Aviso: [2026-11-02 17:05] 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.

Filipa Rosado Pinto

Professora Auxiliar
BRU-Iscte - Business Research Unit
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)



Contactos

E-mail	Filipa.Rosado.Pinto@iscte-iul.pt
Gabinete	D4.20

Currículo

Filipa Rosado Pinto is an Assistant Professor (Professora Auxiliar) of the Department of Marketing, Operations and General Management at Iscte- Instituto Universitário de Lisboa. She was previously an Adjunct Assistant Professor at Nova SBE. Filipa obtained her PhD in Management (Marketing specialization) at Iscte, in 2022. She also holds an MBA from IE Business School and a bachelor's degree in management from NOVA SBE. Following ten years of experience in marketing, in multinational companies, from Fast Moving Consumer Goods and the Pharmaceutical Industry, she moved into Academia in 2016.
Filipa´s current research interests include -among others- consumer-brand relationships, brand management and services marketing. Her research has been published in international scientific journals, such as EuroMed Journal of Business, Journal of Promotion Management and International Journal of Hospitality Management. Her work has also been presented at reputable international scientific conferences such as EMAC - European Marketing Academy Conference, GAMMA-GMC (Global Marketing Conference) and EuroMed Academy of Business conference.

Áreas de Investigação

- Consumer-brand relationships
- Brand management
- Services Marketing

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Doutoramento	Management (Marketing specialization)	2022
IE Business School	Mestrado	Master in Business Administration (MBA)	2009
Nova SBE	Licenciatura	Management	2003

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2026/2027	2º	Estudos de Mercado		Sim
2026/2027	2º	Marketing Digital e E-Business		Sim
2026/2027	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2026/2027	1º	Marketing Digital e E-Business		Sim
2026/2027	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2026/2027	1º	Comunicação Integrada em Marketing		Sim
2025/2026	2º	Fundamentos de Marketing	Licenciatura em Gestão;	Não
2025/2026	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2025/2026	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não
2024/2025	2º	Gestão do Marketing		Não
2024/2025	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2024/2025	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não
2023/2024	2º	Gestão do Marketing		Não
2023/2024	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2022/2023	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Não

2022/2023	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2022/2023	1º	Gestão do Marketing		Não
2021/2022	2º	Gestão do Marketing		Não
2021/2022	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2021/2022	1º	Gestão do Marketing		Não
2020/2021	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	1º	Gestão do Marketing		Não
2019/2020	1º	Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	José Miguel Estevens Gaspar	Enhancing customer experience using gamification in the supermarket context	Inglês	Em curso	Iscte
2	Yuhan Dong	Reconstruindo a coolness das marcas: como as orientações culturais redefinem o conceito de «cool» nos mercados asiáticos	--	Em curso	Iscte
3	Ali Aleidan	Seamless Brand Experience Role Toward Love and Authenticity in Events and Festivals	Inglês	Em curso	Iscte

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Inês Minuça Santos	Quando a moda se move: o papel dos fashion films na comunicação das marcas de luxo	Inglês	Entregue	Iscte

2	Marta Lourenço de Oliveira	Compreender a experiência de fine dining: o papel das expectativas do consumidor, das motivações e da qualidade do serviço	Inglês	Entregue	Iscte
3	Maria Fernandes Faia Pinto Colarinha	Como diferem as atitudes das diferentes gerações em relação ao femvertising?	--	Em curso	Iscte
4	Inês dos Santos Bernardo	The relationship between fashion self-congruity and subjective well-being among Gen Z fashion consumers	--	Em curso	Iscte
5	Mariana Dias Balau	A Perceção de "Brand Coolness" dos Festivais de Música em Portugal	--	Em curso	Iscte
6	Maria Carolina Paixão Martins	O Impacto dos Vídeos 'Haul' de Moda do TikTok na Intenção de Compra da Geração Z	--	Em curso	Iscte
7	Rita Rafael Gonçalves	Recuperação de Serviço nos Cruzeiros: Uma Perspectiva da Gestão	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Maria Manuel Martins Costa Ferreira Pacheco	Práticas sustentáveis em hotéis upscale: o impacto nas intenções dos consumidores	Inglês	Iscte	2026
2	Liliana Elisabete Barata Dias	Explorando a relação entre o tipo de humor em memes e as dimensões de brand coolness	Inglês	Iscte	2025
3	Dominic Gabriel Dsouza	O papel do turismo gastronómico na identidade cultural e nas experiências dos clientes na hotelaria: a autenticidade e as tradições culinárias locais	Inglês	Iscte	2025
4	Esteban Andres Antelo	A qualidade do serviço e a experiência dos participantes no contexto de festivais de música.	Inglês	Iscte	2025
5	Maria Francisca de Carvalho Bastos Marques	Explorando a influência da sustentabilidade percebida na perceção de coolness da marca no mercado de beleza	Inglês	Iscte	2025
6	Mafalda Moreira de Melo e Faro	Autenticidade da marca: antecedentes e consequências no turismo heritage	Inglês	Iscte	2023

7	Amadeu José Vasconcelos Rodrigues Carvalho	As casas de Fado Portuguesas: o papel da experiência do consumidor, da qualidade do serviço e das intenções de consumo, na perspetiva dos profissionais do setor	Inglês	Iscte	2023
8	Carla Sofia Santos Jordão	Geração Z: sustentabilidade no consumo de moda de luxo	Inglês	Iscte	2023

Total de Citações

Web of Science®	172
Scopus	186

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Rosado-Pinto, F. & Loureiro, S. M. C. (2024). Authenticity: Shedding light on the branding context. EuroMed Journal of Business, 19(3), 544?570. https://doi.org/10.1108/EMJB-08-2021-0115 - N.º de citações Web of Science®: 12 - N.º de citações Scopus: 15 - N.º de citações Google Scholar: 24
2	Rosado-Pinto, F. & Loureiro, S. M. C. (2023). What an amazing experience! The role of authenticity and engagement in upscale hotels. International Journal of Hospitality Management, 114. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103573 - N.º de citações Web of Science®: 18 - N.º de citações Scopus: 16 - N.º de citações Google Scholar: 33
3	Rosado-Pinto, F. & Loureiro, S. M. C. (2020). The growing complexity of customer engagement: a systematic review. EuroMed Journal of Business, 15(2), 167?203. https://doi.org/10.1108/EMJB-10-2019-0126 - N.º de citações Web of Science®: 105 - N.º de citações Scopus: 114 - N.º de citações Google Scholar: 205
4	Rosado-Pinto, F., Loureiro, S. M. C. & Bilro, R.G. (2020). How brand authenticity and consumer brand engagement can be expressed in reviews: a text mining approach. Journal of Promotion Management, 26(4), 457?480. https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1719955 - N.º de citações Web of Science®: 37 - N.º de citações Scopus: 41 - N.º de citações Google Scholar: 82

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Rosado-Pinto, F. & Loureiro, S. M. C. (2026). Brand authenticity: conceptualization and future directions. In Lia Zarantonello,Daniela Andreini (Ed.), The Sage handbook of brand management. Sage. - N.º de citações Google Scholar: 1

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Gaspar, J. M, Loureiro, S. M. C. & Rosado-Pinto, F. (2025). Gamification enhances the customer engagement: A theoretical framework. In Demetris Vrontis, Yaakov Weber, Evangelos Tsoukatos (Ed.), 18th. Conference Book of Proceedings (pp. 1147?1149). Euromed Press.
2	Gaspar, J. M., Loureiro, S. M. C. & Rosado-Pinto, F. (2024). Mapping gamification in the consumption context: A systematic literature review. In Demetris Vrontis, Yaakov Weber, Evangelos Tsoukatos (Ed.), 17th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Conference Readings: Book Proceedings (pp. 1166?1168). EuroMed Press.
3	Rosado-Pinto, F. & Jordão, C. (2024). Sustainability and luxury fashion: Generation Z´s perspective. Global Fashion Management Conference, Proceedings (pp. 462?465). GAMMA. https://doi.org/10.15444/GFMC2024.05.07.02
4	Bilro, R. G., Loureiro, S. M. C., Rosado-Pinto, F. & Costa, I. (2020). The impact of influencer marketing and instagrammers on consumer purchase intentions and brand attitude. 2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings (pp. 478?479). Global Alliance of Marketing and Management Associations. https://doi.org/10.15444/GMC2020.04.06.01 - N.º de citações Google Scholar: 5
5	Rosado-Pinto, F., Loureiro, S. M. C. & Bilro, R.G. (2020). Tourist-hotel relationship: the role of customer experience and brand authenticity. 2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings (pp. 639?644). Global Alliance of Marketing and Management Associations. https://doi.org/10.15444/GMC2020.05.06.03 - N.º de citações Google Scholar: 2
6	Pinto, F. R. & Loureiro, S. M. C. (2019). Authenticity in international marketing field: Systematic literature review. In Vrontis, D., Weber, Y. and Tsoukatos, E. (Ed.), 12th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Business Management Theories and Practices in a Dynamic Competitive Environment (pp. 1816?1820). EuroMed Press.
7	Rosado-Pinto, F., Loureiro, S. M. C. & Bilro, R.G. (2019). Insights into brand authenticity and customer engagement in a restaurant setting: A text mining approach. Proceedings of the 48th EMAC Conference. EMAC. - N.º de citações Google Scholar: 1
8	Pinto, F. R. & Loureiro, S. M. C. (2019). Customer engagement: Growing relevance in marketing research. In Vrontis, D., Weber, Y. and Tsoukatos, E. (Ed.), 12th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Business Management Theories and Practices in a Dynamic Competitive Environment (pp. 1788?1790). EuroMed Press.

- Comunicação em evento científico

1	Rosado-Pinto, F. & Jordão, C. (2024). Sustainability and Luxury Fashion: Generation Z´s perspective. 2024 Global Fashion Management Conference at Milan,.

2	Rosado-Pinto, F., Loureiro, S. M. C. & Bilro, R.G. (2020). Tourist-hotel relationship: the role of customer experience and brand authenticity. Global Marketing Conference- GAMMA 2020,.
3	Rosado-Pinto, F. & Loureiro, S. M. C. (2019). Authenticity in international marketing field: systematic literature review. 12th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business,.
4	Rosado-Pinto, F. & Loureiro, S. M. C. (2019). Customer engagement: growing relevance in marketing research. 12th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business,.

Cargos de Gestão Académica

Director (2026 - 2029)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing