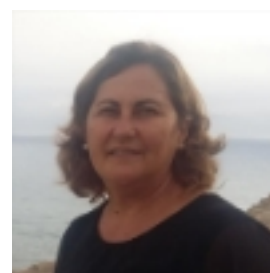


Aviso: [2025-01-06 22:23] este documento é uma impressão do portal Ciência-IUL e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência-IUL nessa data.

Ana Comporta

Professora Associada Convidada

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)



Contactos

E-mail

Ana_Comporta@iscte-iul.pt

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Doutoramento	PhD Gestão (Especialidade Marketing)	2015
ISCTE Business School	Pós-graduação	Marketing Management	2004
Instituto Superior de Novas Profissões	Licenciatura	Relações Públicas e Publicidade	1987

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2024/2025	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão;	Não
2023/2024	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão;	Não
2022/2023	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Não

2021/2022	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Não
2020/2021	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Não
2019/2020	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão;	Não
2019/2020	1º	Gestão do Marketing		Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Mariana Tomé de Sousa Carvalho Ferreira	A influência do Marketing Mix Verde no Comportamento Sustentável da Gen Z - a participação em festivais	--	Entregue	ISCTE-IUL

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Luís Miguel Garcia Carreto	O impacto da Employer Branding no processo de tomada de decisão dos candidatos a emprego pela primeira vez: Uma análise compreensiva	--	ISCTE-IUL	2024
2	Maria Carta Gaudich	O Impacto da Realidade Aumentada nas Marcas de Cosmética: A influência das ferramentas de experimentação virtual no processo de decisão das mulheres portuguesas	--	ISCTE-IUL	2024
3	Maria Beatriz Valente de Almeida e Silva	O potencial da Inteligência Artificial aplicada ao Marketing na Indústria Hoteleira Portuguesa	--	ISCTE-IUL	2024
4	Manuel Camacho Vilhena Andrade	Impacto das estratégias de promoção nas vendas dos canais online e presencial: o caso da categoria de Hair Care	--	ISCTE-IUL	2024
5	Filipa Martins e Sousa	A Influência do TikTok na compra e perceção das marcas de produtos de maquilhagem dupes (duplicados) nas jovens portuguesas entre os 18 e 30 anos.	--	ISCTE-IUL	2024

6	Mónica Marques Martins Rodrigues	A Influência do "Coolness" de uma marca no Envolvimento da Marca em Redes Sociais de Marcas de Cerveja: Os papéis mediadores do Amor à Marca e da Atitude em relação à Marca	Inglês	ISCTE-IUL	2023
7	Mariana Couto Fernandes de Oliveira	A comunicação de marca contribui para a ligação entre a identidade e a imagem de marca? O caso Dove - Beleza Real	Inglês	ISCTE-IUL	2023
8	Matilde Amaral de Mesquita Pimentel	Marcas de Moda de Luxo: a personalidade da marca afeta o comportamento do consumidor	Inglês	ISCTE-IUL	2023
9	Elisa Chloé Marine Péralta	O impacto da digitalização nos pontos de venda na experiência de compra dos consumidores a exemplo das farmácias	Inglês	ISCTE-IUL	2022

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Rita Pina Fialho	Tendências de mercado emergentes como impulsionadoras de uma nova linha de produtos num negócio tradicional: Plano de Marketing de Blended Meat para a Montaraz	Inglês	ISCTE-IUL	2022
2	Diana Filipa da Costa Vieira Jordão	Internationalização de uma Marca de Luxo Digital: Caso de Estudo Josefina	Inglês	ISCTE-IUL	2019