Aviso: [2026-11-23 09:50] 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.

João Faria Gomes

Professor Auxiliar Convidado
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)



Contactos

E-mail	J.Faria.Gomes@iscte-iul.pt
Gabinete	D4.26
Telefone	217650471 (Ext: 279426)
Cacifo	103

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
Faculdade de Ciências Económicas Empresariais - UCP	Licenciatura	Administração e Gestão de Empresas	1997

Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
2014 - 2014	NOS	--	Criação da Marca, Arquitectura de Marca
2014 - 2015	Fordesi	--	Reinvenção da Marca
2014 - 2014	Wolff Olins	--	Consultadoria de Marca

2013 - 2014	Angola LNG	--	Reinvenção da Marca
2013 - 2014	DAE Express	--	Criação da Marca, Arquitectura de Marca
2013 - 2016	Mais Farmácia	--	Estratégia de Marca, Identidade, Arquitectura de Marca
Desde 2012	ISCTE	--	Professor Summer School
2012 - 2014	Inapem	--	Reinvenção da Marca
2011 - 2012	GCI	--	Estratégia de Marca, Identidade
2010 - 2010	Airtel	--	Estratégia de Vendas B2B
Desde 2009	Audax-Iscte	--	Consultor
2009 - 2010	Euro RSCG	--	Consultor
2008 - 2008	Sovena	--	Criação da Marca, Arquitectura de Marca
Desde 2006	INDEG-ISCTE	--	Professor
2006 - 2013	INDEG-ISCTE	--	Director de Programa Brand Management
2006 - 2006	Oi	--	Criação da Marca, Arquitectura de Marca
2006 - 2007	Vivo	--	Identidade da marca, Arquitectura de Marca
2006 - 2007	My Brand	--	Consultor
2006 - 2007	EDP	--	Reinvenção da Marca

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2026/2027	2º	Expressão e Identidade da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2026/2027	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2026/2027	1º	Gestão de Marcas	Mestrado em Marketing;	Não
2026/2027	1º	Gestão de Marcas	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2025/2026	2º	Expressão e Identidade da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2025/2026	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2025/2026	2º	Criaçao e Gestão de Marcas		Sim

2025/2026	2º	Marketing Digital e Experiência do Cliente		Não
2025/2026	1º	Gestão de Marcas	Mestrado em Marketing;	Não
2025/2026	1º	Gestão de Marcas	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	2º	Expressão e Identidade da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2024/2025	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2024/2025	2º	Criaçao e Gestão de Marcas		Não
2024/2025	2º	Marketing Digital e Experiência do Cliente		Não
2024/2025	1º	Gestão de Marcas	Mestrado em Marketing;	Não
2024/2025	1º	Gestão de Marcas	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2023/2024	2º	Expressão e Identidade da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2023/2024	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2023/2024	2º	Criaçao e Gestão de Marcas		Não
2023/2024	2º	Identidade e Imagem Corporativa e de Lugares	Outro em Pós graduação em Placebranding e Placemarketing;	Sim
2023/2024	2º	Webinar Placebranding e Placemarketing	Outro em Pós graduação em Placebranding e Placemarketing;	Não
2023/2024	1º	Gestão de Marcas		Sim
2023/2024	1º	Gestão de Marcas	Mestrado em Marketing;	Não
2023/2024	1º	Gestão de Marcas	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2022/2023	2º	Expressão e Identidade da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2022/2023	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2022/2023	2º	Criaçao e Gestão de Marcas		Não
2022/2023	2º	Gestão de Marcas		Sim
2022/2023	1º	Marketing Empresarial		Sim

2022/2023	1º	Gestão de Marcas	Mestrado em Marketing;	Não
2021/2022	2º	Expressão e Identidade da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2021/2022	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2021/2022	2º	Criaçao e Gestão de Marcas		Sim
2021/2022	2º	Marketing Digital e Experiência do Cliente		Não
2021/2022	2º	Gestão de Marcas		Sim
2021/2022	1º	Marketing Empresarial		Não
2021/2022	1º	Marketing Empresarial		Não
2021/2022	1º	Gestão de Marcas		Sim
2021/2022	1º	Gestão de Marcas	Mestrado em Marketing;	Não
2020/2021	2º	Expressão e Identidade da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2020/2021	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2020/2021	2º	Criaçao e Gestão de Marcas		Sim
2020/2021	2º	Marketing Digital e Experiência do Cliente		Sim
2020/2021	2º	Gestão de Marcas		Sim
2020/2021	2º	Gestão de Marcas		Sim
2020/2021	1º	Gestão de Marcas		Sim
2020/2021	1º	Branding		Sim
2020/2021	1º	Workshop Gestão de Marcas		Sim
2020/2021	1º	Gestão de Marcas	Mestrado em Marketing;	Não
2019/2020	2º	Expressão e Identidade da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2019/2020	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2019/2020	2º	Criatividade e Inovação em Marketing		Sim

2019/2020	2º	Marketing Operacional		Não
2019/2020	2º	Gestão de Marcas		Sim
2019/2020	1º	Gestão de Marcas		Sim
2019/2020	1º	Gestão de Marcas	Mestrado em Marketing;	Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Ana Filipa de Castro e Quadros do Carmo Peres	FPD - Processodesign, Webdesign strategy for agency´s website.	Inglês	Iscte	2011

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Pedro Miguel Catarino da Silva	Plano de Comunicação para Negócio Wanna	Português	Iscte	2016
2	Markéta Muchnová	Adidas Originals PRODUCT (RED). Development of a cause-related marketing plan	Inglês	Iscte	2014
3	Ana Isabel Gomes Queirós	Vending Machines as a Distribution Channel for the Market of Sparkling Water: A reinvention of the packaging applied to frize	Inglês	Iscte	2013
4	Inês Seijo Carrasco Pinheiro Gante	Caso Pedagógico Arredonda - Estratégia de Marketing de Causas	Português	Iscte	2013
5	Tiago Manuel Henriques Correia	Arquitectura de Marca de Vinhos Quinta Vale dos Fornos	Português	Iscte	2013
6	Tiago Filipe Duarte Ferreira	Estratégia Digital da marca Umbelino Monteiro, S.A., para o ano 2013	Português	Iscte	2012
7	Inês Paulo Frazão	Fravizel Communication Plan	Inglês	Iscte	2012
8	Rui Pedro Folgado Brás Pereira	Reorganização dos Serviços Profissionais da Outsystems	Português	Iscte	2012
9	Tânia Guerreiro de Avillez Melo e Castro	Caso Pedagógico Morangos com Açúcar a Deversificação das Fontes de Receita	Português	Iscte	2012

10	André Filipe Monteiro Leite da Silva Coelho	Projecto de Liderança de Marca no Mercado - Plano de Comunicação Seca	Português	Iscte	2012
11	José Pedro Côrte-Real de Matos Tomaz	O Papel da Comunicação no Lançamento da Bebida Sunlover	Português	Iscte	2012
12	Mariana Sofia Neto Néri	Plano de Comunicação Digital da Marca CIF.	--	Iscte	2011
13	Sílvia Ferreira de Sousa Botelho	Business Process Change in the Shipping Industry	Inglês	Iscte	2011
14	Rita Alexandra Féria Gato Contreiras Revez	Plano de Comunicação - Marca de Vinho Amnésia.	Português	Iscte	2010
15	Veronika Haag	A Relação Existente entre os Meios de Hospedagem e o Turismo de Negócios e Eventos em Belo Horizonte.	Português	Iscte	2010
16	Sandra Cláudia dos Santos Nogueira Pereira Moutinho	As Indústrias Culturais e Criativas como Plataforma de Inovação Social: Criação de uma Marca.	Português	Iscte	2010
17	Sara Cristina Varão Fernandes	Pós-Bolonha: O Valor do Grau de Mestre nas Pós-Graduações do ISQ.	Português	Iscte	2010
18	Luciana Ribeiro Macedo	Reinvenção da Expressão da Marca: Agroline.	Português	Iscte	2008

Cargos de Gestão Académica

Director (2011 - 2013)
Unidade/Área: [053] Gestão de Marcas

Director (2010 - 2011)
Unidade/Área: [053] Gestão de Marcas

Prémios

Melhor Professor do Programa (2012)

Melhor Professor do Programa (2011)

Melhor Professor do Programa (2010)

Associações Profissionais

OTOC (Desde 2008)