

**Aviso:** [2026-02-06 19:02] este documento é uma impressão do portal Ciência\_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência\_Iscte nessa data.

## Ana Comporta

### Professora Associada Convidada

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)



### Contactos

|          |                            |
|----------|----------------------------|
| E-mail   | Ana_Comporta@iscste-iul.pt |
| Gabinete | D4.26                      |

### Qualificações Académicas

| Universidade/Instituição                | Tipo          | Curso                                | Período |
|---|---------------|--------------------------------------|---------|
| ISCTE-Instituto Universitário 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. |
|------------|------|----------------------------|--|--------|
| 2025/2026  | 2º   | Fundamentos de Marketing   | Licenciatura em Gestão;                  | Não    |
| 2025/2026  | 1º   | Orientação de Mestrado     | Curso Institucional em Escola de Gestão; | Não    |
| 2024/2025  | 1º   | Gestão do Marketing        |  | Não    |

|           |    |   |                                      |     |
|-----------|----|---|--------------------------------------|-----|
| 2023/2024 | 1º | Gestão do Marketing                       |                                      | 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                       |                                      | Não |
| 2019/2020 | 1º | Gestão do Marketing                       |                                      | Não |

## Orientações

### • Dissertações de Mestrado

- Em curso

|   | Nome do Estudante                          | Título/Tópico   | Língua | Estado   | Instituição |
|---|--|---|--------|----------|-------------|
| 1 | Maria Matilde Cunha da Fonseca Vaz Pereira | Influência da presença dos restaurantes nas redes sociais: percepção de valor e escolha do consumidor da Geração Z em Portugal            | --     | Em curso | Iscte       |
| 2 | Catarina Gomes Caçador                     | Inside Out: The Influence of Internal Marketing on Service Quality  | --     | Em curso | Iscte       |
| 3 | Diogo Theotónio Castêdo                    | Autenticidade e Confiança na Comunicação Mediada por IA: Mecanismos Emocionais de Engagement no Fandom Desportivo                         | --     | Em curso | Iscte       |
| 4 | Tomás Marques Martins                      | Aplicação de IA e Automação para Otimizar o Funil Digital de Vendas de Unidades RV: Um Projeto In-Company na Indie Campers                | --     | Em curso | Iscte       |
| 5 | Ana Sofia Santos Mares Gonçalves           | Avaliação da Eficácia das Respostas Empresariais a Crises de Contestação Pública sobre Questões Sociais em Diferentes Grupos de Audiência | --     | Em curso | Iscte       |
| 6 | Sara Alexandra Martins Cardoso             | Impacto da notoriedade dos influencers na percepção de coolness e no comportamento do consumidor em marcas de beleza                      | --     | Em curso | Iscte       |

|   |                                 |  |    |          |       |
|---|---------------------------------|--|----|----------|-------|
| 7 | Joana Margarida Pereira António | A influência do conteúdo gerado pelos utilizadores na intenção de visita a destinos de turismo rural em Portugal                 | -- | Em curso | Iscte |
| 8 | Carolina da Silva Nobre         | Previsão de tendências digitais e comportamento da Geração Z em relação à moda: uma análise comparativa com uma marca portuguesa | -- | Em curso | Iscte |
| 9 | Beatriz da Silva Bento          | Storytelling de Marca no Retalho Alimentar – O impacto emocional dos elementos narrativos no consumidor                          | -- | Em curso | Iscte |

**- Terminadas**

|   | <b>Nome do Estudante</b>                 | <b>Título/Tópico</b>   | <b>Língua</b> | <b>Instituição</b> | <b>Ano de Conclusão</b> |
|---|--|--|---------------|--------------------|-------------------------|
| 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   | Inglês        | Iscte              | 2024                    |
| 2 | Mariana Tomé de Sousa Carvalho Ferreira  | A influência do Marketing Mix Verde no Comportamento Sustentável da Gen Z - a participação em festivais  | Inglês        | Iscte              | 2024                    |
| 3 | 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             | Inglês        | Iscte              | 2024                    |
| 4 | Maria Beatriz Valente de Almeida e Silva | O potencial da Inteligência Artificial aplicada ao Marketing na Indústria Hoteleira Portuguesa   | Português     | Iscte              | 2024                    |
| 5 | Manuel Camacho Vilhena Andrade           | Impacto das estratégias de promoção nas vendas dos canais online e presencial: o caso da categoria de Hair Care  | Português     | Iscte              | 2024                    |
| 6 | Filipa Martins e Sousa                   | A Influência do TikTok na compra e percepção das marcas de produtos de maquilhagem dupes (duplicados) nas jovens portuguesas entre os 18 e 30 anos.                          | Português     | Iscte              | 2024                    |
| 7 | 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              | 2023                    |

|    |                                     |   |        |       |      |
|----|-------------------------------------|---|--------|-------|------|
| 8  | 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 | 2023 |
| 9  | Matilde Amaral de Mesquita Pimentel | Marcas de Moda de Luxo: a personalidade da marca afeta o comportamento do consumidor                              | Inglês | Iscte | 2023 |
| 10 | Elisa Chloé Marine Péralta          | O impacto da digitalização nos pontos de venda na experiência de compra dos consumidores a exemplo das farmácias  | Inglês | Iscte | 2022 |

## • Projetos Finais de Mestrado

### - Terminadas

|   | <b>Nome do Estudante</b>            | <b>Título/Tópico</b>  | <b>Língua</b> | <b>Instituição</b> | <b>Ano de Conclusão</b> |
|---|-------------------------------------|---|---------------|--------------------|-------------------------|
| 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              | 2022                    |
| 2 | Diana Filipa da Costa Vieira Jordão | Internationalização de uma Marca de Luxo Digital: Caso de Estudo Josefinas  | Inglês        | Iscte              | 2019                    |