Aviso: [2026-11-13 15:38] 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.

Rodrigues, Helena

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



Contactos

E-mail	Helena.Cordeiro.Rodrigues@iscte-iul.pt
Gabinete	D4.20

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 and Tourism Marketing at ISCTE-IUL . 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.
2026/2027	2º	Enoturismo e Negócio do Vinho		Sim
2026/2027	2º	Grandes Eventos e Gestão de Eventos		Sim
2026/2027	2º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2026/2027	2º	Fundamentos de Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão; Licenciatura em Gestão;	Sim
2026/2027	1º	Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo		Não
2026/2027	1º	Trabalho de Projecto em Gestão de Hotelaria e Turismo		Sim
2026/2027	1º	Dissertação em Gestão de Hotelaria e Turismo	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2026/2027	1º	Enoturismo e Negócio do Vinho		Sim
2026/2027	1º	Grandes Eventos e Gestão de Eventos		Sim
2026/2027	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo		Sim
2026/2027	1º	Fundamentos de Marketing		Sim
2026/2027	1º	Canais de Distribuição, Vendas e E-commerce	Mestrado em Marketing;	Sim
2025/2026	2º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2025/2026	2º	Técnicas de Comunicação		Sim
2025/2026	2º	Fundamentos de Marketing	Licenciatura em Gestão;	Não
2025/2026	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2025/2026	1º	Técnicas de Comunicação		Sim
2025/2026	1º	Fundamentos de Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística;	Não
2025/2026	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Não

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	Ana Beatriz Castelo Branco Pires	Integração do Metaverso e Experiências Imersivas de Marketing com IA	--	Em curso	Iscte
2	Ran Zhang	--	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão

1	Pedro Miguel Oliveira da Costa	The impact of information systems on the success of e-commerce in small and medium-sized companies	Inglês	Iscte	2024

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Yohann Carvalho Ribeiro	Companion animals in hospitality (Hotéis pet friendly e não pet friendly)	Inglês	Entregue	Iscte
2	Pius Zappe	O Preço do Engano: Como o Drip Pricing Corrói a Confiança do Consumidor nas Companhias Aéreas Europeias de Baixo Custo	--	Em curso	Iscte
3	Eva Jimenez	Diferenças Multigeracionais nas Perceções dos Colaboradores sobre a Inteligência Artificial Conversacional (IAC) em Hotéis de Luxo Europeus	Inglês	Em curso	Iscte
4	João Pedro Correia Pessoa	Turismo de Bem-Estar Além da Saúde: Explorando as Motivações para o Turismo de Bem-Estar, o Luxo e o Estatuto Social nos EAU	Inglês	Entregue	Iscte
5	Evy Versyck	What Push-Pull Dynamics Are Shaping Hotel Choices for Muslim Business-women?	Inglês	Em curso	Iscte
6	Maria Eduarda Alves dos Santos	Perceções dos Consumidores em Relação a Aplicativos Digitais de Vinhos - Uma Nova Era na Indústria Vinícola -	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Tomás Afonso Correia Gomes de Gouveia	Luto ignorado: o meu animal de estimação morreu e dizem-me para arranjar outro	Inglês	Iscte	2026
2	Luís Figueiredo Santos Dos Reis Índio	Overtourism em Destinos Insulares: O Impacto da Pressão Turística nas Perceções Negativas dos Residentes	Inglês	Iscte	2026
3	Pedro Maria Condeço de Ornelas	Luxo Frugal como Estratégia de Diferenciação no Setor da Hotelaria de Luxo	Inglês	Iscte	2026
4	Samy El Hassouni	O papel das redes sociais no turismo de eventos	Inglês	Iscte	2026

5	Francisca Esperança Cativo	O impacto de campanhas de realidade virtual e realidade aumentada na brand experience e brand love dentro do mercado da moda de luxo.	Inglês	Iscte	2026
6	Carla Marisa Monteiro Nunes	Vinoterapia: quando o vinho encontra o bem-estar e a beleza	Inglês	Iscte	2026
7	Leonor Ponces de Carvalho Baptista Serrano	“O Som do Luxo: Exploração das Motivações para o Luxo Ruidoso e Discreto em Marcas Premium”	Inglês	Iscte	2024
8	Simionela Calestru	Beleza para Além da Idade: Pode a Cosmética de Luxo Influenciar a Autoestima das Pessoas Idosas?	Inglês	Iscte	2024
9	Diogo Alexandre da Cruz Cerqueira	Programas de fidelização no retalho: A influência da tecnologia blockchain na intenção de adoção do cliente	Inglês	Iscte	2024
10	Naomi Apiyo Okoth	O 'BARATO' SAI 'CARO'? AVALIAÇÃO DOS EFEITOS DAS COMPANHIAS AÉREAS DE BAIXO CUSTO NO TURISMO EUROPEU	Inglês	Iscte	2024
11	Matheus Salkini Teodoro	Quais são as principais motivações e barreiras para a compra de produtos dermocosméticos sustentáveis em Portugal?	Inglês	Iscte	2023
12	Filipa Dias de Sousa	A atratividade do turismo médico nos Açores	Inglês	Iscte	2023
13	Maria Gabriela Braçal Marques do Patrocínio	Impacto das falhas no serviço de comércio eletrónico na satisfação dos clientes das PMEs portuguesas	Português	Iscte	2023
14	Sraboni Akter	Tourismo de bem-estar : surfing como oferta potencial	Inglês	Iscte	2023
15	Jaina Shah	Turismo Sustentável: Um Paradigma de Luxo para a Geração Y	Inglês	Iscte	2023
16	Inès Cécile Aline Poncin	Motivações de compra dos clientes de produtos alimentares gourmet: um enfoque na origem do produto	Inglês	Iscte	2023
17	Réka Baán	Veja o que você me fez fazer: o impacto dos influenciadores de mídia social nas decisões de viagens médicas	Inglês	Iscte	2023
18	Miguel Alexandre Vera de Matos	A importância do e-commerce na satisfação do consumidor no setor dos vinhos	Inglês	Iscte	2022
19	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	2022

20	António Gonçalo Leote Guimarães da Costa Oliveira	Qual o estado do Alojamento Local no pós-covid	Português	Iscte	2022
21	Maria José Magalhães de Almeida	Impacto das tecnologias na definição das competências essenciais do tradutor.	Português	Iscte	2022
22	Julia Glaeser	Os efeitos dos nômades digitais na acessibilidade da habitação para as populações locais na Ericeira	Inglês	Iscte	2022
23	Zeng Tian	O impacto da COVID-19 nos turistas médicos - uma análise de conteúdo	Inglês	Iscte	2022
24	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	2022
25	Emil Huseynzade	Elementos chave para uma cidade criativa: Lisboa como meio criativo emergente	Inglês	Iscte	2022
26	Chen Li	Investigatção do sistema de avaliação de satisfação de clients no mercado chinês de partilha de bicicleta	Inglês	Iscte	2022
27	Qi Zheng	O impacto da epidemia no comportamento do consumidor: a concepção popular de produtos médicos na era pós-epidêmica	Inglês	Iscte	2021
28	Catarina Madureira Pires	A influência da cor dos rótulos nas embalagens de marcas de vinho	Português	Iscte	2021
29	Hélio José Cavudissa	Protótipo de software de apoio ao ensino universitário em Angola.(Fala Comigo)	Português	Iscte	2020
30	Pedro Leonardo Rodrigues Fernandes	Sistema de informação para identificação e localização de produtos em supermercados	Português	Iscte	2020
31	Nuno Miguel de Jesus Grilo Cavalheiro	Gamificação de Património Cultural e os seus efeitos na satisfação turística	Inglês	Iscte	2019
32	Sara Vaz de Barros Nunes Mendes	Parceiros no Vinho: A influência das ocasiões no comportamento de compra de vinho dos Millennials portugueses	Inglês	Iscte	2018
33	Margarida dos Santos Lourenço	A imagem percepcionada do turismo em Lisboa: Estudo com recurso aos social media	Português	Iscte	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	2022

Total de Citações

Web of Science®	846
Scopus	984

Publicações

- **Revistas Científicas**

- Artigo em revista científica

1	Rodrigues, H. & Abreu, C. (2025). Voluntourism: Can universities shape the present into a future?. Journal of Marketing for Higher Education, 35(2), 362?383. https://doi.org/10.1080/08841241.2023.2186561 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 1
2	Calestru, S., Rodrigues, H. & Junça Silva, A. (2025). A little lipstick never hurts: How luxury cosmetics influence self-esteem in older adults. Journal of Macromarketing, 45(4), 762?780. https://doi.org/10.1177/02761467251338248 - N.º de citações Web of Science®: 5 - N.º de citações Scopus: 7 - N.º de citações Google Scholar: 9
3	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. https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2023-0077 - N.º de citações Web of Science®: 14 - N.º de citações Scopus: 18
4	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). https://doi.org/10.3390/admsci14040076 - N.º de citações Web of Science®: 23 - N.º de citações Scopus: 14
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. https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2022-0295 - N.º de citações Web of Science®: 36 - N.º de citações Scopus: 38 - N.º de citações Google Scholar: 79

6	Carvalho, N., Rodrigues, H. & Brochado, A. (2023). Double or nothing: Push and pull factors of casinos in Europe. GeoJournal, 88(2), 2233?2246. https://doi.org/10.1007/s10708-022-10749-7 - N.º de citações Web of Science®: 8 - N.º de citações Scopus: 8 - N.º de citações Google Scholar: 13
7	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. https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.07.040 - N.º de citações Web of Science®: 34 - N.º de citações Scopus: 37 - N.º de citações Google Scholar: 78
8	Rodrigues, H., Brochado, A., Troilo, M. & Mohsin, A. (2022). Wellness comes in salty water: Thalassotherapy spas and service level of satisfaction. International Journal of Spa and Wellness, 5(1), 71?90. https://doi.org/10.1080/24721735.2021.1977008 - N.º de citações Web of Science®: 11 - N.º de citações Scopus: 15 - N.º de citações Google Scholar: 27
9	Herédia-Colaço, V. & Rodrigues, H. (2021). Hosting in turbulent times: hoteliers' perceptions and strategies to recover from the Covid-19 pandemic. International Journal of Hospitality Management, 94. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102835 - N.º de citações Web of Science®: 39 - N.º de citações Scopus: 43 - N.º de citações Google Scholar: 85
10	Rodrigues, H., Brochado, A. & Troilo, M. (2020). Listening to the murmur of water: Essential satisfaction and dissatisfaction attributes of thermal and mineral spas. Journal of Travel and Tourism Marketing, 37(5), 649?661. https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1633986 - N.º de citações Web of Science®: 42 - N.º de citações Scopus: 40 - N.º de citações Google Scholar: 81
11	Brochado, A., Troilo, M., Rodrigues, H. & Oliveira-Brochado, F. (2020). Dimensions of wine hotel experiences shared online. International Journal of Wine Business Research, 32(1), 59?77. https://doi.org/10.1108/IJWBR-12-2018-0072 - N.º de citações Scopus: 39 - N.º de citações Google Scholar: 61
12	Moshin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2020). Halal tourism is traveling fast: Community perceptions and implications. Journal of Destination Marketing and Management, 18. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100503 - N.º de citações Web of Science®: 61 - N.º de citações Scopus: 83 - N.º de citações Google Scholar: 178
13	Mohsin, A., Rodrigues, H. & Brochado, A. (2019). Shine bright like a star: Hotel performance and guests' expectations based on star ratings. International Journal of Hospitality Management, 83, 103?114. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.012 - N.º de citações Web of Science®: 41 - N.º de citações Scopus: 38 - N.º de citações Google Scholar: 80

14	Rodrigues, H., Almeida, F., Figueiredo, V. & Lopes, S. L. (2019). Tracking e-learning through published papers: a systematic review. Computers and Education, 136, 87?98. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.03.007 - N.º de citações Web of Science®: 289 - N.º de citações Scopus: 318 - N.º de citações Google Scholar: 683
15	Rodrigues, L. F., Oliveira, A. & Rodrigues, H. (2019). Main gamification concepts: a systematic mapping study. Heliyon, 5(7), 1?13. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01993 - N.º de citações Web of Science®: 109 - N.º de citações Scopus: 131 - N.º de citações Google Scholar: 263
16	Rodrigues, L. F., Oliveira, A., Rodrigues, H. & Costa, C. J. (2019). Assessing consumer literacy on financial complex products. Journal of Behavioral and Experimental Finance, 22, 93?104. https://doi.org/10.1016/j.jbef.2019.02.005 - N.º de citações Web of Science®: 41 - N.º de citações Scopus: 33 - N.º de citações Google Scholar: 79
17	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. Tourism Management Perspectives, 24, 16?25. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.004 - N.º de citações Web of Science®: 62 - N.º de citações Scopus: 55 - N.º de citações Google Scholar: 124

- Artigo de revisão

1	Lopes, M. M., Damásio, M. J., Sousa, C. & Rodrigues, H. (N/A). Screen style: Visual elements and brand identity in fashion films. Journal of Marketing Communications, N/A. https://doi.org/10.1080/13527266.2025.2573319
2	Costa, P. & Rodrigues, H. (2024). The ever-changing business of e-commerce-net benefits while designing a new platform for small companies. Review of Managerial Science, 18(9), 2507?2545. https://doi.org/10.1007/s11846-023-00681-6 - N.º de citações Web of Science®: 30 - N.º de citações Scopus: 36 - N.º de citações Google Scholar: 85

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

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

- Capítulo de livro

1	Brochado, A., Rodrigues, H. & Mendes , S. (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.), Strategic management in the wine tourism industry: Competitive strategies, wine tourism behaviour and new strategic tools (pp. 91?111). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54837-6_5 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Bank, M L & Rodrigues, H. (2023). Save it to cherish; the rise of wildlife voluntourism with Generation Z. Gen Z, Tourism, and Sustainable Consumption. Taylor and Francis. https://doi.org/10.4324/9781003289586 - N.º de citações Scopus: 7 - N.º de citações Google Scholar: 1
3	Rodrigues, H. & Brochado, A. (2021). Going for silver-senior consumers' reviews of medical tourism. In Ana Pinto Borges, Paula Rodrigues (Ed.), New techniques for brand management in the healthcare sector (pp. 64?83). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3034-4.ch005 - N.º de citações Scopus: 12 - N.º de citações Google Scholar: 5

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Penela, D., Rodrigues, H. & Maria Simões (2026). Home of the Brave! New Perspectives on Military Tourism. International Conference on Tourism Research (pp. 674?682). Academic Conferences and Publishing International Ltd. https://doi.org/10.34190/ictr.9.1.4683
2	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. EMAC 2023 Regional Conference, Proceedings. European Marketing Academy (EMAC).
3	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). AHFE Open Access. https://doi.org/10.54941/ahfe1004320 - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 10
4	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). AHFE Open Access. https://doi.org/10.54941/ahfe1001742 - N.º de citações Scopus: 4 - N.º de citações Google Scholar: 11
5	Pedro Fernandes, LUIS FILIPE RODRIGUES & Rodrigues, H. (2020). Shopping is easy with your eyes closed: a supermarket app for the visual impaired. CAPSI.
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). Springer International Publishing AG. https://doi.org/10.1007/978-3-319-94619-1_31 - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 6

7	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). IATED. https://doi.org/10.21125/iceri.2018.0649 - N.º de citações Google Scholar: 11
8	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). - N.º de citações Google Scholar: 9

- 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),. - N.º de citações Google Scholar: 5
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., Rodrigues, H. & Costa, C. (2018). Games and Business: Human Factors in Gamified Applications. 9th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2018),.
7	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,.
8	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,.
9	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,.
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..

Cargos de Gestão Académica

Director (2026 - 2029)
Unidade/Área: Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo

Coordenador de ECTS (2026 - 2029)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral