

Aviso: [2024-12-21 18:24] 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.

Rodrigues, Helena

Professora Auxiliar Convidada

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

Investigadora Integrada

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



Contactos

E-mail

Helena.Cordeiro.Rodrigues@iscte-iul.pt

Gabinete

D4.26

Currículo

Prof. Helena Rodrigues holds a PhD in Management-Specialization in Marketing at ISCTE-IUL, Lisbon, Portugal. She received her B.Sc. and M.Sc. degrees in Marketing from ISLA-Lisboa and Laureate. She has worked for global Asset Management Banks and in the Marketing Department for a Global Pharmaceutical Company.

She lectures Marketing at ISCTE-IUL and Tourism Marketing at Universidade Católica Portuguesa . Her main research is in the area of Medical Tourism, Wellness and Health Tourism, Service Quality, Social Media and Higher Education.

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-IUL	Doutoramento	Management-Specialization in Marketing	2017
ISLA-Lisboa and Laureate	Mestrado	Marketing	2014

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord
2024/2025	2º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2024/2025	2º	Apresentações em Público com Técnicas Teatrais	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2024/2025	2º	Técnicas de Comunicação	Curso Institucional em Competências Transversais;	Sim
2024/2025	1º	Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2024/2025	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo		Não
2024/2025	1º	Apresentações em Público com Técnicas Teatrais	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2024/2025	1º	Técnicas de Comunicação	Curso Institucional em Competências Transversais;	Sim
2024/2025	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Não
2023/2024	2º	Apresentações Profissionais		Não
2023/2024	2º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2023/2024	2º	Apresentações em Público com Técnicas Teatrais	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2023/2024	1º	Técnicas de Comunicação		Sim
2023/2024	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo		Não
2023/2024	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Não
2022/2023	2º	Apresentações Profissionais		Não
2022/2023	2º	Técnicas de Comunicação		Sim
2022/2023	2º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2022/2023	1º	Técnicas de Comunicação		Sim
2022/2023	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo		Não
2022/2023	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Não

2021/2022	2º	Apresentações Profissionais		Não
2021/2022	2º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2021/2022	1º	Técnicas de Comunicação		Sim
2021/2022	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo		Não
2021/2022	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Não
2020/2021	2º	Apresentações Profissionais		Não
2020/2021	2º	Técnicas de Comunicação		Sim
2020/2021	1º	Técnicas de Comunicação		Sim
2019/2020	2º	Seminário em Desenvolvimento de Sistemas de Informação	Curso de Pós Graduação em Informática Aplicada às Organizações;	Não
2019/2020	2º	Apresentações Profissionais		Não
2019/2020	2º	Técnicas de Comunicação		Sim
2019/2020	1º	Gestão de Conflitos	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2019/2020	1º	Trabalho em Equipa		Não
2019/2020	1º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2019/2020	1º	Técnicas de Comunicação		Sim

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Pedro Miguel Oliveira da Costa	The impact of information systems on the success of e-commerce in small and medium-sized companies	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
--	-------------------	---------------	--------	--------	-------------

1	Maria Eduarda Alves dos Santos	Perceções dos Consumidores em Relação a Aplicativos Digitais de Vinhos - Uma Nova Era na Indústria Vinícola -	--	Em curso	ISCTE-IUL
---	--------------------------------	---	----	----------	-----------

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Leonor Ponces de Carvalho Baptista Serrano	“O Som do Luxo: Exploração das Motivações para o Luxo Ruidoso e Discreto em Marcas Premium”	--	ISCTE-IUL	2024
2	Simionela Calestru	Beleza para Além da Idade: Pode a Cosmética de Luxo Influenciar a Autoestima das Pessoas Idosas?	--	ISCTE-IUL	2024
3	Diogo Alexandre da Cruz Cerqueira	Programas de fidelização no retalho: A influência da tecnologia blockchain na intenção de adoção do cliente	--	ISCTE-IUL	2024
4	Naomi Apiyo Okoth	O 'BARATO' SAI 'CARO'? AVALIAÇÃO DOS EFEITOS DAS COMPANHIAS AÉREAS DE BAIXO CUSTO NO TURISMO EUROPEU	--	ISCTE-IUL	2024
5	Matheus Salkini Teodoro	Quais são as principais motivações e barreiras para a compra de produtos dermocosméticos sustentáveis em Portugal?	Inglês	ISCTE-IUL	2023
6	Filipa Dias de Sousa	A atratividade do turismo médico nos Açores	Inglês	ISCTE-IUL	2023
7	Maria Gabriela Braçal Marques do Patrocínio	Impacto das falhas no serviço de comércio eletrónico na satisfação dos clientes das PMEs portuguesas	Português	ISCTE-IUL	2023
8	Sraboni Akter	Turismo de bem-estar : surfing como oferta potencial	Inglês	ISCTE-IUL	2023
9	Jaina Shah	Turismo Sustentável: Um Paradigma de Luxo para a Geração Y	Inglês	ISCTE-IUL	2023
10	Inès Cécile Aline Poncin	Motivações de compra dos clientes de produtos alimentares gourmet: um enfoque na origem do produto	Inglês	ISCTE-IUL	2023
11	Réka Baán	Veja o que você me fez fazer: o impacto dos influenciadores de mídia social nas decisões de viagens médicas	Inglês	ISCTE-IUL	2023
12	Miguel Alexandre Vera de Matos	A importância do e-commerce na satisfação do consumidor no setor dos vinhos	Inglês	ISCTE-IUL	2022

13	Andreia Filipa Castrelas Gomes	Portugal é um destino turístico acessível? Factores que influenciam a percepção das pessoas com deficiência relativamente a Portugal como um destino turístico acessível	Inglês	ISCTE-IUL	2022
14	António Gonçalo Leote Guimarães da Costa Oliveira	Qual o estado do Alojamento Local no pós-covid	Português	ISCTE-IUL	2022
15	Maria José Magalhães de Almeida	Impacto das tecnologias na definição das competências essenciais do tradutor.	Português	ISCTE-IUL	2022
16	Julia Glaeser	Os efeitos dos nômades digitais na acessibilidade da habitação para as populações locais na Ericeira	Inglês	ISCTE-IUL	2022
17	Zeng Tian	O impacto da COVID-19 nos turistas médicos - uma análise de conteúdo	Inglês	ISCTE-IUL	2022
18	Nikolaos Vasilios Metos	A expansão da cultura dos ténis: a publicidade de streetwear a torná-la um item de luxo. As complicações para a indústria e para a comunidade.	Inglês	ISCTE-IUL	2022
19	Emil Huseynzade	Elementos chave para uma cidade criativa: Lisboa como meio criativo emergente	Inglês	ISCTE-IUL	2022
20	Chen Li	Investigação do sistema de avaliação de satisfação de clientes no mercado chinês de partilha de bicicleta	Inglês	ISCTE-IUL	2022
21	Qi Zheng	O impacto da epidemia no comportamento do consumidor: a concepção popular de produtos médicos na era pós-epidémica	Inglês	ISCTE-IUL	2021
22	Catarina Madureira Pires	A influência da cor dos rótulos nas embalagens de marcas de vinho	Português	ISCTE-IUL	2021
23	Hélio José Cavudissa	Protótipo de software de apoio ao ensino universitário em Angola.(Fala Comigo)	Português	ISCTE-IUL	2020
24	Pedro Leonardo Rodrigues Fernandes	Sistema de informação para identificação e localização de produtos em supermercados	Português	ISCTE-IUL	2020
25	Nuno Miguel de Jesus Grilo Cavalheiro	Gamificação de Património Cultural e os seus efeitos na satisfação turística	Inglês	ISCTE-IUL	2019
26	Sara Vaz de Barros Nunes Mendes	Parceiros no Vinho: A influência das ocasiões no comportamento de compra de vinho dos Millennials portugueses	Inglês	ISCTE-IUL	2018
27	Margarida dos Santos Lourenço	A imagem percebida do turismo em Lisboa: Estudo com recurso aos social media	Português	ISCTE-IUL	2018

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Maria Gonçalves Fernandes Neves Soares	Plano de negócios: Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa	Português	ISCTE-IUL	2022

Total de Citações

Web of Science®	518
Scopus	662

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Rodrigues, H. & Abreu, C. (N/A). Voluntourism – Can universities shape the present into a future?. Journal of Marketing for Higher Education. N/A
2	Mohsin, A., Luz, A., Rodrigues, H. & Penela, D. (2024). Is halal tourism taking off in OIC and non-OIC countries? A systematic study of published research. Journal of Islamic Marketing. 15 (4), 990-1012 - N.º de citações Scopus: 1
3	Almeida, F., Rodrigues, H. & Freitas, P. (2024). “No Need to Dress to Impress” evidence on teleworking during and after the pandemic: A systematic review. Administrative Sciences. 14 (4)
4	Rodrigues, L. F., Oliveira, A. & Rodrigues, H. (2023). Technology management has a significant impact on digital transformation in the banking sector. International Review of Economics and Finance. 88, 1375-1388 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 12 - N.º de citações Google Scholar: 27
5	Mohsin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2023). Mind the gap: A critical reflection on hotel employee turnover. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 35 (7), 2481-2495 - N.º de citações Web of Science®: 17 - N.º de citações Scopus: 17 - N.º de citações Google Scholar: 40
6	Carvalho, N., Rodrigues, H. & Brochado, A. (2023). Double or nothing: Push and pull factors of casinos in Europe. GeoJournal. 88 (2), 2233-2246 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 3

7	Rodrigues, H., Brochado, A., Troilo, M. & Mohsin, A. (2022). Wellness comes in salty water: Thalassotherapy spas and service level of satisfaction. <i>International Journal of Spa and Wellness</i> . 5 (1), 71-90 - N.º de citações Scopus: 7 - N.º de citações Google Scholar: 14
8	Herédia-Colaço, V. & Rodrigues, H. (2021). Hosting in turbulent times: hoteliers' perceptions and strategies to recover from the Covid-19 pandemic . <i>International Journal of Hospitality Management</i> . 94 - N.º de citações Web of Science®: 25 - N.º de citações Scopus: 35 - N.º de citações Google Scholar: 75
9	Rodrigues, H., Brochado, A. & Troilo, M. (2020). Listening to the murmur of water: Essential satisfaction and dissatisfaction attributes of thermal and mineral spas. <i>Journal of Travel and Tourism Marketing</i> . 37 (5), 649-661 - N.º de citações Web of Science®: 28 - N.º de citações Scopus: 33 - N.º de citações Google Scholar: 58
10	Brochado, A., Troilo, M., Rodrigues, H. & Oliveira-Brochado, F. (2020). Dimensions of wine hotel experiences shared online. <i>International Journal of Wine Business Research</i> . 32 (1), 59-77 - N.º de citações Web of Science®: 24 - N.º de citações Scopus: 29 - N.º de citações Google Scholar: 44
11	Moshin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2020). Halal tourism is traveling fast: Community perceptions and implications. <i>Journal of Destination Marketing and Management</i> . 18 - N.º de citações Web of Science®: 35 - N.º de citações Scopus: 54 - N.º de citações Google Scholar: 123
12	Rodrigues, H., Almeida, F., Figueiredo, V. & Lopes, S. L. (2019). Tracking e-learning through published papers: a systematic review. <i>Computers and Education</i> . 136, 87-98 - N.º de citações Web of Science®: 196 - N.º de citações Scopus: 261 - N.º de citações Google Scholar: 593
13	Rodrigues, L. F., Oliveira, A. & Rodrigues, H. (2019). Main gamification concepts: a systematic mapping study. <i>Heliyon</i> . 5 (7), 1-13 - N.º de citações Web of Science®: 70 - N.º de citações Scopus: 85 - N.º de citações Google Scholar: 192
14	Mohsin, A., Rodrigues, H. & Brochado, A. (2019). Shine bright like a star: Hotel performance and guests' expectations based on star ratings. <i>International Journal of Hospitality Management</i> . 83, 103-114 - N.º de citações Web of Science®: 31 - N.º de citações Scopus: 30 - N.º de citações Google Scholar: 61
15	Rodrigues, L. F., Oliveira, A., Rodrigues, H. & Costa, C. J. (2019). Assessing consumer literacy on financial complex products. <i>Journal of Behavioral and Experimental Finance</i> . 22, 93-104 - N.º de citações Web of Science®: 30 - N.º de citações Scopus: 27 - N.º de citações Google Scholar: 61

16	Rodrigues, H., Brochado, A., Troilo, M. & Mohsin, A. (2017). Mirror, mirror on the wall, who's the fairest of them all? A critical content analysis on medical tourism. <i>Tourism Management Perspectives</i> . 24, 16-25 - N.º de citações Web of Science®: 50 - N.º de citações Scopus: 49 - N.º de citações Google Scholar: 110
----	--

- Artigo de revisão

1	Costa, P. & Rodrigues, H. (N/A). The ever-changing business of e-commerce-net benefits while designing a new platform for small companies. <i>Review of Managerial Science</i> . N/A - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 16
---	---

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

1	LUIS FILIPE RODRIGUES, Oliveira, A. & Rodrigues, H. (2022). <i>Jogos Sérios - A Arte de Gamificar</i> . Lisboa. Causa das Regras.
---	---

- Capítulo de livro

1	Ana Brochado, Rodrigues, H. & Sara Mendes (2024). Message in a Bottle: Generation Y and Wine Purchase Occasions' Perceived Risks and Information Sources. In <i>Strategic Management in the Wine Tourism Industry-Competitive Strategies, Wine Tourism Behaviour and New Strategic Tools</i> . Suíça: Palgrave Macmillan.
2	Brochado, A., Rodrigues, H. & Sara Vaz Mendes (2024). Message in a Bottle: Generation Y and Wine Purchase Occasions' Perceived Risks and Information Sources. In Javier Martínez-Falcó; Bartolomé Marco-Lajara; Eduardo Sánchez-García; Luis A. Millán-Tudela; (Ed.), <i>Strategic Management in the Wine Tourism Industry</i> . (pp. 91-111). Cham: Springer Nature Switzerland.
3	Bank, M L & Rodrigues, H. (2023). Save it to cherish; the rise of wildlife voluntourism with Generation Z. In <i>Gen Z, Tourism, and Sustainable Consumption</i> . Routledge: Taylor and Francis. - N.º de citações Scopus: 3
4	Rodrigues, H. & Brochado, A. (2021). Going for silver-senior consumers' reviews of medical tourism. In Ana Pinto Borges, Paula Rodrigues (Ed.), <i>New techniques for brand management in the healthcare sector</i> . (pp. 64-83).: IGI Global. - N.º de citações Scopus: 8 - N.º de citações Google Scholar: 3

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Rodrigues, H., Costa, P. & Mohsin, A. (2023). Highway to the danger zone: A systematic review of the hazard side of e-commerce in small companies. In <i>EMAC 2023 Regional Conference, Proceedings</i> . Athens: European Marketing Academy (EMAC).
---	--

2	Rodrigues, L. F., Oliveira, A. & Rodrigues, H. (2023). e-Banking usage by generations X, Y, and Z. In Ahram, T., and Karwowski, W. (Ed.), Application of Emerging Technologies (AHFE 2023). (pp. 234-246). Honolulu, Hawaii: AHFE Open Access. - N.º de citações Google Scholar: 1
3	Rodrigues, L. F., Rodrigues, H. & Oliveira, A. (2022). In times of pandemic - How generation XYZ looks digital banking. In Ahram, T., and Falcão, C. (Ed.), Usability and User Experience (AHFE 2022). (pp. 458-466). New York: AHFE Open Access. - N.º de citações Google Scholar: 3
4	Rodrigues, H., Almeida, F., Figueiredo, V. & Lopes, S. (2018). Mapping key concepts of e-learning and educational-systematic review through published papers. In L. Gómez Chova, A. López Martínez, I. Candel Torres (Ed.), 11th annual International Conference of Education, Research and Innovation. (pp. 8949-8952). Sevilla: IATED. - N.º de citações Google Scholar: 9
5	Rodrigues, L. F., Oliveira, A., Costa, C. J. & Rodrigues, H. (2018). Gamification to teach and assess financial education: a case study of self-directed bank investors. In Andrew Burge (Ed.), 17th Annual Hawaii International Conference on Education. (pp. 1851-1882). Honolulu - N.º de citações Google Scholar: 9
6	LUIS FILIPE RODRIGUES, Oliveira, A., Costa, C. & Rodrigues, H. (2018). Games and business: human factors in gamified applications. In Tareq Ahram (Ed.), Advances in Human Factors in Wearable Technologies and Game Design. AHFE 2018. Advances in Intelligent Systems and Computing. (pp. 318-324). Orlando: Springer International Publishing AG. - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 5

- Comunicação em evento científico

1	Brochado, A., Rodrigues, H. & Costa, P. (2024). Try again. Fail again. Fail better. E-commerce service failures in small and medium-sized enterprises. European Marketing Academy regional Conference.
2	LUIS FILIPE RODRIGUES, Oliveira, A. & Rodrigues, H. (2023). E-banking usage by Gen X, Y, and Z generations. 2023 AHFE International Conference on Human Factors in Design, Engineering, and Computing (AHFE 2023 Hawaii Edition).
3	Mohsin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2021). Staff Turnover in Luxury Hotels: Lessons from the Literature. Asia Pacific Tourism Association Annual Conference 2021.
4	Brochado, A., Troilo, M. & Rodrigues, H. (2019). Take a walk on the wild side: World zoos experiential satisfaction . RBGN's Paper Development Workshop.
5	Mohsin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2019). Star Wars: Measuring importance-performance analysis in three, four and five star hotels. 25th Annual APTA Conference .
6	LUIS FILIPE RODRIGUES, Oliveira, A., Costa, C. & Rodrigues, H. (2018). Human factors in gamified applications. Ciência 2018 - Encontro com a Ciência e Tecnologia em Portugal.
7	LUIS FILIPE RODRIGUES, Oliveira, A., Costa, C. & Rodrigues, H. (2018). Gamification to teach and assess financial education: A case study of self-directed bank investors. 17th Annual Hawaii International Conference on Education.

8	LUIS FILIPE RODRIGUES, Oliveira, A., Costa, C. & Rodrigues, H. (2018). Games & Business: Human factors in gamified applications. Ciência 2018 - Encontro com a Ciência e Tecnologia em Portugal.
9	LUIS FILIPE RODRIGUES, Oliveira, A., Rodrigues, H. & Costa, C. (2018). Games and Business: Human Factors in Gamified Applications. 9th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2018).
10	Rodrigues, H., Brochado, A. & Troilo, M. (2017). Gray Skies: Attracting Senior Tourism in Thermal Spas During Low Season. XIII Iberian International Business Conference.

• Outras Publicações

- Relatório

1	Monteiro, M., Esteves, F. G., Calheiros, M. M., Feddes, A. R., Rodrigues, R. B., Rodrigues, H....Justo, M. (2010). Relatório final.
2	Monteiro, M., Esteves, F. G., Calheiros, M. M., Feddes, A. R., Rodrigues, R. B., Rodrigues, H....Justo, M. (2009). Relatório de progresso.
3	Monteiro, M., Esteves, F. G., Calheiros, M. M., Feddes, A. R., Rodrigues, R. B., Rodrigues, H....Justo, M. (2008). Relatório de progresso.