

Aviso: [2024-11-21 13:10] 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.

José Pedro da Cunha Catalão Dionísio

**Diretor**

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

Professor Catedrático

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

Investigador Associado

BRU-Iscte - Business Research Unit (IBS)

[Grupo de Marketing]

Contactos

E-mail

pedro.dionisio@iscte-iul.pt

Gabinete

D4.20

Telefone

217650462 (Ext: 220208)

Cacifo

104-B

Currículo

Principais competências - Investigações nas áreas de Marketing Desportivo, Retalho, Marca e Novas Tendências de Marketing.

Competências profissionais - Direção do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral durante 6 anos; Membro do Comité Científico do Laboratório de Investigação de Marketing Aplicado - Marketing FutureCast Lab

Ambições - Desenvolvimento de atividades de investigação que façam a ligação entre o conhecimento científico e as necessidades da sociedade nos domínios da investigação a que me dedico.

Áreas de Investigação

Marketing Desportivo

| |
|-------------------------------|
| Retalho |
| Marca |
| Novas tendências de marketing |

Qualificações Académicas

| Universidade/Instituição | Tipo | Curso | Período |
|---|--------------|----------------------------------|---------|
| ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa | Agregação | Gestão | 2018 |
| L'École des Hautes Études Commerciales | Doutoramento | Organização e Gestão de Empresas | 1992 |
| Jouy-en-Josas | Mestrado | Altos Estudos Comerciais | 1988 |
| Universidade de Paris Dauphine | Mestrado | Estratégia Comercial | 1987 |
| ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa | Licenciatura | Organização e Gestão de Empresas | 1983 |
| ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa | Licenciatura | Sociologia | 1978 |

Atividades Profissionais Externas

| Período | Empregador | País | Descrição |
|-------------|-----------------------------------|----------|---|
| Desde 2008 | AUDAX ISCTE (Future Cast Lab) | Portugal | Membro Conselho Científico e Investigador |
| 2000 - 2004 | IMR | Portugal | |
| 1994 - 2002 | Emirec Comunicação | Portugal | |
| 1993 - 1998 | Forglo (Tracy Internacional) | Portugal | |
| 1984 - 1985 | Fábrica Escola Irmãos Stephens | Portugal | |
| 1983 - 1984 | Microbelo | Portugal | |
| 1976 - 1981 | COOLI - comercialização de livros | Portugal | |

Atividades Letivas

| Ano Letivo | Sem. | Nome da Unidade Curricular | Curso(s) | Coord |
|------------|------|----------------------------|--------------------------------------|-------|
| 2024/2025 | 2º | Ateliers de Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---|--|-----|
| 2024/2025 | 2º | Projecto de Marketing Empresarial | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2024/2025 | 2º | Animação de Equipas Comerciais e Negociação | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2024/2025 | 1º | Marketing Político | Curso de Pós Graduação em Políticas Territoriais; Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política; Curso Institucional em Escola de Gestão; | Sim |
| 2024/2025 | 1º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão; | Sim |
| 2024/2025 | 1º | Gestão de Vendas | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2024/2025 | 1º | Negociação Comercial | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 2º | Ateliers de Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 2º | Marketing Desportivo | Seminário de Especialização em Marketing Desportivo; | Sim |
| 2023/2024 | 2º | Placebranding Positioning | 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 | 2º | Projecto de Marketing Empresarial | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 2º | Animação de Equipas Comerciais e Negociação | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 1º | Marketing Político | Curso de Pós Graduação em Políticas Territoriais; Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política; Curso Institucional em Escola de Gestão; | Sim |
| 2023/2024 | 1º | Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1 | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 1º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão; | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---|--|-----|
| 2023/2024 | 1º | Gestão de Vendas | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 1º | Negociação Comercial | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 1º | Marketing Desportivo | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; | Sim |
| 2022/2023 | 2º | Ateliers de Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 2º | Projecto de Marketing Empresarial | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 2º | Animação de Equipas Comerciais e Negociação | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Marketing Político | Curso de Pós Graduação em Políticas Territoriais; Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política; Curso Institucional em Escola de Gestão; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Gestão de Vendas | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Comportamento e Experiência do Consumidor | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Negociação Comercial | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Comunicação Integrada em Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Marketing Desportivo | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; | Sim |
| 2021/2022 | 2º | Ateliers de Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 2º | Comunicação e Sistemas | Curso de Especialização em FORGEP - Formação em Gestão Pública; | Não |
| 2021/2022 | 2º | Retail Marketing | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 2º | Animação de Equipas Comerciais e Negociação | Mestrado em Marketing; | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---|--|-----|
| 2021/2022 | 1º | Marketing Político | Curso de Pós Graduação em Políticas Territoriais; Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política; Curso Institucional em Escola de Gestão; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1 | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1 | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Comunicação e Sistemas | Curso de Especialização em FORGEP - Formação em Gestão Pública; | Não |
| 2021/2022 | 1º | Gestão de Vendas | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Comportamento e Experiência do Consumidor | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Negociação Comercial | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Comunicação Integrada em Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Gestão de Canais de Distribuição | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Marketing Desportivo | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Marketing Desportivo | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; | Sim |
| 2020/2021 | 2º | Ateliers de Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 2º | Comunicação e Sistemas | Curso de Especialização em FORGEP - Formação em Gestão Pública; | Não |
| 2020/2021 | 2º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão; | Sim |
| 2020/2021 | 2º | Retail Marketing | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---|--|-----|
| 2020/2021 | 2º | Animação de Equipas Comerciais e Negociação | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Marketing Político | Curso de Pós Graduação em Políticas Territoriais; Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política; Curso Institucional em Escola de Gestão; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1 | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1 | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Workshop Omnichannel | Outro em Programa Aplicado Online em Inovação em Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Gestão do Marketing | Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Comportamento e Experiência do Consumidor | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Negociação Comercial | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Comunicação Integrada em Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Gestão de Canais de Distribuição | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Marketing Desportivo | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Marketing Desportivo | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Marketing Político | Curso de Pós Graduação em Políticas Territoriais; Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política; Curso Institucional em Escola de Gestão; | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Comunicação em Marketing | Curso Institucional em Escola de Gestão; | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---|--|-----|
| 2019/2020 | 2º | Retail Marketing | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Animação de Equipas Comerciais e Negociação | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Marketing Político | Curso de Pós Graduação em Políticas Territoriais; Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política; Curso Institucional em Escola de Gestão; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1 | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Gestão de Vendas | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Comportamento e Experiência do Consumidor | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Negociação Comercial | Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Comunicação Integrada em Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Gestão de Canais de Distribuição | Mestrado em Marketing; | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Marketing Desportivo | Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Especialização em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; | Sim |

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Estado | Instituição |
|---|------------------------|---|-----------|----------|-------------|
| 1 | Ana Comporta | A influência da comunicação da marca na formação da reputação corporativa | Português | Em curso | ISCTE-IUL |
| 2 | Maria Manuel Guimarães | Valor da marca nos processos de fusão | Inglês | Em curso | ISCTE-IUL |
| 3 | Maria Estarreja | Marca e actividade promocional | Inglês | Em curso | ISCTE-IUL |

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|---|--|-----------|-------------|------------------|
| 1 | Maria Alves Machado de Sousa de Macedo | Influence of different sponsorship contexts in the Bios*-Consumer brand relationship model (BCBR model) mutualism and antagonism clusters and purchase intention | -- | ISCTE-IUL | 2017 |
| 2 | Ma Fei | Cosmeceutical Products in China?s Retail Pharmacies: a Consumers? Satisfaction Study | -- | ISCTE-IUL | 2016 |
| 3 | Ana Maria Vitorino Ferreira Comporta | A influência da avaliação da comunicação da marca na formação da reputação corporativa. A visão dos clientes empresariais | -- | ISCTE-IUL | 2015 |
| 4 | Ana Patrícia Pinto de Lima | A interdependência entre as marcas e as comunidades de marca ? Os casos da Vespa e da Harley Davidson | Português | ISCTE-IUL | 2014 |
| 5 | Luísa Cláudia Lopes Agante | As influências sobre as crianças na escolha de marcas de roupa e calçado | Português | ISCTE-IUL | 2010 |
| 6 | Joana Pinto Leite César Machado Ortigão de Oliveira | A identidade corporativa em situação de fusão. Como se juntam nomes e logótipos e como as pessoas os percebem | Português | ISCTE-IUL | 2009 |
| 7 | Ana Filipa da Rocha de Castro e Côte-Real | A Atitude das Crianças Face Às Mascotes das Marcas | -- | ISCTE-IUL | 2007 |

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Estado | Instituição |
|---|-------------------------|---|--------|----------|-------------|
| 1 | Tiago Rodrigues Peralta | HMS Triathlon Series e a sua Projeção para o ano 2025 | -- | Em curso | ISCTE-IUL |
| 2 | Talita Tamelini | Do Atlântico ao Mediterrâneo | -- | Em curso | ISCTE-IUL |

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|------------------------------|---|-----------|-------------|------------------|
| 1 | Nádia Irine Mendes Gonçalves | A prática do Marketing de Influência no Instagram: O papel do influenciador digital | Português | ISCTE-IUL | 2023 |
| 2 | Jurrian Martina | Um Vislumbre do Futuro: A Influência da Realidade Virtual e Realidade Aumentada na Indústria de Fitness | Inglês | ISCTE-IUL | 2023 |
| 3 | Carolina Pereira Perez | O interesse das competições oficiais para as atletas sub-13 do futebol feminino | Português | ISCTE-IUL | 2022 |

| | | | | | |
|----|--|--|-----------|-----------|------|
| 4 | Vasco Costa Pisa | Mudanças no comportamento do consumidor na compra e no consumo do setor de restaurantes causadas pelo confinamento | Inglês | ISCTE-IUL | 2022 |
| 5 | Afonso Venes | Impactos da Pandemia Covid-19: Comportamento do Consumidor no Mercado de Café | Inglês | ISCTE-IUL | 2022 |
| 6 | Hugo Miguel Marques da Costa | Novos Hábitos de Compra e Consumo na Categoria de Produtos de Limpeza após os Confinamentos provocados pela Covid-19 | Inglês | ISCTE-IUL | 2022 |
| 7 | Inês de Castro Côrte-Real Farinha Beirão | O impacto do Covid no comportamento do consumidor: a categoria de produto dos molhos | Inglês | ISCTE-IUL | 2022 |
| 8 | Madalena Lucas de Almeida Nunes | O impacto do Patrocínio Desportivo no Valor da Marca | Inglês | ISCTE-IUL | 2022 |
| 9 | Gabriel Antunes da Encarnação | O Impacto da Produção do Serviço e das Dimensões da Experiência na Lealdade dos visitantes de Festivais de Música Portugueses | Português | ISCTE-IUL | 2021 |
| 10 | Diogo Matos dos Santos de Magalhães Oliveira | Patrocínios em Marketing Desportivo: Os efeitos de patrocínios desportivos no reconhecimento, exposição, atitude face a um patrocinador, congruência, intenções de compra e patrocínio simultâneo a um clube rival | Inglês | ISCTE-IUL | 2019 |
| 11 | Maria Eugénia Gorjão Bertrand de Sousa Barriga | Inteligência Artificial Aplicada à Gestão de Marketing - Tendências e Projeções Segundo Especialistas | Inglês | ISCTE-IUL | 2019 |
| 12 | Gonçalo Gomes Cunha | Avaliação do impacto de grandes provas de corrida em Lisboa | Português | ISCTE-IUL | 2019 |
| 13 | Catarina Martins Reis | Atração de Mega Eventos Desportivos para a Cidade de Lisboa | Inglês | ISCTE-IUL | 2018 |
| 14 | Júlio Miguel Moreira Almeida | Sports spectatorship in Lisbon - how leveraging consumers' motivations can increase attendance and community spirit | Inglês | ISCTE-IUL | 2018 |
| 15 | Inês Alexandra Henriques Martins | Lisboa Desporto - Como atrair e manter motivados atletas não profissionais | Inglês | ISCTE-IUL | 2018 |
| 16 | João Pedro Henriques Magalhães | Otimização do Orçamento de Marketing: Métricas-Chave e Tendências, de Acordo com os Especialistas | Inglês | ISCTE-IUL | 2018 |
| 17 | Raquel Patrícia Matos Sousa | THE IMPACT OF NEW RETAIL TRENDS IN THE CONTEXT OF CONVENIENCE STORES | Inglês | ISCTE-IUL | 2018 |

| | | | | | |
|----|---|---|-----------|---------------------------------|------|
| 18 | Mariana Ventura Rodrigues | New Trends In Store Atmosphere: An application to the telecommunication sector | Inglês | ISCTE-IUL | 2017 |
| 19 | Filipe de Amaral Pedro Bota de Mendonça | New Trends in Marketing: The impact in convenience store's atmosphere | Inglês | ISCTE-IUL | 2017 |
| 20 | Filipa Loja Gomes Ferreira Evangelista | The Impact of New Trends in Supermarket Environment: The Case of the Olive Oil Sector | Inglês | ISCTE-IUL | 2017 |
| 21 | Mafalda dos Santos Simões | New Trends in Store Atmosphere: An Application to the Banking Sector | Inglês | ISCTE-IUL | 2017 |
| 22 | Dharmite Tushar Narendra | The Influence of New Trends in Store Atmospherics on Customer Experience in a Convenience Store Environment in Portugal | Inglês | ISCTE-IUL | 2017 |
| 23 | Enoque Jerónimo Nhatinombe Massango | Internacionalização como Estratégia de Competitividade: O caso do Grupo Soico | Português | ISCTE-IUL | 2016 |
| 24 | Marco António Vicente Madeira Barruncho | Estádio 2.0 - O Futebol do Futuro Estudo de caso do Sport Lisboa e Benfica Manchester City | Português | ISCTE-IUL | 2015 |
| 25 | Pedro Miguel Correia Nunes | Segmentação do Mercado de Acesso à Internet Segundo Critérios Comportamentais | Português | ISCTE-IUL | 2013 |
| 26 | Pedro Miguel Oliveira de Carvalho | A Importância e o Futuro do E_book no Mercado Livreiro em Portugal | Português | ISCTE-IUL | 2012 |
| 27 | João Pedro Ferreira Alves dos Santos | O seu Sofá no Estádio do Futuro. Tecnologia - Revolucionando a experiência do adepto | Português | ISCTE-IUL | 2012 |
| 28 | Mac Vai Ium | Marketing num lugar pequeno | Português | Universidade de Macau | -- |
| 29 | Miguel Lage | A dimensão tribal do consumo de produtos relacionados com clubes de futebol | Português | ISEG | -- |
| 30 | Carlos Reis | Efeito da configuração do planograma na rentabilidade do linear | Português | -- | -- |
| 31 | Paula Hortinha | Aplicação do modelo Logit à marca própria de uma cadeia de distribuição retalhista | Português | Universidade Católica de Lisboa | -- |
| 32 | Sara Souto | Marketing Tribal | Português | ISCEM | -- |

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|--|-------------------|---------------|--------|-------------|------------------|
|--|-------------------|---------------|--------|-------------|------------------|

| | | | | | |
|----|---|--|-----------|-----------|------|
| 1 | Jéssica Schepens Pires de Melo | Projeto Sport Clube União Torreense: Um carnaval a cada em 15 dias | Inglês | ISCTE-IUL | 2021 |
| 2 | João Hugo Borges Barreto Silva | Plano de Negócio: Lost Doc, uma forma eficiente de encontrar e entregar itens perdidos aos seus proprietário. | Inglês | ISCTE-IUL | 2021 |
| 3 | Francisco Martins Bação Saraiva | WHAT CHARACTERISTICS DO SPORTING CP MEMBERS PERCEIVE FOR THE NEXT BOARD PRESIDENT? | Inglês | ISCTE-IUL | 2019 |
| 4 | André Pinto da Costa | Novas Tendências em Lojas de Conveniência | Inglês | ISCTE-IUL | 2018 |
| 5 | Tiago Filipe Aleixo da Paula | Recruiting, Educating and Retaining Customers:The Case of Listerine | Inglês | ISCTE-IUL | 2017 |
| 6 | Felipe Martins Brand da Costa | A Case Study on International Marketing - The challenge of a european fireplace company entering the brazilian market | Inglês | ISCTE-IUL | 2014 |
| 7 | Ricardo Manuel da Silva Sá Pinto | O Impacto da Liderança do Treinador na Fase de Transição do Futebol de Formação para o Futebol Profissional | Português | ISCTE-IUL | 2013 |
| 8 | José Miguel Pereira Diamantino de Matos | Apostas Desportivas Online Comportamento e Perfil do Apostador Português | Português | ISCTE-IUL | 2013 |
| 9 | Amélia Maria de Brito Pires Eusébio | Na Imagem da Marca e na Atitude do Consumidor. Estudo exploratório da transferência da imagem no patrocínio e avaliação do seu impacto na intenção de compra da marca | Português | ISCTE-IUL | 2013 |
| 10 | Marta Sofia Abrantes Lousada | From bookstores to digital era - How and why the information-seeking behavior is changing in education and which are the main factors that cause those changes and its impacts and challenges on the future of this business | Inglês | ISCTE-IUL | 2012 |
| 11 | Gonçalo Pedro de Sousa de Leite Peixoto | L'Oréal Professionnel Homme Case Study | Inglês | ISCTE-IUL | 2012 |
| 12 | Cátia Alexandra dos Santos Reis | O Electronic Word-of-Mouth nas Comunidades Virtuais - Uma análise à presença da Westrags blogues de moda | Inglês | ISCTE-IUL | 2012 |
| 13 | Daniela Duarte da Silva | Online Buying Behavior in Entertainment Products | Inglês | ISCTE-IUL | 2012 |
| 14 | Sofia Rodrigues Brito de Abreu | University students: buying behavior of books and illegal copy market | Inglês | ISCTE-IUL | 2012 |
| 15 | Erika de Melo Monteiro Almeida | Portuguese Online Consumer and Buying Behavior for Home Products | Português | ISCTE-IUL | 2012 |

| | | | | | |
|----|--|---|-----------|-----------|------|
| 16 | Filipa Inês da Graça Sousa | Retailtainment - Popota fun experience | Inglês | ISCTE-IUL | 2012 |
| 17 | Afonso Manuel Costa Gaspar da Silva Domingos | Volvo Ocean Race: O retorno do investimento dos patrocinadores | Português | ISCTE-IUL | 2012 |
| 18 | Joana Prieto Afonso de Neville e Lencastre | DIESEL - Reinforcing the Brand with a New Product | Inglês | ISCTE-IUL | 2012 |
| 19 | Danyel Gil Porato | Construir uma Campanha de Comunicação: Caso Diesel - L'Oreal Brandstorm 2010 | Português | ISCTE-IUL | 2012 |
| 20 | Francisco José Mairos Ferreira | O Impacto da Crise Financeira de 2008 no Comportamento dos Investidores. | -- | ISCTE-IUL | 2011 |
| 21 | Isabel Gonçalves Branco | | -- | ISCTE-IUL | 2011 |
| 22 | João Pedro Real de Sousa Ribeiro | | -- | ISCTE-IUL | 2011 |
| 23 | José António Serrenho Vinagre | | -- | ISCTE-IUL | 2011 |
| 24 | Rita António Mendes Rainha | Análise da Regularidade de Participação em Convenções de Fitness. Estudo de caso: Convenção Internacional de actividade física "O Corpo em Movimento" 2007 a 2010 | Português | ISCTE-IUL | 2011 |
| 25 | João Pedro Medeiros Cardoso | Patrocínios Desportivos: A Sagres e a Liga Portuguesa de Futebol Profissional. | -- | ISCTE-IUL | 2011 |
| 26 | Nuno Alexandre dos Reis Teixeira | O papel da recomendação online no processo de tomada de decisão dos jovens portugueses. | -- | ISCTE-IUL | 2011 |
| 27 | Isabel Rita Soromenho Silva Santos Sequeira | Caso Pedagógico Delta Q - Estratégia Integrada de Comunicação. | -- | ISCTE-IUL | 2011 |
| 28 | Luís Miguel de Sousa Sobral | Public e Tendering in Portugal - VortalGOV Case Study. | Português | ISCTE-IUL | 2011 |
| 29 | Carla Cristina Gonçalves Gaspar | Qualidade da Prestação dos Serviços, na Fidelização e Retenção de Clientes do Health Club EVERY.BODY | Português | ISCTE-IUL | 2011 |
| 30 | Valter Jorge Alcoforado Barreira | Business Networking: As necessidades de aquisição de competências dos executivos em Portugal. | Português | ISCTE-IUL | 2011 |
| 31 | Ana Cristina Dinis da Silva Fanha Vicente Soares | Caso: Público - A Comunicação na Era da Mudança. | Português | ISCTE-IUL | 2010 |
| 32 | Hugo Miguel Ramos Sousa | Patrocínios Desportivos, Dimensões mais Valorizadas numa Celebridade Desportiva por um Patrocinador. | Português | ISCTE-IUL | 2010 |

| | | | | | |
|----|---------------------------------------|---|-----------|-----------|------|
| 33 | Cláudia Patrícia Vicente Canedo | Caso Gamebox - Como Inverter a Tendência de Estagnação de Vendas | Português | ISCTE-IUL | 2010 |
| 34 | Marta da Silva Lopes | Corrida Novas Oportunidades - Porquê Participar? | Português | ISCTE-IUL | 2010 |
| 35 | Henrique António Cardoso Martins | A Imagem da Arbitragem no Futebol de 11. | Português | ISCTE-IUL | 2010 |
| 36 | Miguel Vasconcelos Esteves de Azevedo | Patrocínios no Futebol em Portugal - O caso do Sport Lisboa e Benfica. | Português | ISCTE-IUL | 2010 |
| 37 | Ana Rita Antunes dos Santos | Como Atrair mais Público para os Jogos das Modalidades do Sport Lisboa e Benfica. | Português | ISCTE-IUL | 2009 |

Total de Citações

| | |
|------------------------|-----|
| Web of Science® | 221 |
| Scopus | 248 |

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

| | |
|---|---|
| 1 | <p>Dionísio, P., Brochado, A., Leal, C. & Bouchet, A. (2022). Stakeholders' perspectives on hosting large-scale sports events. <i>Event Management</i>. 26 (2), 275-295</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 1</p> <p>- N.º de citações Scopus: 2</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 4</p> |
| 2 | <p>Brochado, A., Dionísio, P., Leal, M. do C., Bouchet, A. & Conceição, H. (2022). Organizing sports events: The promoters' perspective. <i>Journal of Business and Industrial Marketing</i>. 37 (6), 1291-1298</p> <p>- N.º de citações Scopus: 5</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 6</p> |
| 3 | <p>Brochado, A., Dionísio, P. & Leal, M. C. (2018). Sponsoring the football national team. <i>Journal of Business and Industrial Marketing</i>. 33 (5), 625-637</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 5</p> <p>- N.º de citações Scopus: 6</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 14</p> |
| 4 | <p>Pereira, H. G., Cardoso, M. & Dionísio, P. (2017). The determinants of website purchases: the role of e-customer loyalty and word-of-mouth. <i>International Journal of Electronic Marketing and Retailing</i>. 8 (2), 136-156</p> <p>- N.º de citações Scopus: 8</p> |

| | |
|----|--|
| 5 | <p>Abreu, M. E., Laureano, R. M. S., Vinhas da Silva, R. & Dionísio, J. (2015). Volunteerism, compassion and religiosity as drivers of donations practices. <i>International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing</i>. 20 (3), 256-276</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 23</p> <p>- N.º de citações Scopus: 20</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 42</p> |
| 6 | <p>Abreu, M. E., Laureano, R. M. S., Sharifah, F. S. A., Vinhas da Silva, R. & Dionísio, J. (2015). Managing volunteerism behaviour: the drivers of donations practices in religious and secular organisations. <i>Journal of General Management</i>. 40 (3), 39-54</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 7</p> <p>- N.º de citações Scopus: 4</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 18</p> |
| 7 | <p>Dionísio, J., Leal, M. & Vinhas da Silva, Rui (2014). Tribal marketing in sports. <i>Revista Internacional de Deportes Colectivos</i>. 19, 17-27</p> |
| 8 | <p>Dionísio, P., Leal, C., Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2013). Piracy among undergraduate and graduate students: influences on unauthorized book copies. <i>Journal of Marketing Education</i>. 35 (2), 191-200</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 8</p> <p>- N.º de citações Scopus: 10</p> |
| 9 | <p>Dionísio, J., Leal, M., Leal, M. Carmo & Moutinho, L. (2008). A Phenomenological Research Study on Sports Fandom in Portugal: A Comparative Study of Surfing and Football. <i>Journal of Euromarketing</i>. 17 (3-4), 233-253</p> <p>- N.º de citações Scopus: 6</p> |
| 10 | <p>Dionísio, P., Leal, C. & Moutinho, L. (2008). Fandom affiliation and tribal behaviour: A sports marketing application. <i>Qualitative Market Research: An International Journal</i>. 11 (1), 17-39</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 116</p> <p>- N.º de citações Scopus: 117</p> |
| 11 | <p>Moutinho, L., Dionísio, P. & Leal, C. (2007). Surf tribal behaviour: a sports marketing application. <i>Marketing Intelligence & Planning</i>. 25 (7), 668-690</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 61</p> <p>- N.º de citações Scopus: 70</p> |

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

| | |
|---|---|
| 1 | <p>Luiz Moutinho, Valarinho, F., Pereira, H., Dionísio, J., Esteves, P. & Rodrigues, J. (2020). <i>Gestão no Pós-Covid19 Exemplos e Tendências Inspiradoras</i>. Lisboa. Prime Books.</p> |
| 2 | <p>Baynast, A., Lendrevie, L., Levy, J., Dionísio, J. & Rodrigues, J. (2018). <i>Mercator 25 anos - O Marketing na era digital</i>. Lisboa. D. Quixote.</p> |
| 3 | <p>Dionísio, J. & Rodrigues, J. (2015). <i>Mercator da Língua Portuguesa</i>. Alfragide, Portugal. Publicações Dom Quixote.</p> |
| 4 | <p>Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2012). <i>Comportamentos de procura de informação e compra online</i>. Lisboa, Portugal. Confederação do Comércio e Serviços de Portugal.</p> |
| 5 | <p>Moutinho, L., Dionísio, J., Rodrigues, J. & Pereira, H. (2012). <i>Marketing Trends - Antecipar o futuro para inspirar o presente</i>. Lisboa, Portugal. Bnomics.</p> |

| | |
|----|--|
| 6 | Dionísio, J. & Leal, M. (2011). 25 Anos da história de distribuição em Portugal. Lisboa. Uniarme. |
| 7 | Lendrevie, J., Baynast, A., Dionísio, J. & Rodrigues, J. (2010). Publicitor, comunicação 360° online e offline. Lisboa. Publicações Dom Quixote. |
| 8 | Rodrigues, J. & Dionísio, J. (2010). Publicitor 360°. Lisboa. Dom Quixote. |
| 9 | Dionísio, J. (2009). Casos de sucesso em Marketing Desportivo. Alfragide, Portugal. Livros d'Hoje. |
| 10 | Rodrigues, J. & Dionísio, J. (2009). B-Mercator, Blended Marketing. Lisboa. Dom Quixote. |
| 11 | Dionísio, J., Rodrigues, J., Lendrevie, J & Lindon, D (2004). Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing. Dom Quixote. |
| 12 | Dionísio, J., Rodrigues, J., Lindon, D & Lendrevie, J (2000). Mercator 2000 – Teoria e Prática do Marketing. Dom Quixote. |
| 13 | Dionísio, J., Rodrigues, J., Lendrevie, J. & Brochand, B. (1999). Publicitor. Dom Quixote. |
| 14 | Dionísio, J., Rodrigues, J., Lindon, D & Lendrevie, J (1996). Mercator – Teoria e prática de Marketing. Dom Quixote. |
| 15 | Dionísio, J., Rodrigues, J., Lindon, D & Lendrevie, J (1992). Teoria e prática de Marketing. Dom Quixote. |

- Editor de livro

| | |
|---|--|
| 1 | Rodrigues, J., Dionísio, J., Pereira, H. & Crespo de Carvalho, J. (2011). Grupo Nabeiro - Gestão Sustentada e Sucesso Empresarial. Lisboa. B-nomics. |
|---|--|

- Capítulo de livro

| | |
|---|--|
| 1 | Leal, C., Dionísio, J. & Brochado, A. (2020). National Team Fans: Is Passion Enough to Leverage Sponsor Brands?. In Multidisciplinary Perspectives on Media Fandom. (pp. 192-218).: IGI Global. - N.º de citações Google Scholar: 1 |
| 2 | Dionísio, J. (2014). Marketing Desportivo – O Marketing da Paixão. In Novos Horizontes do Marketing.: Dom Quixote. |
| 3 | Dionísio, J. (2012). Políticas Públicas para a promoção da imagem externa. In Maria de Lurdes Rodrigues e Pedro Adão e Silva (Ed.), Políticas Públicas em Portugal. (pp. 439-450). Lisboa, Portugal: Imprensa Nacional - Casa da Moeda; ISCTE-IUL. |
| 4 | Dionísio, J. (2003). Cordão Humano por Timor. In Novas formas de mobilização popular.: Campo de Letras. |
| 5 | Dionísio, J. (2001). A Distribuição como sector de actividade económica. In eBusiness e Distribuição – Sectores em Mudança.: Bertrand Editora. |
| 6 | Dionísio, J. & Romero, J. (1993). Cenoura Case. In Cases in Marketing of Services: an International Collection. |

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

| | |
|----|--|
| 1 | Teixeira, N., Pereira, H. G. & Dionísio, P. (2018). Online consumer generated content it's for real! the rise of social influence marketing. In 7th International Conference on Business and Economic Development, ICBED 2018. (pp. 358-366).: The Academy of Business and Retail Management. |
| 2 | Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. In Tourism and Ageing Conference, 2014. Estoril |
| 3 | Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. In Stockholm School of Economics (Ed.), Shopper Marketing and Pricing Conference. (pp. 81-84). Stockholm: Stockholm School of Economics. |
| 4 | Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. G. M. S. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. In EIRASS. Philadelphia |
| 5 | Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2013). Lifestyle Products and Services Online. In EIRASS. Philadelphia |
| 6 | Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. In International Network of Business and Management Journals. Lisbon |
| 7 | Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. In International Network of Business & Management Journals. |
| 8 | Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2012). Brand Logo Design: Examining consumer responses to name and logo characteristics. In International Marketing Trends Conference (Ed.), Proceedings of the 11th International Marketing Trends Conference, Venice, 19-21 January 2012. (pp. 0-0). Veneza: International Marketing Trends Conference. |
| 9 | Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2012). Brand mergers: How attitudes influence brand identity preferences. In EMAC (Ed.), EMAC: Lisbon, 20-24 May. (pp. 0-0). Lisboa: EMAC. |
| 10 | Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012). (pp. 0-0). Banja Luka |
| 11 | Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2011). Rebranding mergers: how important is the figurativeness of the brand's signs?. In International Marketing Trends Conference (Ed.), Proceedings of the 10th International Marketing Trends Conference, Paris: ESCP-EAP, 20-22 January 2011. (pp. 0-0). Paris: International Marketing Trends Conference. |

- Comunicação em evento científico

| | |
|---|---|
| 1 | Brochado, A., Dionísio, J., Leal, C. & Adrien Bouchet (2024). Inside the game: Understanding motivations and constraints in sports4all. European Marketing Academy regional Conference. |
| 2 | Leal, M. Carmo & Dionísio, J. (2019). How do the Portuguese choose the bed to lay their heads on? . Navigating the future of Management, International Conference . |

| | |
|----|---|
| 3 | Pereira, H., Dionísio, J. & Teixeira, N. (2018). Online Consumer Generated Content it's for real! The Rise of Social Influence Marketing. IECBD. |
| 4 | Dionísio, J., Brochado, A. & Leal, C. (2017). Sponsoring a nation – brand attributes of the Portuguese national team. 16th International Marketing Trends Conference. |
| 5 | Dionísio, J., Leal, M. & Vinhas da Silva, Rui (2014). Tribal Marketing in Sports. II Congreso Internacional de Actividad Física y Deportes. |
| 6 | Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. Tourism and Ageing Conference, 2014. |
| 7 | Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. Shopper Marketing and Pricing Conference. 81-84 |
| 8 | Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. International Network of Business and Management Journals – INBAM. |
| 9 | Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference. |
| 10 | Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. (2013). Lifestyle Products and Services Online. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference. |
| 11 | Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. International Network of Business and Management Journals – INBAM. |
| 12 | Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2012). Brand Logo Design: Examining consumer responses to name and logo characteristics. Proceedings of the 11th International Marketing Trends Conference, Venice, 19-21 January 2012. |
| 13 | Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) . |
| 14 | Machado, J., Lencastre, P., Dionísio, J. & Vacas-de-Carvalho, L. (2012). Brand mergers: How attitudes influence consumer identity. Marketing to Citizens - Going beyond Customers and Consumers. |
| 15 | Dionísio, J. & Leal, M. (2012). Marketing FutureCast Lab - Prospecting Trends for a Better Future. Academy of Marketing Science - World Marketing Congress. |
| 16 | Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2011). Rebranding mergers: how important is the figurativeness of the brand's signs?. Proceedings of the 10th International Marketing Trends Conference, Paris: ESCP-EAP, 20-22 January 2011. |
| 17 | Dionísio, J., Côte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2009). A brand triangle to avoid brand myopia. Proceedings of the Thought Leaders International Conference on Brand Management. |
| 18 | Dionísio, J., Lencastre, P. & Côte-Real, A.R. (2008). Children Attitudes toward Brand Mascots: Mascots Design and Children Recognition. Proceedings of the 3rd International Conference on Pluridisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption. |

| | |
|----|---|
| 19 | Dionísio, J., Lencastre, P. & Côrte-Real, A.R. (2007). Children and brand mascots. Proceedings of the 6th International Marketing Trends Congress. |
| 20 | Dionísio, J., Lencastre, P. & Côrte-Real, A.R. (2007). Mascots: an important brand signal among children. ICORIA - European Advertising Academy – 6th International Conference. |
| 21 | Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2007). Names and Logos Memorisation: an empirical research. Proceedings of the Thought Leaders International Conference on Brand Management. |
| 22 | Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2006). Mascots Recognition among Children. Proceedings of the Child and Teen Consumption, 2nd International Conference on Pluridisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption. |
| 23 | Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2006). Children Attitudes toward brand mascots. Proceedings of the 35th European Marketing Academy Conference (EMAC) . |
| 24 | Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2006). Mascots Design and Children Recognition. Proceedings of the Thought Leaders International Conference on Brand Management. |
| 25 | Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2006). How children interpret different design characteristics of the brand mascots?. Proceedings of the 36th European Marketing Academy Conference (EMAC). |
| 26 | Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2005). Children and brands. Proceedings of the 34th European Marketing Academy Conference (EMAC). |
| 27 | Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2005). Brand, mascots and children: a qualitative approach. Proceedings of the 4th International Conference on Research in Advertising, ICORIA. |
| 28 | Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2004). The Figurativeness of Brand Signs. Proceedings of the 33rd European Marketing Academy Conference (EMAC) . |

Projetos de Investigação

| Título do Projeto | Papel no Projeto | Parceiros | Período |
|--|------------------|--|-------------|
| Competências digitais e empreendedorismo entre domínios para desafios sociais, KA220-HED - Cooperation partnerships in higher education ERASMUS+ 2021-2023 | Investigador | IT-Iscte, BRU-Iscte, Unibo - (Itália), INRAE - (França), UAB - (Espanha), UNIL - (Suíça), TUKE - (Eslováquia), MIUN - (Suécia), CZI - Líder (Polónia), EUBA - (Eslováquia), TAMK - (Finlândia) | 2021 - 2023 |

Cargos de Gestão Académica

Director (2022 - 2024)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

| |
|---|
| Director (2022 - 2023) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing |
| Membro (Docente) (2022 - 2026) Unidade/Área: Comissão Científica |
| Presidente (2022 - 2026) Unidade/Área: Comissão Científica |
| Director (2022 - 2026) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral |
| Membro (Docente) (2021 - 2023) Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico |
| Membro (Docente) (2021 - 2025) Unidade/Área: Conselho Geral |
| Coordenador (2020 - 2021) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing |
| Coordenador do 2º Ano (2020 - 2022) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing |
| Director (2020 - 2022) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing |
| Membro (Docente) (2019 - 2021) Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico |
| Coordenador do 2º Ano (2018 - 2020) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing |
| Coordenador (2018 - 2019) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing |
| Membro (2018 - 2022) Unidade/Área: Comissão Científica |
| Membro (Docente) (2018 - 2022) Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica |
| Director (2017 - 2020) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing |
| Coordenador (2017 - 2018) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing |
| Coordenador do 2º Ano (2016 - 2017) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing |
| Coordenador do 2º Ano (2016) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing |
| Director (2016 - 2017) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing |
| Membro (2014 - 2018) Unidade/Área: Comissão Científica |
| Coordenador do 2º Ano (2014 - 2016) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing |
| Director (2011 - 2013) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing |

Director (2011 - 2013)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto

Membro (Docente) (2010 - 2014)
Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico

Director (2010 - 2011)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto

Director (2010 - 2011)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing

Membro (Docente) (2010 - 2014)
Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica

Director (2010 - 2014)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Presidente (2010 - 2014)
Unidade/Área: Comissão Científica

Membro (Docente) (2010 - 2014)
Unidade/Área: Comissão Científica