

Aviso: [2026-02-04 16:15] 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 .
2025/2026	2º	Design Thinking e Desenvolvimento de Produto		Sim
2025/2026	2º	Fundamentos de Marketing		Não
2025/2026	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing		Sim
2025/2026	1º	Marketing Operacional		Não
2025/2026	1º	Comunicação de Marketing		Sim
2024/2025	2º	Design Thinking e Desenvolvimento de Produto		Sim
2024/2025	2º	Gestão do Marketing		Não
2024/2025	2º	Marketing Operacional		Não
2024/2025	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing		Sim
2024/2025	1º	Marketing Operacional		Não
2024/2025	1º	Comunicação de Marketing		Sim
2023/2024	2º	Design Thinking e Desenvolvimento de Produto		Sim
2023/2024	2º	Gestão do Marketing		Não

2023/2024	2º	Marketing Operacional		Não
2023/2024	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing		Sim
2023/2024	1º	Marketing Operacional		Não
2023/2024	1º	Comunicação de Marketing		Sim
2022/2023	2º	Gestão do Marketing		Não
2022/2023	2º	Marketing Operacional		Não
2022/2023	2º	Comunicação de Marketing		Sim
2022/2023	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing		Sim
2022/2023	1º	Marketing Operacional		Não
2021/2022	2º	Marketing Operacional		Não
2021/2022	2º	Comunicação de Marketing		Sim
2021/2022	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing		Não
2021/2022	1º	Gestão do Marketing		Não
2021/2022	1º	Marketing Operacional		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		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	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

- 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 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 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 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 Josefina	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	Filipa Valentim Abrantes	Caso de Estudo - Rebranding EDP 2011	Português	Iscte	2013
16	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
17	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
18	Maria Leonor Cordeiro Vicente	Posicionamento de uma Marca B2B junto do Mercado Final	Português	Iscte	2012