

Aviso: [2026-05-25 11:33] 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.

Isabel Soromenho Sequeira

Professora Auxiliar Convidada

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)



Contactos

| | |
|-----------------|--|
| E-mail | Isabel_Soromenho_Sequeira@iscte-iul.pt |
| Gabinete | D4.26 |

Currículo

Licenciou-se em Organização e Gestão de Empresas e é Mestre em Marketing pelo ISCTE-IUL. Iniciou o PhD em Gestão com especialização em Marketing em 2019.

Desde o início do seu percurso profissional que desempenha funções de consultoria e formação nas áreas de Gestão Comercial e de Marketing em várias organizações: Infortec, Tack Training International, 4Gpeople, Time4Thinking. Entre 2000 e 2008 foi partner da agência de comunicação Princípio Activo.

Desde 2009 é docente do ISCTE-IUL (DMOGG) e INDEG, nas áreas de Marketing e Comunicação.

Dado o seu interesse pela Pedagogia, tem desenvolvido projetos pedagógicos no âmbito da gamification, storytelling, visual thinking, design thinking e outras áreas do Human Centered Design approach.

Áreas de Investigação

Comunicação Integrada de Marketing; Brand Storytelling; Indústria Farmacêutica

Qualificações Académicas

| Universidade/Instituição | Tipo | Curso | Período |
|---|--------------|--------------------------------------|---------|
| ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa | Doutoramento | Gestão - especialização em Marketing | 2022 |

Outras Atividades Profissionais

| Período | Tipo de Atividade | Descrição da Atividade | Link para mais informação |
|------------|---------------------------|---|---------------------------|
| Desde 1993 | Atividades de consultoria | Apoio a empresas na Gestão de Marketing e Comercial | -- |

Atividades Letivas

| Ano Letivo | Sem. | Nome da Unidade Curricular | Curso(s) | Coord |
|------------|------|--|--|-------|
| 2026/2027 | 2º | Retail Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Não |
| 2026/2027 | 1º | Comportamento e Experiência do Consumidor | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2026/2027 | 1º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2025/2026 | 2º | Design Thinking e Desenvolvimento de Produto | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2025/2026 | 2º | Fundamentos de Marketing | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2025/2026 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; | Sim |
| 2025/2026 | 1º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2025/2026 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2024/2025 | 2º | Design Thinking e Desenvolvimento de Produto | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2024/2025 | 2º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2024/2025 | 2º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |

| | | | | |
|-----------|----|--|--|-----|
| 2024/2025 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; | Sim |
| 2024/2025 | 1º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2024/2025 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 2º | Design Thinking e Desenvolvimento de Produto | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 2º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2023/2024 | 2º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2023/2024 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; | Sim |
| 2023/2024 | 1º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2023/2024 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 2º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2022/2023 | 2º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2022/2023 | 2º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2021/2022 | 2º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2021/2022 | 2º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Estratégia e Planeamento de Marketing | Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; | Não |
| 2021/2022 | 1º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2021/2022 | 1º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2021/2022 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 2º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2020/2021 | 1º | Workshop Design Thinking | | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Marketing Communication | | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|--------------------------|--|-----|
| 2020/2021 | 1º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2020/2021 | 1º | Marketing Operacional | Licenciatura em Gestão; | Não |
| 2020/2021 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2019/2020 | 1º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2019/2020 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2018/2019 | 1º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2018/2019 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2017/2018 | 2º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2017/2018 | 1º | Gestão do Marketing | | Não |
| 2017/2018 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Comunicação de Marketing | Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2014/2015 | 1º | Comunicação de Marketing | | Não |
| 2013/2014 | 2º | Comunicação em Marketing | | Não |
| 2013/2014 | 1º | Comunicação de Marketing | | Não |

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Estado | Instituição |
|---|---------------------------|---|--------|----------|-------------|
| 1 | João Pedro Morão de Abreu | A Influência do Instagram na Construção de Love Brands no Setor de Luxo Português | -- | Em curso | Iscte |

| | | | | | |
|---|-----------------------------------|---|----|----------|-------|
| 2 | Tânia Sofia Ratana Nunes Apóstolo | Impacto do E-Commerce direct-to-consumer (D2C) na Tomada de Decisão Organizacional: O Caso da Gallo | -- | Em curso | Iscte |
| 3 | Duarte Nuno Farinha de Elvas | Creation of a Communication Plan for Sofrapa - An after-sales company in the automobile industry | -- | Em curso | Iscte |
| 4 | Rita Silveira Marques Teixeira | ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL PARA UMA PEQUENA EMPRESA OFFLINE | -- | Em curso | Iscte |

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|--|--|-----------|-------------|------------------|
| 1 | Matilde Amaral de Mesquita Pimentel | Marcas de Moda de Luxo: a personalidade da marca afeta o comportamento do consumidor | Inglês | Iscte | 2023 |
| 2 | Andrea Biagi | Use a narrativa como técnica de comunicação para melhorar o engajamento do cliente em relação a uma marca: proposta de história de marca para a adega Poliziano (Montepulciano, Toscana) | Inglês | Iscte | 2021 |
| 3 | Marie Julie Coffinet | IMPLEMENTAÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA DIGITAL CENTRADA NO CONSUMIDOR PARA A BIODERMA IRLANDA | Inglês | Iscte | 2020 |
| 4 | Ana Rita Fernandes da Silva | City Branding: o desafio Lisboaeta | Inglês | Iscte | 2014 |
| 5 | Sílvia Raquel dos Santos Matias | Os Factores que influenciam os utilizadores do Facebook a aderir às páginas das marcas em Portugal | Português | Iscte | 2012 |
| 6 | Pedro Quaresma Rodrigues Inness Laranjeira | Caso DRILL - Um meio para atingir um fim | Português | Iscte | 2011 |

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|------------------------------------|--|-----------|-------------|------------------|
| 1 | Marta Rodrigues de Oliveira Pratas | Motivação e Desenvolvimento da Força de Vendas na Indústria Farmacêutica através de uma Estratégia de Gamification | Português | Iscte | 2023 |
| 2 | Romy Alexandra Timmer | Encontrar a aplicação Roommates 'Hatch' | Inglês | Iscte | 2022 |

| | | | | | |
|----|--|---|-----------|-------|------|
| 3 | Mariana da Silva Pêra | A importância de uma estratégia integrada de marketing e comunicação para melhorar a eficácia da Iniciativa Plus, sendo uma PMW na indústria farmacêutica | Inglês | Iscte | 2022 |
| 4 | Daniela Alexandra Duarte Trony | Implementação de uma campanha de publicidade de pesquisa e display para uma pequena empresa: A campanha de Google Ads da Princlândia | Inglês | Iscte | 2022 |
| 5 | João Miguel Rodrigues Rocha | Plano de Comunicação Digital para a YORN | Português | Iscte | 2022 |
| 6 | Fernanda Paula Carmo Delgado | Plano de Desenvolvimento de negócio: ?As Marioskas da Teresa?, (Artesanato Urbano) | Português | Iscte | 2020 |
| 7 | Inês Guerreiro Costa da Silva Carita | Estratégia de Marketing Digital para Implementar uma Marca de Refrigerantes para o Target Jovem - Caso Blue | Português | Iscte | 2019 |
| 8 | Diana Filipa da Costa Vieira Jordão | Internationalização de uma Marca de Luxo Digital: Caso de Estudo Josefinas | Inglês | Iscte | 2019 |
| 9 | Julia Mercante de Oliveira | A Proposta de Valor e a Extensão de Marca - Caso Pedagógico Time Out Market | Português | Iscte | 2018 |
| 10 | Caroline Claire Marie Monin | Le Cocoon - Coworking Innovative Business Plan. | Inglês | Iscte | 2018 |
| 11 | Gonçalo Filipe de Lemos Trindade | Leveraging Brands at Music Festivals - NOS Alive Sponsorship | Inglês | Iscte | 2017 |
| 12 | Daniel Susano Gil | The Effectiveness of Tennis Events Sponsorship: Millennium Estoril Open | Inglês | Iscte | 2017 |
| 13 | Pedro Ferreira | Business Plan for an Innovative Job Search Platform | Inglês | Iscte | 2016 |
| 14 | Ana Rita Rosmaninho Augusto | O Blogue enquanto fonte de informação: O poder dos conteúdos partilhados online no processo de decisão de compra do consumidor de moda | Português | Iscte | 2013 |
| 15 | Pedro Camossa Coelho de Figueiredo Costa | Como Aumentar as Assistências dos Jogos de Futebol da Associação Académica de Coimbra - O.A.F. | Português | Iscte | 2013 |
| 16 | Filipa Valentim Abrantes | Caso de Estudo - Rebranding EDP 2011 | Português | Iscte | 2013 |
| 17 | Tiago André Neves de Almeida Pereira | Orientações Estratégicas para Acrescentar Valor à Oferta Dirigida a Segmentos Premium de Clubes de Futebol: O Red Pass do Sport Lisboa e Benfica | Português | Iscte | 2013 |
| 18 | Maria Leonor Cordeiro Vicente | Posicionamento de uma Marca B2B junto do Mercado Final | Português | Iscte | 2012 |

