

Aviso: [2024-07-21 10:52] 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	Licenciatura em Economia; Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Curso Institucional em Competências Transversais; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Segurança de Informação; Licenciatura em Tecnologias Digitais, Edifícios e Construção Sustentável; Licenciatura em Matemática Aplicada e Tecnologias Digitais; Licenciatura em Tecnologias Digitais Educativas; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Saúde; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Gestão; Licenciatura em Política, Economia e Sociedade; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Automação; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Inteligência Artificial; Licenciatura em Desenvolvimento de Software e Aplicações;	Não
2024/2025	2º	Técnicas de Comunicação	Licenciatura em Economia; Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Curso Institucional em Competências Transversais; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2024/2025	1º	Apresentações em Público com Técnicas Teatrais	Licenciatura em Economia; Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Curso Institucional em Competências Transversais; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Segurança de Informação; Licenciatura em Tecnologias Digitais, Edifícios e Construção Sustentável; Licenciatura em Matemática Aplicada e Tecnologias Digitais; Licenciatura em Tecnologias Digitais Educativas; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Saúde; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Gestão; Licenciatura em Política, Economia e Sociedade; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Automação; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Inteligência Artificial; Licenciatura em Desenvolvimento de Software e Aplicações;	Não

2024/2025	1º	Técnicas de Comunicação	Licenciatura em Economia; Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Curso Institucional em Competências Transversais; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Não
2023/2024	2º	Apresentações Profissionais	Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Antropologia (PL);	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	Licenciatura em Economia; Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Curso Institucional em Competências Transversais; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Segurança de Informação; Licenciatura em Tecnologias Digitais, Edifícios e Construção Sustentável; Licenciatura em Matemática Aplicada e Tecnologias Digitais; Licenciatura em Tecnologias Digitais Educativas; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Saúde; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Gestão; Licenciatura em Política, Economia e Sociedade; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Automação; Licenciatura em Tecnologias Digitais e Inteligência Artificial; Licenciatura em Desenvolvimento de Software e Aplicações;	Não
2023/2024	1º	Técnicas de Comunicação	Licenciatura em Antropologia (PL);	Sim
2023/2024	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2023/2024	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Não
2022/2023	2º	Apresentações Profissionais	Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Antropologia (PL);	Não
2022/2023	2º	Técnicas de Comunicação	Licenciatura em Antropologia (PL);	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	Licenciatura em Antropologia (PL);	Sim
2022/2023	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não

2022/2023	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Não
2021/2022	2º	Apresentações Profissionais	Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Antropologia (PL);	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	Licenciatura em Antropologia (PL);	Sim
2021/2022	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2021/2022	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Não
2020/2021	2º	Apresentações Profissionais	Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Antropologia (PL);	Não
2020/2021	2º	Técnicas de Comunicação	Licenciatura em Antropologia (PL);	Sim
2020/2021	1º	Técnicas de Comunicação	Licenciatura em Antropologia (PL);	Sim
2019/2020	2º	Seminário em Desenvolvimento de Sistemas de Informação	Curso de Pós Graduação em Desenvolvimento de Sistemas de Informação; Curso de Pós Graduação em Informática Aplicada às Organizações;	Não
2019/2020	2º	Apresentações Profissionais	Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Antropologia (PL);	Não
2019/2020	2º	Técnicas de Comunicação	Licenciatura em Antropologia (PL);	Sim
2019/2020	1º	Gestão de Conflitos	Curso Institucional em Competências Transversais; Curso de Pós Graduação em Desafios Autárquicos e Desenvolvimento Local; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Antropologia (PL);	Não
2019/2020	1º	Trabalho em Equipa	Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Antropologia (PL);	Não
2019/2020	1º	Escrita de Relatórios Técnicos	Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Antropologia (PL);	Não
2019/2020	1º	Técnicas de Comunicação	Licenciatura em Antropologia (PL);	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

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Matheus Salkini Teodoro	Quais são as principais motivações e barreiras para a compra de produtos dermocosméticos sustentáveis em Portugal?	Inglês	ISCTE-IUL	2023
2	Filipa Dias de Sousa	A atratividade do turismo médico nos Açores	Inglês	ISCTE-IUL	2023
3	Sraboni Akter	Tourismo de bem-estar : surfing como oferta potencial	Inglês	ISCTE-IUL	2023
4	Maria Gabriela Braçal Marques do Patrocínio	Impacto das falhas no serviço de comércio eletrónico na satisfação dos clientes das PME's portuguesas	Português	ISCTE-IUL	2023
5	Jaina Shah	Turismo Sustentável: Um Paradigma de Luxo para a Geração Y	Inglês	ISCTE-IUL	2023
6	Inès Cécile Aline Poncin	Motivações de compra dos clientes de produtos alimentares gourmet: um enfoque na origem do produto	Inglês	ISCTE-IUL	2023
7	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
8	Miguel Alexandre Vera de Matos	A importância do e-commerce na satisfação do consumidor no setor dos vinhos	Inglês	ISCTE-IUL	2022
9	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
10	António Gonçalo Leote Guimarães da Costa Oliveira	Qual o estado do Alojamento Local no pós-covid	Português	ISCTE-IUL	2022
11	Maria José Magalhães de Almeida	Impacto das tecnologias na definição das competências essenciais do tradutor.	Português	ISCTE-IUL	2022
12	Julia Glaeser	Os efeitos dos nômades digitais na acessibilidade da habitação para as populações locais na Ericeira	Inglês	ISCTE-IUL	2022
13	Zeng Tian	O impacto da COVID-19 nos turistas médicos - uma análise de conteúdo	Inglês	ISCTE-IUL	2022

14	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
15	Emil Huseynzade	Elementos chave para uma cidade criativa: Lisboa como meio criativo emergente	Inglês	ISCTE-IUL	2022
16	Chen Li	Investigatção do sistema de avaliação de satisfação de clients no mercado chinês de partilha de bicicleta	Inglês	ISCTE-IUL	2022
17	Catarina Madureira Pires	A influência da cor dos rótulos nas embalagens de marcas de vinho	Português	ISCTE-IUL	2021
18	Qi Zheng	O impacto da epidemia no comportamento do consumidor: a concepção popular de produtos médicos na era pós-epidêmica	Inglês	ISCTE-IUL	2021
19	Hélio José Cavudissa	Protótipo de software de apoio ao ensino universitário em Angola.(Fala Comigo)	Português	ISCTE-IUL	2020
20	Pedro Leonardo Rodrigues Fernandes	Sistema de informação para identificação e localização de produtos em supermercados	Português	ISCTE-IUL	2020
21	Nuno Miguel de Jesus Grilo Cavalheiro	Gamificação de Património Cultural e os seus efeitos na satisfação turística	Inglês	ISCTE-IUL	2019
22	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
23	Margarida dos Santos Lourenço	A imagem percepcionada 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®	457
Scopus	589

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
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	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®: 1 - N.º de citações Google Scholar: 2
5	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®: 4 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 12
6	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 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 12
7	Mohsin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2022). Mind the gap: A critical reflection on hotel employee turnover. International Journal of Contemporary Hospitality Management. N/A - N.º de citações Web of Science®: 13 - N.º de citações Scopus: 15 - N.º de citações Google Scholar: 34
8	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 - N.º de citações Web of Science®: 21 - N.º de citações Scopus: 31 - N.º de citações Google Scholar: 68
9	Moshin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2020). Halal tourism is traveling fast: community perceptions and implications. Journal of Destination Marketing and Management. 18 - N.º de citações Web of Science®: 31 - N.º de citações Scopus: 46 - N.º de citações Google Scholar: 99
10	Rodrigues, H., Brochado, A. & Troilo, M. (2019). Listening to the murmur of water: essential satisfaction and dissatisfaction attributes of thermal and mineral spas. Journal of Travel and Tourism Marketing. 37 (5), 649-666 - N.º de citações Web of Science®: 25 - N.º de citações Scopus: 31 - N.º de citações Google Scholar: 54

11	<p>Brochado, A., Troilo, M., Rodrigues, H. & Oliveira-Brochado, F. (2019). Dimensions of wine hotel experiences shared online. <i>International Journal of Wine Business Research</i>. 32 (1), 59-77</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 21</p> <p>- N.º de citações Scopus: 28</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 41</p>
12	<p>Rodrigues, L. F., Oliveira, A. & Rodrigues, H. (2019). Main gamification concepts: a systematic mapping study. <i>Heliyon</i>. 5 (7), 1-13</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 61</p> <p>- N.º de citações Scopus: 75</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 170</p>
13	<p>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</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 26</p> <p>- N.º de citações Scopus: 27</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 51</p>
14	<p>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</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 27</p> <p>- N.º de citações Scopus: 25</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 55</p>
15	<p>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</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 180</p> <p>- N.º de citações Scopus: 240</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 536</p>
16	<p>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</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 47</p> <p>- N.º de citações Scopus: 48</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 101</p>

- Artigo de revisão

1	<p>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</p> <p>- N.º de citações Scopus: 1</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 9</p>
---	--

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

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

- Capítulo de livro

1	<p>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.</p>
---	---

	- N.º de citações Scopus: 1
2	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: 7 - N.º de citações Google Scholar: 2

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Rodrigues, L. F., Oliveira, A. & Rodrigues, H. (2023). e-Banking usage by generations X, Y, and Z. In Ahram, T., and Karwowski, W. (Ed.), <i>Application of Emerging Technologies (AHFE 2023)</i> . (pp. 234-246). Honolulu, Hawaii: AHFE Open Access. - N.º de citações Google Scholar: 1
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. In <i>EMAC 2023 Regional Conference, Proceedings</i> . Athens: European Marketing Academy (EMAC).
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.), <i>Usability and User Experience (AHFE 2022)</i> . (pp. 458-466). New York: AHFE Open Access. - N.º de citações Google Scholar: 2
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.), <i>11th annual International Conference of Education, Research and Innovation</i> . (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.), <i>17th Annual Hawaii International Conference on Education</i> . (pp. 1851-1882). Honolulu - N.º de citações Google Scholar: 8
6	LUIS FILIPE RODRIGUES, Oliveira, A., Costa, C. & Rodrigues, H. (2018). Games and business: human factors in gamified applications. In Tareq Ahram (Ed.), <i>Advances in Human Factors in Wearable Technologies and Game Design</i> . AHFE 2018. <i>Advances in Intelligent Systems and Computing</i> . (pp. 318-324). Orlando: Springer International Publishing AG. - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 4

- Comunicação em evento científico

1	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).
2	Mohsin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2021). Staff Turnover in Luxury Hotels: Lessons from the Literature. <i>Asia Pacific Tourism Association Annual Conference 2021</i> .

3	Brochado, A., Troilo, M. & Rodrigues, H. (2019). Take a walk on the wild side: World zoos experiential satisfaction . RBGN's Paper Development Workshop.
4	Mohsin, A., Brochado, A. & Rodrigues, H. (2019). Star Wars: Measuring importance-performance analysis in three, four and five star hotels. 25th Annual APTA Conference .
5	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).
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	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.