Aviso: [2024-05-02 09:19] 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.

Mónica Mendes Ferreira

Professora Auxiliar Convidada
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

Investigadora Associada
BRU-Iscte - Business Research Unit (IBS)
[Grupo de Marketing]

Contactos

E-mail	Monica.Ferreira@iscte-iul.pt
Telefone	217650471 (Ext: 279426)

Currículo

Mónica Mendes Ferreira é Professora Auxiliar Convidada no ISCTE Business School e investigadora na BRU. Trabalha na área das ciências sociais, destacando-se a Economia e a Gestão. A sua formação académica é interdisciplinar, combinando uma licenciatura em Marketing e Comunicação, uma Pós-Graduação em Comportamento Organizacional e Gestão e um Doutoramento em Gestão na especialidade de marketing. Publicou artigos científicos em revistas de topo com 3 colaboradores em coautoria, capítulos de livros e atas em conferências. Tem uma vasta experiência de ensino, desde licenciaturas em Marketing e Gestão até Mestrados e Pós-Graduações e em Educação Executiva. A nível profissional, mais de 20 anos de experiência em diferentes setores como FMCG, Mass Media, Agências de Publicidade, Associações e Consultoria. Os seus interesses de investigação incluem comportamento do consumidor, marketing digital, redes sociais, branding, comunicação, marketing turístico e as ligações entre marketing e VR, AR e IA.

Áreas de Investigação

Marketing Management, Brand Management and Communication, Digital Mkt, Consumer Behaviour, VR, AI, AR, Tourism

Gaming

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Doutoramento	Management - Specialization in Marketing	2021
ISPA, Instituto Superior de Psicologia Aplicada	Pós-graduação	Comportamento Organizacional e Gestão	2002
Instituto Politécnico de Lisboa - Escola Superior de Comunicação Social	Licenciatura	Publicidade e Marketing	1996
Instituto Politécnico de Lisboa - Escola Superior de Comunicação Social	Bacharelato	Publicidade e Marketing	1994

Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2023	Universidade Europeia	Portugal	
2022 - 2023	IADE	Portugal	
2005 - 2008	ISCTE - GIEM	Portugal	
1997 - 2001	ESCS	Portugal	
1997 - 1997	ISCTE	Portugal	

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2023/2024	2º	Ferramentas de Comunicação	Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial;	Sim
2023/2024	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2023/2024	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2022/2023	2º	Ferramentas de Comunicação	Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial;	Sim
2022/2023	2º	Marketing no Turismo	Outro em Programa Avançado em Gestão Estratégica do Turismo;	Sim
2022/2023	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim

2022/2023	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2022/2023	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação	Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial;	Sim
2021/2022	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2021/2022	1º	Gestão de Comunicação	Mestrado em Marketing;	Não
2021/2022	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação	Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial;	Sim
2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2020/2021	1º	Marketing 3.0	Curso de Pós Graduação em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo;	Sim
2020/2021	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2020/2021	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Gestão de Canais de Distribuição	Mestrado em Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Gestão do Marketing	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação	Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial;	Sim
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2019/2020	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2019/2020	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2019/2020	1º	Gestão de Canais de Distribuição	Mestrado em Marketing;	Sim

2018/2019	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Seminário de Especialização em Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2018/2019	2º	Ferramentas de Comunicação	Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial;	Sim
2018/2019	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2018/2019	2º	Gestão de Canais de Distribuição	Mestrado em Marketing;	Sim
2018/2019	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2018/2019	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2017/2018	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Seminário de Especialização em Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2017/2018	2º	Trade Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2017/2018	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2017/2018	2º	Gestão de Canais de Distribuição	Mestrado em Marketing;	Sim
2017/2018	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2017/2018	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2017/2018	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2016/2017	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Seminário de Especialização em Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2016/2017	2º	Trade Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2016/2017	2º	Gestão do Negócio	Curso de Especialização em Programa Avançado de Gestão e Liderança;	Sim
2016/2017	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não

2016/2017	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2016/2017	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2016/2017	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2016/2017	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2015/2016	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Seminário de Especialização em Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2015/2016	2º	Projeto de Gestão de Marketing 2		Sim
2015/2016	2º	Gestão do Negócio	Curso de Especialização em Programa Avançado de Gestão e Liderança;	Sim
2015/2016	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2015/2016	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2015/2016	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2015/2016	1º	Estratégia Digital	Curso de Especialização em Roche;	Não
2015/2016	1º	Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente		Sim
2015/2016	1º	Marketing Estratégico de Serviços Financeiros	Curso de Especialização em Programa de Desenvolvimento em Gestão e Liderança_CGD;	Sim
2015/2016	1º	Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente_ce	Curso de Especialização em Programa Pós Graduado para Gestores;	Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não

2015/2016	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2014/2015	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Beatriz Santos Ferreira	Galp: A New Intervention Field	--	Em curso	ISCTE-IUL
2	Tânia Cristina Spínola Aveiro	Qualidade de serviço percebida pelos clientes em hotelaria ? Estudo de caso: Hotel Dom Pedro Madeira	--	Em curso	ISCTE-IUL
3	Cristiano Nuno Ferreira Flor	MARKETING DIGITAL	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
4	Francisca Sousa Maia	A importância do storytelling no setor dos vinhos	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
5	Beatriz Cavaleira dos Santos Tavares Pinto	Retailtainment	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
6	Francisco Miguel Branco Leal Ferreira	A Portuguese Import Company - Brasil Case	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
7	João Silva Mendes Santiago	De uma terra de agricultores a um polo tecnológico: o projeto "Terceira Tech Island"	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

8	Raquel Pontes Ahrens Teixeira	Novas Tendências em Retalho: Uma aplicação em loja no setor do turismo	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
9	Francisco Miguel Branco Leal Ferreira	Analysis of possible differences in terms of restaurant experience among restaurant management, employees and customers	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Inês Filipa de Oliveira Alves	Análise dos Fatores Determinantes da Intenção de compra dos Millennials em Portugal: Versão Extendida da Teoria do Planned Behaviour.	Inglês	ISCTE-IUL	2023
2	Catarina Alexandra Marques Gonçalves	A Dança como ferramenta de Comunicação e o impacto no Bem-estar do Consumidor	Português	ISCTE-IUL	2023
3	Pedro Filipe Sobral Costa	Comportamento do Consumidor em e-Commerce	Inglês	ISCTE-IUL	2023
4	Joana Filipa Januário Lopes	A Influência da Realidade Aumentada no Processo de Decisão de Compra dos Consumidores de Moda Online	Português	ISCTE-IUL	2023
5	Mafalda Lousa Campos	Barreiras para as Mulheres na Indústria de Jogos	Inglês	ISCTE-IUL	2023
6	Ana Carolina dos Santos Silva	Impacto da Realidade Virtual na intenção de compra de produtos turísticos	Português	ISCTE-IUL	2023
7	Cristiano Nuno Ferreira Flor	Social Media Marketing enquanto estratégia de Brand Awareness: uma perspectiva da saúde privada em Portugal	Português	ISCTE-IUL	2022
8	Rita Neves Matos Relvas Marino	Experiência Sensorial: as cores e embalagens	Português	ISCTE-IUL	2022
9	Carlota Maria Estevão da Silva	Comportamento do consumidor no marketing sensorial: Psicologia das Cores	Português	ISCTE-IUL	2022
10	Nuno Miguel Pasadas Bexiga	O Impacto das Ferramentas de Comunicação no Customer Engagement da Indústria Hoteleira	Português	ISCTE-IUL	2022
11	Marta Alexandre Leão Gameiro Ferreira	O papel das estratégias de publicidade emocionais na adesão aos Eventos de Música	Inglês	ISCTE-IUL	2022
12	Maria Luís Branco Simões	Impacto dos Influenciadores Digitais no Comportamento do Consumidor: Os Macro e Micro Influenciadores no Instagram	Português	ISCTE-IUL	2022

13	Sara Luísa Meijer Loja	A influência dos media na sociedade do século 21: Revisão de uma análise criminológica global	Inglês	ISCTE-IUL	2022
14	Catarina Almeida Marques	A Fidelização de Clientes através da Gamification: Caso MB Way	Inglês	ISCTE-IUL	2022
15	Bernardo Nunes Brito da Mana	Ferramentas de Comunicação em Organizações Humanitárias	Inglês	ISCTE-IUL	2022
16	Ricardo Xavier Souto Ferreira da Silva	Os efeitos de pilotos de Fórmula 1 em relacionamento de fãs	Inglês	ISCTE-IUL	2022
17	Beatriz Cavaleira dos Santos Tavares Pinto	O Papel do Retailtainment nas Intenções Comportamentais da Geração Z nos Centros Comerciais	Inglês	ISCTE-IUL	2022
18	Francisco Serpa dos Santos Figueiredo	O Impacto da Ligação Cão-Humano nos Critérios de Seleção de Comida de Cão	Inglês	ISCTE-IUL	2022
19	João Paulo Casimiro da Costa Amaral Rato	O que o faz ver e não jogá-lo? A Evolução de Gaming Streaming e os Fatores Motivacionais relativos a Audiência	Inglês	ISCTE-IUL	2022
20	Ricardo Marques Morgado Costa Reis	A relação entre o masstige marketing e a brand equity entre gerações num contexto de mudança na indústria relojoeira	Português	ISCTE-IUL	2021
21	Luís Carlos Carvalho Carapinha	Comunicar na altamente regulamentada indústria do tabaco: O caso da Philip Morris	Inglês	ISCTE-IUL	2021
22	Joana Seabra de Azevedo Lima	As perceções dos recrutadores Portugueses sobre os conteúdos online, durante o recrutamento, e o impacto destas nas suas decisões de contratação	Inglês	ISCTE-IUL	2021
23	Inês Sofia Galhardas Pinto Gonçalves	Caso Pedagógico da Federação Portuguesa de Futebol - O impacto da expansão de negócio do Canal 11	Inglês	ISCTE-IUL	2021
24	Pedro Miguel Bicho Fadista	O Panorama desportivo nos Media - Investigação das Interações Parassociais, Comportamentos e do impacto causado pela ausência do desporto pelo confinamento.	Inglês	ISCTE-IUL	2021
25	Jéssica Nazarina Miguel Cahete	Bancos tradicionais na era digital. Conseguem adaptar-se as mudanças de comportamento dos consumidores? Perceção dos Millennials no mercado Português	Inglês	ISCTE-IUL	2021

26	Raquel Pontes Ahrens Teixeira	O USO DE CO-CRIAÇÃO NO CAMPISMO E O SEU RELACIONAMENTO COM O ENVOLVIMENTO DO CLIENTE	Inglês	ISCTE-IUL	2021
27	João Carlos Porfírio Modesto	Plano de Marketing e Comunicação - TREE Real Estate Experience	Inglês	ISCTE-IUL	2021
28	Miguel Matos Delgado	O Impacto da Tecnologia no processo de tomada de decisão de um destino turístico	Inglês	ISCTE-IUL	2021
29	Leonor David de Paiva Gardete Correia	Celebrity Endorsement com artistas de música: O caso de estudo da Fruut e Universal Music Portugal.	Inglês	ISCTE-IUL	2021
30	Fábio Miguel Iglésias Braga	A influência e o impacto da Inteligência Artificial no processo de Tomada de Decisão do consumidor: Comparação entre Geração X e Millennials	Inglês	ISCTE-IUL	2021
31	Tiago Miguel Gago Esteves Cabrita	O Impacto da Interação Online nas Dimensões da Brand Equity no Setor da Hospitalidade.	Inglês	ISCTE-IUL	2021
32	João Eduardo Seixas Carlos da Silva Paulo	A Importância das Pesquisas Online na Segmentação Estratégica de um Destino: O Caso Madeira	Português	ISCTE-IUL	2021
33	Júlia Maria Simões Grácio	O impacto do marketing por influência na equidade da marca: As percepções da Geração Y e Geração Z	Inglês	ISCTE-IUL	2021
34	Patrícia Paixão Diniz	Fatores que influenciam a Intenção de Compra de Luxo: Comparação entre asGerações X e Y	Português	ISCTE-IUL	2021
35	Bruno Rogério Neves Loureiro	O Impacto dos Serviços de Streaming e de Video-on-Demand na Indústria da Exibição de Cinema: Uma Abordagem Experiencial	Inglês	ISCTE-IUL	2019
36	Tiago Marques Prata	De que forma a qualidade do serviço afeta a satisfação dos jogadores de casino	Inglês	ISCTE-IUL	2019
37	João Tavares Fernando	O papel da lealdade na criação de brand equity em marca branca	Inglês	ISCTE-IUL	2019
38	Raquel da Fonte Barata da Silva	Co-creação de Experiência de Turismo e Tecnologia como conceitos-chave (ferramentas-chave) para a inovação e a criação de valor	Inglês	ISCTE-IUL	2019
39	Gonçalo Filipe Monteiro Grade	Marketing Multi Nível e o impacto no vínculo nos distribuidores dos factores de (in)sucesso - abordagem para medir o vínculo	Inglês	ISCTE-IUL	2019

40	Manuel Maria Mourinha Caeiro Ramalho	Como Pode o Investimento na Marca de Distribuidor Afectar o Consumidor? O Caso de Estudo da Leroy Merlin	Inglês	ISCTE-IUL	2019
41	Márcia Filipa Martins Botelho	O Impacto dos Influencers na Intenção de Compra: A Indústria da Cosmética	Inglês	ISCTE-IUL	2019
42	Fábia Patrícia Fidalgo Fino	Realidade Virtual e Inteligência Artificial aplicadas à Experiência do Consumidor: Uma Abordagem Baseada em Cenários	Inglês	ISCTE-IUL	2018
43	Huang Shunying	Análise geracional dos comportamentos dos turistas: Estudo do turista Chinês	Inglês	ISCTE-IUL	2018
44	Rita Martinho Rosa	Atitude e Intenção para utilizar Carsharing em Portugal: utilizadores e não-utilizadores	Inglês	ISCTE-IUL	2018
45	Cláudia Sofia Outeiro Cipriano	Conseguirá a publicidade nativa e o conteúdo de marca no Instagram afectar os níveis do valor de marca?	Inglês	ISCTE-IUL	2018
46	Miguel Ângelo Martins	DOES ETHICS IN ADVERTISEMENT AFFECT CONSUMPTION AND BRAND LOYALTY IN THE PORTUGUESE BEER MARKET?MILLENNIALS VS GENERATION X PERCEPTION	Inglês	ISCTE-IUL	2018
47	Ana Mafalda Ricardo Morgado Costa	Zara's Case Study - The Strategy of the Fast Fashion Pioneer	Inglês	ISCTE-IUL	2017
48	Federico Cavalli	Food Marketing Guerrilla Version - Practical Case: Tritico, an italian bakery	Inglês	ISCTE-IUL	2017
49	Daniel Sousa Drumond	An Assessment of how Brand Awareness Influences Brand Recognition through Product Placement, Applied to the Automotive Industry and Computers	Inglês	ISCTE-IUL	2017
50	Sara Alexandra Gonçalves Rodrigues	Costumer Journey: A new approach for retailers	Inglês	ISCTE-IUL	2017
51	Inês Furtado Menezes	Contrast Between Youtubers and Traditional Celebrities: Impact in brand awareness, purchase intention and brand loyalty	Inglês	ISCTE-IUL	2017
52	Manon Marie Margaux Hallouin	The Impact of Brand Portfolio Management on the Identification Process of Sport Consumers	Inglês	ISCTE-IUL	2017
53	Sandra dos Santos Pires	Why Storytelling is the Future of Branding	Inglês	ISCTE-IUL	2016
54	Catarina Sofia Leonor Revez	The Blog as a New Tool of The Marketing Communication Mix	Inglês	ISCTE-IUL	2016

55	Inês Sofia Inácio Bom	The Impact of Youtube Recommendations on Consumer's Decision-Making Process	Inglês	ISCTE-IUL	2016
56	Beatriz Margarida Trindade Almiro de Menezes e Castro	The Role of Social Media Marketing in the Decision Making Process Affecting Portuguese Consumers Considering the Horeca Business Segment	Inglês	ISCTE-IUL	2016

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Maria Rosa Medeiros Toste	Plano de Marketing Digital para as Redes Sociais - Cross And Run	Português	ISCTE-IUL	2022
2	Mafalda Pereira Mendes Baptista da Costa	Plano de negócios inovador - CONCEITO BEM-ESTAR	Português	ISCTE-IUL	2021
3	Cláudia Filipa Ferreira Clara Mota da Silva	Parkaki - O teu lugar de estacionamento em Lisboa	Português	ISCTE-IUL	2021
4	João Silva Mendes Santiago	100 Anos do Sport Club Lusitânia: Um plano de comunicação para uma época centenária	Inglês	ISCTE-IUL	2021
5	Rita Figueiredo de Carvalheira Almeida	Plano de Comunicação do Rebranding da EDP Serviço Universal	Inglês	ISCTE-IUL	2021
6	Maria Mafalda de Brito Guerreiro Alves	Festivais de Música e Iniciativas Culturais como formas de revitalizar o interior de Portugal. O Caso de Estudo do Festival Bons Sons	Inglês	ISCTE-IUL	2021
7	Joana Rita Branco Santos	O Impacto dos Ecrãs Interactivos na Atmosfera de Loja - Um caso pedagógico da Leroy Merlin	Inglês	ISCTE-IUL	2021
8	Aline Nowacki	ESTUDO DE CASO SOBRE O ENGAGEMENT DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NA ING, LUXEMBURGO	Inglês	ISCTE-IUL	2018
9	Inês Conde Rodrigues Coutinho Marques	Bandida do Pomar - Como quebrar as regras através da comunicação	Inglês	ISCTE-IUL	2018
10	Ricardo Filipe Samora Tavares	Projeto Empresarial: Inovação Corporativa numa empresa postal nacional com quase 500 anos	Inglês	ISCTE-IUL	2018
11	David José do Carmo Chalbert Cardeira Gonçalinho	Raising your Arms Towards Branding: How Narta Founds ints Place in a Mature Market	Inglês	ISCTE-IUL	2017
12	Rebeca Oram Soares Filipe de Assunção	Caso Leroy Merlin - Fidelização de Clientes	Português	ISCTE-IUL	2017

13	Joana Cardoso Fava Reis Pereira	Developling a Communication Strategy to enter the Mariculture Market	Inglês	ISCTE-IUL	2017
14	Ana Margarida Costa Barroca da Graça	Marketing Plan: Sentir Aveiro	Português	ISCTE-IUL	2017
15	Bernardo da Cruz Medeiros Francisco	Crisis Communication Management: Macdonald´s case study	Inglês	ISCTE-IUL	2016
16	Joana Marta de Jesus Fernandes Pereira	Marketing Plan for Produto da Madeira: Stakeholders approach for place branding strategies	Inglês	ISCTE-IUL	2016
17	Gaurav Kumar Gadiraju	Impact of Social Media In Sports Marketing	Inglês	ISCTE-IUL	2016
18	Mafalda Crespo Nunes de Abreu	Implementação de uma Estratégia de Comunicação na Marca Paladar Pronto	Português	ISCTE-IUL	2016

Total de Citações

Web of Science®	2
Scopus	12

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Loureiro, S. M. C., Sarmento, E. M., Vinagre, F. & Ferreira, M. M. (N/A). Human branding: From attachment strength to loyalty. Journal of Marketing Communications. N/A
2	Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H., Ashfaq, M. & Loureiro, S. M. C. (2023). Tourist-virtual assistant communication: the power of self-connection and prominence. Anatolia. 34 (4), 566-578 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2
3	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2022). You are only mine: engage with voice assistant while find destinations and accommodations. Journal of Promotion Management. 28 (2), 189-204 - N.º de citações Scopus: 10 - N.º de citações Google Scholar: 9

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H. & Loureiro, S. M. C. (2020). Communication tools in the customer's journey: Application to the tourism sector. In Sandra Maria Correia Loureiro, Hans Ruediger Kaufmann (Ed.), Exploring the power of electronic word-of-mouth in the services industry. (pp. 288-316). Hershey: IGI Global. - N.º de citações Google Scholar: 1

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Loureiro, S. M. C., Ferreira, M. M., Bilro, R. G. & Marques, L. (2023). How artificial intelligence tools influence customer experience and avoidance of similarity. In Rust, R. T., Peres, R., Robinson, L., Nishio, C., and Garrett, T. (Ed.), 2023 Global Marketing Conference at Seoul: Marketing and management transformation in the challenging digital environment. (pp. 646-649). Seoul, Republic of Korea: Global Alliance of Marketing and Management Associations.
2	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2021). Virtual reality and artificial intelligence: Co-creation process between consumers and firms in an area of smart cities. In M. Claudia tom Dieck, Timothy H. Jung, Sandra M. C. Loureiro (Ed.), Augmented reality and virtual reality: New trends in immersive technology, Conference Proceedings. (pp. 239-250).: Springer. - N.º de citações Google Scholar: 1
3	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). The role of virtual reality and artificial intelligence in marketing relationship communications. In 2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings. (pp. 981-983). Seoul: Global Alliance of Marketing and Management Associations.

- Comunicação em evento científico

1	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Bilro, R.G. (2023). A memorable experience in the metaverse led to a desire to revisit: the moderate role of Kama Muta, arousal and dominance. 8th International XR-Metaverse Conference .
2	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Bilro, R.G. (2023). How artificial intelligence tools influence customer experience and avoidance of similarity. Global Marketing Conference - GAMMA .
3	Ferreira, Mónica Mendes (2020). Virtual reality and artificial intelligence: co-creation process between consumers and firms in an area of smart cities. 6th International AR VR Conference: Augmented Reality and Virtual Reality - New trends in immersive technology.
4	Ferreira, Mónica Mendes & Loureiro, Sandra Maria Correia (2020). The role of virtual reality and artificial intelligence in marketing relationship communications. Global Marketing Conference - GAMMA .

• Outras Publicações

- Tese de Doutoramento

1	Ferreira, Mónica Mendes (2022). Human-artificial intelligence engagement exploring the perspectives of users and tourism managers.

Prémios

Melhor Professor in PG Top Management Hospitality and Tourism 2017 (2017)
Melhor Professor in PG Top Management Hospitality and Tourism (2016)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão organizadora de evento científico	7ª Conferência Internacional XR	Iscte; Manchester Metropolitan University	2022
Membro de comissão organizadora de evento científico	Realidade Virtual e Realidade Aumentada - implicações para a gestão	Euram	--

Actividades de Difusão

Tipo de Actividade	Título do Evento	Descrição da Actividade	Ano
Comunicação/Conferência em encontro público de difusão para a sociedade	A transformação digital nos processos de atração, recrutamento e retenção	Oradora nas Jornadas do curso de Gestão de Recursos Humanos na Universidade Lusófona	2023
Publicação de difusão geral para a sociedade (periódicos generalista, jornais, etc.)	Taxa rosa. Porque é que comprar produtos para mulher é mais caro do que para homem?	CNN Portugal opinião	2022
Publicação de difusão geral para a sociedade (periódicos generalista, jornais, etc.)	O peso do consumidor na guerra das marcas contra o invasor	O tema do artigo é uma análise de como as grandes marcas estão a reagir à guerra na Ucrânia. Tendo em conta a importância de as marcas terem uma agenda que fala de valores, causas e ativismo, é relevante avaliar a posição que as marcas tomam perante esta guerra.	2022
Participação em programa de televisão de difusão geral para a sociedade	É uma guerra das marcas contra a Rússia	Participação no telejornal da RTP3	2022
Coordenação de evento de difusão do conhecimento	As marcas são dos consumidores	CNN Portugal - comentário sobre a resposta das marcas sobre o conflito entre a Rússia e a Ucrânia	2022
Publicação de difusão geral para a sociedade (periódicos generalista, jornais, etc.)	O peso do consumidor na guerra das marcas contra o invasor	APAN on view - Artigo de opinião	2022
Publicação de difusão geral para a sociedade (periódicos generalista, jornais, etc.)	É uma guerra das marcas contra a Rússia.	Programa na Rádio Observador: "É uma guerra das marcas contra a Rússia" Empresas cortam ligações com a Rússia. Mónica Mendes Ferreira aponta a "responsabilidade de mexer a ordem pública".	2022
Comunicação/Conferência em encontro público de difusão para a sociedade	Transformação digital em museus: Impactos na experiência do visitante e no alcance da marca.	Oradora na conferência do projecto Musseum da Universidade Lusófona com o tema Marketing Estratégico no Turismo Cultural	2019