

Aviso: [2022-05-16 17:15] 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.

Filipa Rosado Pinto

Professora Auxiliar Convidada

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

Assistente de Investigação

BRU-Iscte - Business Research Unit (IBS)
[Marketing e Gestão]

Contactos

E-mail

Filipa.Rosado.Pinto@iscte-iul.pt

Gabinete

D4.26

Currículo

Filipa Rosado Pinto is a PhD candidate at Iscte- Instituto Universitário de Lisboa. She 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. Her current research interests include -among others- consumer-brand relationships, brand management and services marketing.

Áreas de Investigação

Consumer-brand relationships

Brand management

Services Marketing

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
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
2021/2022	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2021/2022	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade; Gestão Industrial e Logística; Gestão; Gestão de Marketing;	Não
2021/2022	2º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão de Recursos Humanos;	Não
2020/2021	1º	Gestão de Serviços A Clientes	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	1º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão Industrial e Logística; Gestão de Marketing; Finanças e Contabilidade;	Não
2019/2020	1º	Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo	Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Carolina dos Reis Simões	Boutique hotel em ambiente rural	--	Em curso	ISCTE-IUL

Total de Citações

Web of Science®	29
Scopus	39

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	<p>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. <i>Journal of Promotion Management</i>. 26 (4), 457-480</p> <p>- N.º de citações Scopus: 12 - N.º de citações Google Scholar: 27</p>
2	<p>Rosado-Pinto, F. & Loureiro, S. M. C. (2020). The growing complexity of customer engagement: a systematic review. <i>EuroMed Journal of Business</i>. 15 (2), 167-203</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 29 - N.º de citações Scopus: 27 - N.º de citações Google Scholar: 36</p>

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	<p>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. In <i>2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings</i>. (pp. 478-479). Seoul: Global Alliance of Marketing and Management Associations.</p>
2	<p>Rosado-Pinto, F., Loureiro, S. M. C. & Bilro, R.G. (2020). Tourist-hotel relationship: the role of customer experience and brand authenticity. In <i>2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings</i>. (pp. 639-644). Seoul: Global Alliance of Marketing and Management Associations.</p>
3	<p>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. In <i>48th EMAC Annual Conference</i>. Hamburg: EMAC.</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 1</p>
4	<p>Pinto, F. R. & Loureiro, S. M. C. (2019). Customer engagement: Growing relevance in marketing research. In Vrontis, D., Weber, Y. and Tsoukatos, E. (Ed.), <i>12th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Business Management Theories and Practices in a Dynamic Competitive Environment</i>. (pp. 1788-1790). Thessaloniki, Greece: EuroMed Press.</p>
5	<p>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.), <i>12th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Business Management Theories and Practices in a Dynamic Competitive Environment</i>. (pp. 1816-1820). Thessaloniki, Greece: EuroMed Press.</p>

- Comunicação em evento científico

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