para o endereço facultado no processo de candidatura, com uma antecedência de, no mínimo, 5 dias úteis.

4.7 – A não comparência à audição pública na hora e local previamente marcados é motivo de exclusão do concurso.

VII – Constituição do Júri:

O júri é presidido, por delegação da Reitora, pela Professora Doutora Sandra Maria Correia Loureiro, Professora Catedrática do ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa e constituído pelos seguintes professores:

Doutora Helena Maria Batista Alves, Professora Catedrática da Universidade da Beira Interior;

Doutor Carlos Henrique Figueiredo e Melo de Brito, Professor Associado com agregação da Faculdade de Economia da Universidade do Porto;

Doutor Arnaldo Fernandes de Matos Coelho, Professor Associado da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra;

Doutor José Carlos Martins Rodrigues Pinho, Professor Associado da Universidade do Minho;

Doutora Ana Filipa da Rocha de Castro e Côrte-Real, Professora Associada da Universidade Católica do Porto.

VIII – Comunicação e consulta:

Das listas de candidatos admitidos e excluídos bem como da lista de classificação final e ordenação dos candidatos será dado conhecimento aos interessados mediante notificação através de endereço eletrónico. O processo de concurso poderá ser consultado pelos candidatos na Unidade de Recursos Humanos, nos termos indicados na notificação referida no ponto anterior.

IX – Igualdade de oportunidades:

Em cumprimento da alínea h) do artigo 9.º da Constituição, o ISCTE, enquanto entidade empregadora, promove uma política de igualdade de oportunidades no acesso ao emprego e na progressão profissional, providenciando escrupulosamente no sentido de evitar toda e qualquer forma de discriminação.

5 de agosto de 2024. – A Reitora, Maria de Lurdes Rodrigues.

318156501