

**Aviso:** [2022-05-18 10:25] 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.

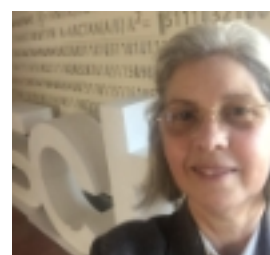
## Maria-Conceição Santos

### **Professora Associada**

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

### **Investigadora Associada**

BRU-Iscte - Business Research Unit (IBS)  
[Marketing e Gestão]



## Contactos

<b>E-mail</b>	maria.santos@iscte-iul.pt
<b>Gabinete</b>	D4.18
<b>Telefone</b>	217650460 (Ext: 220393)
<b>Cacifo</b>	104-A

## Currículo

Maria Santos is Professor on Marketing and member of Business Research Unit (BRU-IUL). She holds a PhD in Management Science, focused on Services Marketing from IAE d'Aix-Marseille III (France). She lectures Marketing Management and Services Marketing at several courses of IBS, as well as Marketing for Technologies at the School of Technology and Architecture (ISTA). As supervisor of PhD, DBA China-ISCTE and Master international students, research have been applied to sustainable consumption and tourism, mega-events, service quality, and entrepreneurial marketing. Internationally, she is member of the Scientific Committee of the Iberoamerican Journal of Strategic Management (RIAE/IJSM), and she taught at the EU TREPAN Program, a joint initiative between ISCTE-IUL and the University of Craiova. Previously, Maria Santos was a co-founder of the Marketing Research Center, GIEM-ISCTE, having been its President from 1997 to 2006. Under GIEM, she coordinated the organization of 4 editions of the Portuguese Service Marketing Conference (1997, 1998, 2002, 2005), which counted on the contribution of leading experts such as Christopher Lovelock (US), Evert Gummesson (Sweden), Mark Casson (Reading, UK), Pierre Eiglier (France), Benny Bricmont (Canada) and David Stokes (Kingston University).

## Áreas de Investigação

Marketing de Serviços.
Marketing turístico - festivais, eventos e sustentabilidade
consumo inteligente e cidades inteligentes
Marketing verde e consumo sustentável
marketing do empreendedor e crowdfunding
Marketing para produtos tecnológicos e sociais

## Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
Babson College, Boston, USA	Curso de Especialização Técnica	"Symposia for Entrepreneurship Educators", an advance course for Educators from Babson College, Boston, US.	2009
UCLA, California, USA	Ação de Formação	Guest Visitor Assistant Professor at UCLA, California, US from January until July.	2000
Institut D'Administration des Entreprises de l' Université de Droit, d'Economie et des Sciences d'Aix-Marseille III	Doutoramento	Organização e Gestão de Empresas	1995
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Mestrado	Mestrado em Gestão de Empresas	1990
Institut D'Administration des Entreprises de l' Université de Droit, d'Economie et des Sciences d'Aix-Marseille III	Diploma de Estudos Avançados	D.E.A. en Sciences de Gestion	1989
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Licenciatura	Organização e Gestão de Empresas	1983

## Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
1997 - 2006	GIEM - Centro de Estudos e Formação em Marketing do ISCTE	Portugal	Fundadora e desde o início até fim 2006 Presidente. Iniciou-se a pós Graduação , agora Mestrado Executivo de Marketing e de Direção Comercial. também se criam as 4 conferencias Portuguesas de Marketing de serviços

## Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord

2021/2022	1º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas (PL); Informática e Gestão de Empresas;	Sim
2021/2022	1º	Gestão do Marketing	Gestão de Marketing; Gestão; Gestão Industrial e Logística; Finanças e Contabilidade;	Não
2021/2022	2º	Marketing de Serviços	Escola de Gestão;	Sim
2020/2021	1º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas (PL); Informática e Gestão de Empresas;	Sim
2020/2021	1º	Gestão do Marketing	Gestão de Marketing; Gestão Industrial e Logística; Gestão; Finanças e Contabilidade;	Não
2020/2021	2º	Gestão do Marketing	Gestão de Recursos Humanos; Gestão;	Não
2020/2021	2º	Marketing de Serviços	Escola de Gestão;	Sim
2020/2021	2º	Marketing Operacional	Gestão;	Não
2019/2020	1º	Gestão do Marketing	Gestão de Marketing; Gestão Industrial e Logística; Gestão; Finanças e Contabilidade;	Não
2019/2020	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas (PL); Informática e Gestão de Empresas;	Sim
2019/2020	2º	Marketing de Serviços	Escola de Gestão;	Sim
2018/2019	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas;	Sim
2018/2019	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas (PL);	Sim
2018/2019	2º	Marketing de Serviços	Gestão;	Sim
2017/2018	1º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão de Marketing;	Não
2017/2018	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas; Informática e Gestão de Empresas (PL);	Sim
2017/2018	2º	Marketing de Serviços	Gestão;	Sim
2016/2017	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Não
2016/2017	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas; Informática e Gestão de Empresas (PL);	Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão de Marketing;	Não
2015/2016	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Não
2015/2016	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas (PL);	Sim

2015/2016	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas;	Sim
2014/2015	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Não
2014/2015	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas (PL);	Sim
2014/2015	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas;	Sim
2013/2014	1º	Gestão do Marketing	Finanças e Contabilidade;	Não
2013/2014	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas;	Sim
2013/2014	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas (PL);	Sim
2012/2013	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas (PL);	Não
2012/2013	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas;	Sim
2011/2012	1º	Marketing Cultural e Públicos	Património e Projectos Culturais;	Sim
2011/2012	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas (PL);	Não
2011/2012	2º	Marketing para as Tecnologias	Informática e Gestão de Empresas;	Sim

## Orientações

### • Teses de Doutoramento

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Mac Vai Iun	Marketing Development in South China: Exploratory Research of Its Current Status, Antecedents and Consequences	--	Em curso	ISCTE-IUL
2	Orientador	Tang Dihua	Quality Construction of Small-sized Catering Enterprises for Home-based Elderly Care in Yangzhou	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
3	Orientador	Ondino de Almeida Freire dos Santos	The Religion Impact on Development of a Tourism Destination: The Case of Quissama in Angola	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

4	Orientador	Leonardo Augusto Carneiro Carvalho	Teenagers' influence in the choice of their private school: a study in the Brazilian context	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
5	Orientador	Tang Dihua	Quality Construction of Small-sized Catering Enterprises for Home-based Elderly Care in Yangzhou	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
6	Orientador	Ondino de Almeida Freire Dos Santos	The Religion Impact on Development of a Tourism Destination: The Case of Quissama in Angola.	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
7	Orientador	Leonardo Augusto Carneiro Carvalho	Teenager´s influence in the choice of their private school: a study in the Brazilian context	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

#### - Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Zhong Liang	Approach to C2F2C (Customer to Factory to Customer) Strategy: A Case Study of the Fanqing Furniture Company	Inglês	ISCTE-IUL	2020
2	Orientador	Shang Jun	Involvement and determinants of ancient towns as tourist destinations: a case study of Wuzhen, China.	--	ISCTE-IUL	2019
3	Orientador	Chen Jingxin	Chinese Dequity: Transaction Structure and Two Applications,	--	ISCTE-IUL	2019
4	Orientador	He Qibing	The relationship between return service recovery and purchase intention of consumers in online shopping	--	ISCTE-IUL	2019
5	Orientador	JIANG Xiaoping	Brand Strategy and Organizational Culture: A Case Study of Hongwuhuan Air Compressor Company in China	Inglês	ISCTE-IUL	2016
6	Orientador	Jiang Xiaoping	Brand as a Driving Force for Small and Micro Businesses in China	--	ISCTE-IUL	2016
7	Orientador	Manuel José Marques Batista	Impacto da Certificação na decisão de compra de alimentos orgânicos	Português	ISCTE-IUL	2015

8	Orientador	Manuel José Marques Batista	A certificação de alimentos orgânicos - Influência na decisão de compra do consumidor ecologicamente consciente	--	ISCTE-IUL	2015
9	Co-Orientador	Virginia Aveiro	PERCEPÇÃO E CONGRUÊNCIA DOS VALORES DA MARCA INSTITUCIONAL DOS COLABORADORES E CLIENTES	Português	ISCTE-IUL	2013
10	Orientador	Fu Meihua	Business Model Design Based on Value Chain: The case of Chengdu Shangyi International Medical Center	Inglês	ISCTE-IUL	2013
11	Orientador	Fu Meihua	Business Model Design Based on Value Chain: The Case of Chengdu SYIMC	Inglês	ISCTE-IUL	2013
12	Orientador	Wang Yingjie	Customer value assessment of Sichuan mobile	Inglês	ISCTE-IUL	2012
13	Orientador	Ana Paula Gonçalves C. Henriques de Carvalho Queiroga Santos	Orientações Estratégicas e Performance: Efeitos Sinérgicos e Seu Impacto no Desempenho dos Estabelecimentos Hoteleiros em Portugal	--	ISCTE-IUL	2006
14	Orientador	Bráulio Alexandre Barreira Alturas	Venda Directa: Determinantes da Aceitação do Consumidor	--	ISCTE-IUL	2005
15	Orientador	Andrew Peter de Lancastr	O Relacionamento Comprador-fornecedor. as Percepções dos Determinantes da Cooperação no Contexto de Mercado Electrónico	--	ISCTE-IUL	2005
16	Orientador	Zhang Liong	C2F2C Mode of Furnishing Customization	Inglês	ISCTE-IUL	--

## • Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Ziru Hong	O IMPACTO DO INFLUENCIADOR NA INTENÇÃO DE COMPRA ONLINE DO CONSUMIDOR NO LIVE STREAMING SHOPPING	--	Em curso	ISCTE-IUL
2	Orientador	Bárbara Teixeira Fernandes Garcez da Costa	O papel dos influencers na escolha da marca dentro do contexto de envolvimento do produto	--	Em curso	ISCTE-IUL

3	Co-Orientador	Diogo Alberto Pereira Figueiredo	Qual o impacto dos serviços de subscrição das diferentes áreas de entretenimento nos comportamentos/hábitos de consumo dos respectivos utilizadores?	--	Em curso	ISCTE-IUL
4	Orientador	Wang Zihan	comércio electrónico, turismo e marketing das redes sociais/conteúdos	--	Em curso	ISCTE-IUL
5	Orientador	Beatriz Bandeira da Silva Caniço	Quais são as skills/competências necessárias para providenciar um serviço ao cliente de excelência	--	Em curso	ISCTE-IUL
6	Orientador	Caroline Bertout	Marketing sustentável	--	Em curso	ISCTE-IUL
7	Orientador	Gu Tong	Publicidade de incentivo, Eficácia da Publicidade, Jogos para telemóvel, Atitudes dos consumidores em relação à publicidade	--	Em curso	ISCTE-IUL
8	Co-Orientador	Pedro Fernandes de Sales Vieira	Motivações do consumidor na compra de audiobooks	--	Em curso	ISCTE-IUL
9	Orientador	Philippe Charles-Louis Fernand Coulombier	Analisando o impacto que teve a pandemia e o período de bloqueio de 2020, em relação aos jogadores móveis free-to-play, sobre: - Motivações para jogar jogos freemium para celular - Engajamento em jogos para celular - Comportamentos de compra - Modelos de negócios (monetização) - Outros	--	Em curso	ISCTE-IUL
10	Orientador	Jorge Miguel Santiago Polido	O IMPACTO QUE UM FESTIVAL DE MÚSICA TEM NO TURISMO DA REGIÃO E NO BEM ESTAR DOS RESIDENTES: O CASO DO SUPER BOCK SUPER ROCK EM PORTUGAL	--	Em curso	ISCTE-IUL

#### - Terminadas

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

1	Orientador	Irfan Dwikianda	Influência da marca "cool" no amor à marca, intenção de compra e passa-palavra: Aplicação na Moda desportiva feminina na Indonésia	Inglês	ISCTE-IUL	2022
2	Orientador	Anna Caterina Mustacchi	Confiança e gestão do relacionamento social com o cliente Consequências na intenção do doador de doar através das plataformas de redes sociais	Inglês	ISCTE-IUL	2021
3	Orientador	Vera Faßbender	Os fatores da intenção de continuidade de uso dos aplicativos fitness adotando uma abordagem de gamificação	Inglês	ISCTE-IUL	2021
4	Orientador	Mariana Helena Almeida Ferreira Gomes	Revenda Online de Produtos de Luxo - O novo luxo	Inglês	ISCTE-IUL	2021
5	Orientador	Éilis Gillespie	Visitar a simulação de um destino turístico pode substituir o impulso em viajar e experienciar o local real? O Caso da "The World Showcase" no EPCOT da Disney	Inglês	ISCTE-IUL	2021
6	Orientador	Eleni Papadopoulou Melea	Festivais de cinema em direção a uma forma híbrida: desafios e oportunidades	Inglês	ISCTE-IUL	2021
7	Orientador	Natalya Getman	Criar Desde a Raiz um Destino para Nómadas Digitais	Inglês	ISCTE-IUL	2021
8	Orientador	Léna Morgane Adam	A INFLUÊNCIA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA INDÚSTRIA MÚSICA	Inglês	ISCTE-IUL	2020
9	Orientador	Carla Patrícia Nobre Marques Carvalho	Estratégias de Gestão Aeroportuária na Recuperação de Perturbações nos Vãos Aéreos: O caso no Aeroporto Humberto Delgado, em Lisboa	Inglês	ISCTE-IUL	2019
10	Orientador	Laure Marguerite Suzanne Evrard	The Search Engine Marketing Strategy (SEM) in e-tourism : a case study of the French OTA (Online Travel Agency) Voyage Privé	Inglês	ISCTE-IUL	2018
11	Orientador	Marta Sofia Vitorino Galinha	Marcas de Luxo e Fatores que Influenciam a sua Compra na Recessão Económica	Português	ISCTE-IUL	2016
12	Orientador	Tiago Miguel Teixeira Campos Silva	Determinantes do Sucesso do Crowdfunding: O caso da plataforma portuguesa PPL	Português	ISCTE-IUL	2016



13	Orientador	Joana Filipa Inácio Pereira	A Qualidade do Serviço de Saúde como Determinante da Satisfação e da Lealdade: A perspectiva dos utentes dos hospitais privados	Português	ISCTE-IUL	2015
14	Orientador	Angelica Maria Caceres Hurtado	Wine Market in Colombia: An opportunity for portuguese wine producers/exporters	Inglês	ISCTE-IUL	2015
15	Orientador	Pedro Henrique Mendes Palmeiro	The Contribution of 360 Deals of the Recorded Music Industry	Inglês	ISCTE-IUL	2013
16	Orientador	Virginia da Ascensão Almeida Madeira de Gouveia Aveiro	A perceção e o nível de congruência dos valores da marca corporativa dos colaboradores e clientes	Português	ISCTE-IUL	2013
17	Orientador	Cláudia Sofia da Cruz Rita	Da Reclamação de Clientes à Recuperação do Serviço	Português	ISCTE-IUL	2012
18	Co-Orientador	Robson Feijó Baptista	Influência Sócio-Econômica na Satisfação e Lealdade no Comércio de Varejo do Rio de Janeiro	Português	ISCTE-IUL	2011
19	Orientador	Vânia Catarina da Costa Vicente	Transição para a vida adulta: segmentação de jovens europeus.	Português	ISCTE-IUL	2009
20	Orientador	Joana Martinho Ricardo	Perfis e atitudes dos jovens adultos: análise comparativa entre Portugal e a Polónia.	Português	ISCTE-IUL	2009

## • Projetos Finais de Mestrado

### - Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Co-Orientador	Rita Pina Fialho	Tendências de mercado emergentes como impulsionadoras de uma nova linha de produtos num negócio tradicional: Plano de Marketing de Blended Meat para a Montaraz	Inglês	ISCTE-IUL	2022
2	Orientador	Miguel Monteiro Reis	Plano de Comunicação para a atração de turismo de compras qualificado para o El Corte Inglés, Loja de Lisboa	Inglês	ISCTE-IUL	2020
3	Orientador	Ana Catarina Lopes Mateus	Os Efeitos do Ambiente da Loja na Percepção da Mudança de Marca e Nível de Satisfação dos Clientes	Inglês	ISCTE-IUL	2019
4	Orientador	Maëva Alexia Pepin	EcoMegot Communication Plan: Using creative and impactful strategies for the greater good	Inglês	ISCTE-IUL	2019

5	Orientador	Carlota Maria de Matos Taquenho Galiano Tavares	A Relação Entre o Brand Equity dos Festivais de Música e a Intenção de Visitar a Cidade que os Recebe: O Caso da Eurovisão & NOS Alive	Inglês	ISCTE-IUL	2018
6	Orientador	Inês de Melo Azevedo Noronha Galvão	Plano de Marketing para a marca Kaffa para o lançamento de um novo produto	Português	ISCTE-IUL	2018
7	Orientador	Ana Filipa Vaz Almeida da Silva	Consumo de Conteúdos Musicais e de Filmes/Séries Online: Comparação entre Portugal e Europa dos 15	Inglês	ISCTE-IUL	2017
8	Orientador	Francisca Maria Pacheco Pinto Remédios	Effects of Rebranding on Brand Equity - Pestana Hotel Group	Inglês	ISCTE-IUL	2016
9	Orientador	Eugénio Manuel Pinho da Costa	A Realidade Aumentada em Aeroportos: Estudo de atractividade para um novo produto	Português	ISCTE-IUL	2015
10	Orientador	Paul Tavares	An Innovative Food Truck Chain, Strategic Planning Inspired from a Lean Start up Methodology	Inglês	ISCTE-IUL	2015
11	Orientador	Catarina da Franca Monteiro de Carvalho	Plano de Comunicação para o Lançamento do Serviço VIP Pintura da DYRÚP	Português	ISCTE-IUL	2013
12	Co-Orientador	Andreia Vazão Miguel	Challenges faced by a Portuguese IT company on the decision of entering and competing in international Markets	Inglês	ISCTE-IUL	2013
13	Orientador	Filipa Daniela Oliveira Ramalho	Plan for the Nonprofit Organization Acreditar in Coimbra	Inglês	ISCTE-IUL	2013
14	Orientador	Gonçalo Martins de Carvalho	Plan for Club Med Portugal - A vacation resorts company	Inglês	ISCTE-IUL	2012
15	Orientador	Maria João Sabino Barreto de Lara	Influência da Certificação Ambiental no Processo de Decisão de Compra	Português	ISCTE-IUL	2012
16	Orientador	Carlos Manuel Ferreira de Almeida Fonseca	Aplicação dos Princípios Lean ao Sistema	Português	ISCTE-IUL	2012
17	Orientador	Melissa Anne Centurio Lopes	Building an Integrated Communication Strategy for Spausa Portugal - A Beauty Care Line in the Portuguese Market	Inglês	ISCTE-IUL	2012
18	Orientador	Andreia Filipa Proença Pina	O Visionamento de Filmes em Casa e na Sala de Cinema.	--	ISCTE-IUL	2011

19	Orientador	Sara Margarida da Silva Oliveira Forte Midões	O Impacto da Congruência entre os Valores da Marca Institucional e os Valores Pessoais na Comunicação Externa da Marca Pelos Colaboradores	Português	ISCTE-IUL	2011
20	Orientador	Inês Acabado Loureiro Luz	A Utilização da Internet em Casa: Uma avaliação da Influência das Crianças.	Português	ISCTE-IUL	2010
21	Orientador	Maria Amélia Gaspar Mota Correia	O papel do contact center no relacionamento com o cliente: Perspectiva dos operadores de televendas.	Português	ISCTE-IUL	2010

## Total de Citações

<b>Web of Science®</b>	72
<b>Scopus</b>	80

## Publicações

### • Revistas Científicas

#### - Artigo em revista científica

1	Santos, M-C., Radicchi, E. & Zagnoli, P. (2019). Port's role as a determinant of cruise destination socio-economic sustainability. <i>Sustainability</i> . 11 (17) - N.º de citações Web of Science®: 12 - N.º de citações Scopus: 13
2	Brochado, A., Santos, M-C., Oliveira-Brochado, F. & Esperança, J. (2018). Gambling behavior: instant versus traditional lotteries. <i>Journal of Business Research</i> . 88, 560-567 - N.º de citações Web of Science®: 5 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 11
3	Santos, M., Brochado, A. & Esperança, J. (2016). Foreign direct investment patterns of global hotel chains. <i>Journal of Business Research</i> . 69 (11), 5235-5240 - N.º de citações Web of Science®: 12 - N.º de citações Scopus: 17 - N.º de citações Google Scholar: 22
4	Marques, S. H., Trindade, G. & Santos, M-C. (2016). The importance of atmospherics in the choice of hyper and supermarkets. <i>International Review of Retail, Distribution and Consumer Research</i> . 26 (1), 17-34 - N.º de citações Web of Science®: 9 - N.º de citações Scopus: 10
5	Menezes, J., Santos, M., Reis, E. & Marques, C. (2013). The influence of the consumer perceived value on the satisfaction with the grocery retailer relationship: the mediating effect of the risk of unsustainable consumption. <i>Egitania Scientia</i> . 13, 199-210

6	Marques, S. & Santos, M-C. (2012). Store format influence on customer perception of the store environment. <i>International Journal of Applied Behavioral Economics (IJABE)</i> . 1 (4), 9-21 - N.º de citações Google Scholar: 1
7	Duarte, C., Esperança, J., Curto, J. & Santos, M. (2010). Desmistificação do diferencial de remunerações nas empresas. A segregação como verdadeira determinante. <i>ALCANCE</i> . 17 (4), 383-400
8	Duarte, C., Esperança, J., Curto, J. D., Santos, M-C. & Carapeto, M. (2010). The determinants of gender pay gap in Portuguese private firms. <i>Gender in Management: An International Journal</i> . 25 (6), 438-461 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 13
9	Vicente, P., Reis, E. & Santos, M. (2009). Using mobile phones for survey research: a comparison with fixed phones. <i>International Journal of Market Research</i> . 51 (5), 613-633 - N.º de citações Web of Science®: 28 - N.º de citações Scopus: 31 - N.º de citações Google Scholar: 81
10	Trigo, V., Calapez, T. & Santos, M. C. (2009). SMEs and internationalization: an empirical study of SMEs in Portugal. <i>Economia Global e Gestão</i> . 14 (3), 9-24 - N.º de citações Google Scholar: 19
11	Duarte, C., Santos, M. C. & Carapeto, M. (2009). A perspectiva do género nas políticas de remuneração como requisito de governo justo das sociedades. <i>Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão</i> . 8 (3), 35-45 - N.º de citações Google Scholar: 6

## • Livros e Capítulos de Livros

### - Capítulo de livro

1	Esperança, J., Amaral-Baptista, M. & Santos, M-C. (2017). Science4you: start-up global nascida em contexto de crise. In Nuno Crespo e Maria João Tomás (Ed.), <i>A internacionalização da economia Portuguesa: casos de sucesso empresarial</i> . (pp. 293-314). Lisboa: Temas e Debates - Círculo de Leitores.
2	Alturas, B. & Santos, M-C. (2009). Direct selling: consumer profile, clusters and satisfaction. In <i>European Retail Research</i> . (pp. 47-68): Gabler Verlag. - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 9
3	Santos, M-C. (2000). Marketing Tecnológico. In Luis Valadares Tavares (Ed.), <i>chapter in the Engenharia e Tecnologia 2000</i> , . Lisboa: Verbo.

## • Conferências/Workshops e Comunicações

### - Publicação em atas de evento científico

1	Santos, M-C. & Marques, C. (2019). Does attending an occasional itinerary music festival drive tourism towards the host city? The case of Eurovision Song Festival. In <i>Advances in Tourism Marketing Conference Proceedings (ATMC 2019)</i> .
2	Silva, A. F., Trindade, G. & Santos, M. C. (2018). Consumption of musical content and movies/series online in Portugal. In <i>13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI 2018</i> . Cáceres: IEEE . - N.º de citações Google Scholar: 1

3	<p>Trindade, G., Silva, Tiago &amp; Santos, M-C. (2017). Determinants of the crowdfunding campaign success in the Areas of Music and Sports. In Álvaro Rocha, Universidade de Coimbra Bráulio Alturas, ISCTE-IUL Carlos Costa, ISCTE-IUL Luís Paulo Reis, Universidade do Minho Manuel Pérez Cota, Universidad de Vigo (Ed.), CISTI'2017 - 12th Iberian Conference on Information Systems and Technologies. Lisboa</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Google Scholar: 6</p>
4	<p>Santos, M-C. &amp; Marques, C. (2015). The Impact of Environmental Certification on the shoppers' store choice. In Proceedings of the Trend Marketing Conference 2015 (14th IMTC 2015).</p>
5	<p>Aveiro, V., Reis, E., Santos, M-C. &amp; Marques, C. (2014). The Influence of Person-Organization Fit for the Corporate Brand Perception according to the Contractual Situation. In Proceedings of the 17th International Academy of Management and Business (IAMB) Conference - IAMB 2014.</p>
6	<p>Lara, M., Marques, C. &amp; Santos, M-C. (2013). Environmental certifications: Are they reaching the consumers?. In Proceedings of the Fifth Annual Global Management Conference (GMC 2013). Lisbon</p>
7	<p>Menezes, J., Santos, M-C., Reis, E. &amp; Marques, C. (2012). Value and risk of unsustainable consumption on grocery retailing purchases: a conceptual propose. In elbe 2012 (Ed.), Proceedings of the IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012) . (pp. 0-0). Lisbon</p>
8	<p>Aveiro, V., Reis, E., Santos, M-C. &amp; Marques, C. (2012). O Papel do Colaborador na Transmissão dos Valores da Marca Corporativa aos Clientes. In elbe (Ed.), Proceedings of the IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012) . (pp. 0-0). lisbon</p>
9	<p>Susana Maria dos Santos Henriques Marques, Santos, M-C. &amp; Rita Cameira (2011). Store Format Influence On Customer Perception of the Store. In 18th EIRASS Recent Advances in Retailing &amp; Services Science Conference Proceedings. (pp. 0-0).</p>
10	<p>Sonia Dahab, Santos, M-C. &amp; José Paulo Afonso Esperança (2011). Have Global Hotels Adopted Good Governance and Environmental Policies?. In 18th EIRASS Recent Advances in Retailing &amp; Services Science Conference Proceedings. (pp. 0-0).</p>
11	<p>Santos, M-C., Curto, J., Esperança, J., Duarte, C. &amp; Carapeto, M. (2010). The Fable Paradigm of the Gender Pay Gap: Evidence from Portuguese Private Firms. In Proceedings da XX JLEGC- Jornadas Luso Espanholas de Cestão Científica, pp. 68, 4 a 5 de Fevereiro, IPS, Setúbal. (pp. 68-0). Setubal, Portugal</p>
12	<p>Santos, M-C., Duarte, C., Curto, J., Esperança, J. &amp; Carapeto, M. (2010). The Fable Paradigm of the Gender Pay Gap: Evidence from Portuguese Private Firms. In edited by Atul Gupta, Oxford University, pp. June 28-30, Oxford University, England. (Ed.), Proceedings of the 2010 Oxford Business &amp; Economics Conference (OBEC), edited by Atul Gupta, Oxford University, pp. June 28-30, Oxford University, England. (pp. 0-0). Oxford, England</p>
13	<p>Santos, M-C., Duarte, C. &amp; Duarte, M. (2010). The (Un)Ambiguous Direct Evidence of Hiring Discrimination on Gender: Field Experiments in Portugal . In 3º Encontro Luso-Brasileiro de Estratégia e Slade Brasil, 11 a 13 de Novembro, Universidade de Fortaleza ? UNIFOR, Fortaleza, Brasil. (pp. 0-0). Fortaleza</p>
14	<p>Santos, M-C., Duarte, C. &amp; Simões, J. (2009). Impacte do género nas políticas de remuneração. In Proceedings do 15º Congresso da APDR, pp. 34, 6 a 11 Junho, Universidade Jean Piaget de Cabo Verde. (pp. 0-0).</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 2</p>
15	<p>Santos, M-C., Curto, J., Duarte, C., Carapeto, M. &amp; Esperança, J. (2009). Gender Pay Disparity in Portuguese Firms: Towards the Crackling of the Glass Ceiling?. In Proceedings of the 6th Biennial International Interdisciplinary Conference, GWO-Gender Work and Organization Conference, pp. 120, June 21st ? 23rd. (pp. 0-0).</p>

16	Santos, M-C., Curto, J., Esperança, J. & Duarte, C. (2008). Determinants of Remuneration by Gender and Gender Pay Gap within Firms. In Proceedings do 19th Annual Congress of the International Association for Business and Society (IABS), pp. 17, June 26th ? 29th, Tampere, Finlândia. (pp. 17-0). Tampere, Filândia
17	Santos, M-C., Duarte, C., Curto, J. & Esperança, J. (2008). Does Inequity and Segregation Subsist in Pay Policies? The Evidence from Portugal. In Proceedings of the Academy of Management, 2008 Annual Meeting, edited by George T. Solomon, George Washington University, pp. 319 , August 8-13, Anaheim, California. (pp. 0-0). Anaheim, California. : edited by George T. Solomon, George Washington University.
18	Santos, M-C. & Duarte, C. (2008). A perspectiva do género nas políticas de remuneração como requisito de governo justo das sociedades. Proceedings do 2º Encontro Luso-Brasileiro de Estratégia e Slade Brasil, pp. 24, 20 a 22 de Novembro, ISCTE, Lisboa. In 2º Encontro Luso-Brasileiro de Estratégia e Slade Brasil, pp. 24, 20 a 22 de Novembro, ISCTE, Lisboa. (pp. 0-0). Lisboa, Portugal
19	Alturas, B., Santos, M-C. & Brites, R. (2006). Direct Selling: Finding Consumer Segments. In Book of Abstracts: 13th Recent Advances in Retailing & Services Science Conference. (pp. 8). Budapest: EIRASS. - N.º de citações Google Scholar: 7
20	Alturas, B., Santos, M-C. & Pereira, Ivo (2005). Determinants of consumers' satisfaction and acceptance of direct selling. In Proceedings of the Academy of Marketing Annual Conference 2005: Marketing: Building Business, Shaping Society. (pp. 91). Dublin: Academy of Marketing. - N.º de citações Google Scholar: 9
21	Alturas, B. & Santos, M-C. (2004). Direct Selling: The role of risk in consumers' acceptance and satisfaction . In Proceedings of the Academy of Marketing Annual Conference 2004: Virtue in Marketing. (pp. 39). Cheltenham: Academy of Marketing. - N.º de citações Google Scholar: 9
22	Alturas, B. & Santos, M-C. (2003). Determinants of direct selling: The consumer perspective . In Michael Saren and A. Wilson (Ed.), Proceedings of 16th EIASM/EMAC Doctoral Colloquium. (pp. 1-9). Glasgow, UK: University of Strathclyde. - N.º de citações Google Scholar: 1

### - Comunicação em evento científico

1	Zagnoli, patrizia, Radicchi, Elena & Santos, M-C. (2019). Port's Role as a Determinant of Cruise Destination Socio-Economic Sustainability. 46th International Scientific Conference on Economic and Social Development, Sustainable Tourist Destinations, Varazdin. - N.º de citações Google Scholar: 21
2	Santos, M-C. & Trindade, G. (2019). The mediating effect of intention to repeat the visit to a port of call between city evaluation and satisfaction with the visit. ATMC 2019 - "MARKETING FOR MORE SUSTAINABLE AND COLLABORATIVE TOURISM".
3	Santos, M-C. & Marques, C. (2019). Does attending an occasional itinerary music festival drive tourism towards the host city? The case of Eurovision Song Festival. ATMC 2019 - "MARKETING FOR MORE SUSTAINABLE AND COLLABORATIVE TOURISM".
4	Silva, A., Trindade, G. & Santos, M-C. (2018). Consumption of musical content and movies/series online in Portugal. Consumption of musical content and movies/series online in Portugal.
5	Brochado, A., Santos, M-C., Oliveira-Brochado, F. & Esperança, J. (2017). Correlates of Lottery Gambling. GIKA 17.

6	Brochado, A. & Santos, M-C. (2017). The couch surfing experience shared online. XIII Iberian International Business Conference.
7	Santos, M-C., Trindade, G., Laureano, Raul M. S., Silva, Tiago, Wolf, Christian & Santos, M. (2017). DIFFERENTIATION CHALLENGES IN SOCIAL CROWDFUNDING. IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing.
8	Laureano, Raul M. S., Trindade, G., Abreu, M. Madalena, Santos, M-C., Santos, M., Silva, Tiago...Costa, Bárbara (2017). FUNDRAISING IN ACTION: HOW TO ENSURE THE SUCCESS OF A CROWDFUNDING CAMPAIGN?. IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing.
9	Santos, M-C. & Marques, C. (2017). Perceived corporate rebranding and brand equity in a multi-concept global hotel group. XIII Iberian International Business Conference.
10	Santos, M-C., Marques, C. & Remédios, F. (2017). ASSESSING THE IMPACT OF LOGO CHANGES ON THE BRAND EQUITY OF A HOTEL GROUP. European Marketing Academy Conference - EMAC 2017.
11	Batista, M., Reis, E., Marques, C. & Santos, M-C. (2017). A Certificação de Alimentos Orgânicos: Influência na Decisão de Compra do Consumidor Ecologicamente Consciente. XXIII Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística.
12	Santos, M-C., Brochado, A. & Esperança, J. (2016). FDI patters of interational hotel chains. GIKA 2016.
13	Santos, M-C. & Marques, C. (2015). The Impact of Environmental Certification on the shoppers' store choice. Trend Marketing Conference 2015 (14th IMTC 2015).
14	S. Dahab & Santos, M-C. (2015). Corporate Governance and Environmental Policies of Global Hotels. 4th International Conference on Multinational Enterprises and Sustainable Development MESD 15 .
15	Aveiro, V., Reis, E., Santos, M-C. & Marques, C. (2014). The Influence of Person-Organization Fit for the Corporate Brand Perception according to the Contractual Situation. 17th International Academy of Management and Business (IAMB) Conference - IAMB 2014.
16	Lara, M., Marques, C. & Santos, M-C. (2013). Environmental certifications: Are they reaching the consumers?. 5th Annual Global Management Conference.
17	Menezes, J., Santos, M-C., Reis, E. & Marques, C. (2013). The influence of the consumer perceived value on the satisfaction with the grocery retailer relationship: the mediating effect of the risk of unsustainable consumption. 5th Annual Global Management Conference.
18	Menezes, J., Santos, M-C., Reis, E. & Marques, C. (2012). Value and risk of unsustainable consumption on grocery retailing purchases: a conceptual propose. IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012).
19	Aveiro, V., Reis, E., Santos, M-C. & Marques, C. (2012). O Papel do Colaborador na Transmissão dos Valores da Marca Corporativa aos Clientes. IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012).
20	Santos, M-C., S. Dahab & Esperança, J. (2012). Governance and strategic choices of global hotels. 12th International Research Conference In Service Management.

21	Reis, E., Aveiro, V., Marques, C. & Santos, M-C. (2012). Organizational values and individual values of employees of a postal service company: Do they really fit?. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science (EIRASS 2012).
22	Marques, S., Santos, M-C. & Rita Cameira (2011). Store Format Influence on Customer Perception of the Store. 18th EIRASS.
23	Santos, M-C., Martins, L.M. & Pereira, H. (2011). Marketing Planning modulul 4, Support for the International Master of Entrepreneurship and Venture . TREPAN Program supported by Union European, Romanian, University of Craiova and ISCTE-IUL.
24	Santos, M-C., Bernardino, L., Pinto, F. & Roxo, F.V. (2010). Leverage the Market Opportunity by a Customer-Centric Organization: A Special Case in the Hotel Industry in Portugal. Leverage the Market Opportunity by a Customer-Centric Organization: A Special Case in the Hotel Industry in Portugal.
25	Trigo, V., Calapez, T. & Santos, M-C. (2008). SMEs and internationalization: an empirical study of SMEs in Portugal. RentXXII Research in entrepreneurship and small business.
26	Trigo, V., Calapez, T. & Santos, M-C. (2008). SMEs AND GLOBAL MARKETS: do they fit? An empirical study in Portugal. EIASM Conference.
27	Queiroga, A.P., Santos, M-C. & Lages, L. F. (2007). Learning Orientation and Financial Performance in the Hotel Industry: The Mediating Role of Services Innovation. 6th International Congress on marketing Trends.
28	Santos, M-C., Lages, L. F. & Queiroga, A.P. (2007). Learning orientation and financial performarnce in the Hotel Industry: The mediating role of Market performance and services innovation. EIRASS 2007 - 14th Internacional conference on Retailing and Services Science.
29	Queiroga, A.P., Lages, L. F. & Santos, M-C. (2007). Learning Orientation and Financial Performance in the Hotel Industry: The Mediating Role of Market performance and Services Innovation. EIRASS, 14th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science.
30	Queiroga, A.P., Santos, M-C. & Lages, L. F. (2007). Learning orientation and financial performarnce in the Hotel Industry: The mediating role of services innovation. 6th international congress on Marketing Trends.
31	Queiroga, A.P., Santos, M-C. & Lages, L. F. (2006). Market orientation-performance relationship: The Mediating Effects of new services. 13th international Conference on recent Advances in retailing and services Science.
32	Queiroga, A.P., Santos, M-C. & Lages, L. F. (2006). The Mediating Effects of New services on the impact of market orientation and market performance on Financial Performance. 35th European Marketing Academy (EMAC) Conference Athens, Greece: 35th EMAC Conference.
33	Alturas, B., Santos, M-C. & Brites, R. (2006). Direct selling: finding consumer segments. EIRASS 2006 - 13th Internacional conference on Retailing and Services Science.
34	Queiroga, A.P., Santos, M-C. & Lages, L. F. (2006). The mediating effects of New services on Financial performance. EMAC 35th Conference.
35	Queiroga, A.P., Santos, M-C. & Lages, L. F. (2006). Learning orientation and financial performarnce in the Hotel Industry: The mediating role of services innovation. EMAC 35th Conference.
36	Queiroga, A.P., Santos, M-C. & Lages, L. F. (2005). Strategic orientations and business performance: An exploratory study. EMAC 34th Conference.



37	Queiroga, A.P., Santos, M-C. & Lages, L. F. (2005). The impact of Market-oriented organizational culture, learning orientation and entrepreneurial proclivity on business performance. EMAC 34th Conference.
38	Queiroga, A.P., Santos, M-C. & Lages, L. F. (2005). The impact of market-oriented organizational culture, learning orientation and entrepreneurial proclivity on business performance. 4th international congress in Marketing Trends.
39	Lancastre, A., Lages, L. F. & Santos, M-C. (2005). The buyer-seller relationship: buyer perspectives of e-cooperation determinants. EMAC 34th Conference.
40	Alturas, B., Santos, M-C. & Pereira, Ivo (2005). Determinants of Consumers' Satisfaction and Acceptance of Direct Selling. Marketing: Building Business, Shaping Society - Academy of Marketing Annual Conference.
41	Alturas, B. & Santos, M-C. (2004). Direct Selling: The role of risk in consumers' acceptance and satisfaction . Virtue in Marketing, Academy of Marketing Annual Conference.
42	Alturas, B. & Santos, M-C. (2003). Determinants of direct selling: The consumer perspective . 16th EIASM/EMAC Doctoral Colloquium.
43	Cristina Sousa, Reis, E. & Santos, M-C. (2002). Service Quality in a cross-cultural context. 7th International Research Seminar in Service Management.
44	Santos, M-C. (1996). Standardisation du Service et Perception du client. 4th International Research seminar in Service Management.

## • Outras Publicações

### - Outras publicações

1	Santos, M-C. (2005). Actas da 4ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços. Actas da 4ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços.
2	Santos, M-C. (2002). Actas da 3ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços. Actas da 3ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços.
3	Santos, M-C. (1998). Actas da 2ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços. 2ª Conferência Nacional de marketing de Serviços.
4	Santos, M-C. (1997). Actas da 1ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços. Actas da 1ª Conferência Nacional de Marketing de serviços.
5	Santos, M-C. & Roxo, F.V. (1990). Servuction, A Gestão Marketing de Empresas de Serviços, co-translation and adaptation to the portuguese context from the original "Servuction, Marketing de Services", Pierre Eiglier et Eric Langeard, Mc Graw-Hill. Livro - tradução com adaptação a casos portugueses.

## Projetos de Investigação

Título do Projeto	Papel no Projeto	Parceiros	Período
-------------------	------------------	-----------	---------

Corporate Governance in Medium Income Countries: The Case of Portugal	Investigadora	BRU-Iscte	2007 - 2011
---	---------------	-----------	-------------

## Cargos de Gestão Académica

Coordenadora da unidade curricular Marketing de Serviços (2023) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing para as Tecnologias (2022 - 2023) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Serviços (2022) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing para as Tecnologias (2021 - 2022) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Serviços (2021) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing para as Tecnologias (2020 - 2021) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Serviços (2020) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing para as Tecnologias (2020) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Serviços (2019) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing para as Tecnologias (2019) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora de ECTS do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (2019 - 2022) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Marketing para as Tecnologias (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing de Serviços (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing para as Tecnologias (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing para as Tecnologias (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora de ECTS do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (2016 - 2019) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Marketing para as Tecnologias (2015) Unidade/Área: Marketing

## Prémios

Melhor paper na EIRASS 2007 (2007)

Melhor paper na EIRASS 2006 (2006)

## Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Coordenação geral de evento não científico	4ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços	GIEM-ISCTE e Audax	2005
Coordenação geral de evento não científico	3ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços	GIEM-ISCTE	2002
Coordenação geral de evento não científico	2ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços	GIEM-ISCTE	1998
Coordenação geral de evento não científico	1ª Conferência Nacional de Marketing de Serviços	GIEM-ISCTE	1997

## Actividades de Edição/Revisão Científica

Tipo de Actividade	Título da Revista	ISSN/Quartil	Período	Língua
Membro de equipa editorial de revista	Iberoamerican Journal of Strategic Management (RIAE/IJSM),	2176-0756	Desde 2019	Inglês
Membro de equipa editorial de revista	Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão	1677-206	2001 - 2005	Português