Aviso: [2026-11-18 05:29] 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 Associada 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	Design Thinking e Desenvolvimento de Produto	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2026/2027	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Não
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		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		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		Sim
2022/2023	2º	Gestão do Marketing		Não
2022/2023	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não
2022/2023	2º	Comunicação 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		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		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		Sim
2019/2020	2º	Gestão do Marketing		Não
2019/2020	1º	Gestão do Marketing		Não
2019/2020	1º	Comunicação de Marketing		Sim
2018/2019	2º	Gestão do Marketing		Não
2018/2019	1º	Gestão do Marketing		Não
2018/2019	1º	Comunicação de Marketing		Sim
2017/2018	2º	Gestão do Marketing		Não
2017/2018	1º	Gestão do Marketing		Não
2017/2018	1º	Comunicação de Marketing		Sim
2016/2017	1º	Comunicação de Marketing		Sim
2016/2017	1º	Comunicação 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	Duarte Nuno Farinha de Elvas	Creation of a Communication Plan for Sofrapa - An after-sales company in the automobile industry	--	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 historia 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 Lisboeta	Inglês	Iscte	2014
5	Sílvia Raquel dos Santos Matias	Os Factores que influenciam os utilizadores do Facebook a aderir às paginas 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 industria 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 Princelandia	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