

**Aviso:** [2024-08-24 19:58] 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.

## Mariana Berga Rodrigues

### Assistente de Investigação

BRU-Iscte - Business Research Unit (IBS)  
[Grupo de Marketing]

### Contactos

E-mail	mobrs@iscte-iul.pt
Gabinete	2W15

### Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Doutoramento	Management	2025
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Mestrado	Marketing	2022
Universidade Nova de Lisboa - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas	Licenciatura	Communication Sciences	2018

### Orientações

#### • Dissertações de Mestrado

- Terminadas

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

1	Patrícia Alexandra Calheiros Santos	A influência da realidade virtual na perceção de autenticidade, curiosidade e vontade de participar em iniciativas socialmente responsáveis	Inglês	ISCTE-IUL	2023
2	Beatriz do Carmo Silva e Gonçalves	Impactos da realidade virtual nas intenções de compra do consumidor imobiliário	Inglês	ISCTE-IUL	2023
3	Maria Inês Relvas Romero	Compreender a utilização da Publicidade em Jogos para Marcas de Luxo: o impacto da Brand Coolness na Brand Equity	Inglês	ISCTE-IUL	2022
4	Julia Ryan Novack	O impacto do turismo induzido por filmes, respostas emocionais e padrões de estilo de vida nas intenções comportamentais de viajar a um destino	Inglês	ISCTE-IUL	2022

## • Projetos Finais de Mestrado

### - Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Xiaozhong Bao	Simulação da gestão de emergências através da tecnologia de realidade alargada - bases numa perspectiva de gémeo digital	Inglês	ISCTE-IUL	2023

## Total de Citações

Web of Science®	2
Scopus	14

## Publicações

### • Revistas Científicas

#### - Artigo em revista científica

1	Rodrigues, M. B. & Loureiro, S. M. C. (N/A). Xreality Film Innovation Circle framework and future directions. Creativity and Innovation Management. N/A
2	Rodrigues, M. B., Loureiro, S. M. C. & Romero, M. I. R. (2024). Luxury fashion games are so cool! Predicting awareness, perceived quality, and loyalty. Journal of Retailing and Consumer Services . 77 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 3

3	Rodrigues, M. & Loureiro, S. M. C. (2022). Virtual reality in the motion picture industry: The relationship among movie coolness, sympathy, empathy, and word-of-mouth. <i>Journal of Promotion Management</i> . 28 (2), 144-159 - N.º de citações Scopus: 11 - N.º de citações Google Scholar: 15
---	--

## • Livros e Capítulos de Livros

### - Capítulo de livro

1	Rodrigues, M. B. & Loureiro, S. M. C. (2024). Inteligência Artificial no Mercado de Trabalho: oportunidades e desafios da transformação digital. In José Maria Carvalho Ferreira (Ed.), <i>Covid-19, Vírus das Desigualdades Sociais</i> .: Clássica Editora.
2	Rodrigues, M. B. & Loureiro, S. M. C. (2022). Principais desafios da aprendizagem online durante e após a pandemia de COVID-19. In José Maria Carvalho Ferreira (Ed.), <i>Contingências da Pandemia Gerada pelo COVID-19 nas Sociedades Contemporâneas</i> .: Clássica Editora.
3	Loureiro, S. M. C. & Rodrigues, M. B. (2022). Place Coolness. In Dimitrios Buhalis (Ed.), <i>Encyclopedia of Tourism Management and Marketing</i> .
4	Loureiro, S. M. C., Muhammad Ashfaq & Rodrigues, M. B. (2021). AI Meaning and Applications in the Consumer Sector of Retailing, Hospitality, and Tourism. In <i>Handbook of Research on Applied Data Science and Artificial Intelligence in Business and Industry</i> . (pp. 291-303). - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 3

## • Conferências/Workshops e Comunicações

### - Publicação em atas de evento científico

1	Rodrigues, M. B., Loureiro, S. M. C. & Dias, J. (2023). Cinematic virtual reality: How emotional responses vary across movie genre and technological format. In Timothy Jung, M. Claudia tom Dieck, Sandra Maria Correia Loureiro (Ed.), <i>Extended reality and metaverse: Immersive technology in times of crisis: XR 2022</i> . (pp. 265-270). Lisboa: Springer, Cham. - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Rodrigues, M., Romero, M. I. & Loureiro, S. M. C. (2023). How game advertising influences the brand equity of luxury brands. In Rust, R. T., Peres, R., Robinson, L., Nishio, C., and Garrett, T. (Ed.), <i>2023 Global Marketing Conference at Seoul: Marketing and management transformation in the challenging digital environment</i> . (pp. 705-710). Seoul, Republic of Korea: Global Alliance of Marketing and Management Associations.
3	Rodrigues, M. B., Loureiro, S. M. C. & Lopes, F. (2022). How VR can boost inspiration and increase donations. In Demetris Vrontis, Yaakov Weber, Evangelos Tsoukatos (Ed.), <i>15th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, Book proceedings</i> . Palermo: EuroMed Press.
4	Rodrigues, M. B., Lopes, F. & Loureiro, S. (2022). How VR can boost inspiration and increase donations. In <i>Proceedings of the 51st Annual EMAC Conference (EMAC 2022)</i> . Budapest: European Marketing Academy (EMAC).

### - Comunicação em evento científico

1	Rodrigues, M. B. & Loureiro, S. M. C. (2023). Sustainability in VR: Are my actions authentic?. 10th RMER Conference: Sustainable and Responsible Management- A decade of Integrating Knowledge and Creating
---	---

	Societal Impact through Innovation and Entrepreneurship.
2	Rodrigues, M. B., Loureiro, S. M. C. & Dias, J. (2022). Cinematic Virtual Reality: how emotional responses vary across movie genre and technological format. 7th International XR Conference.
3	Rodrigues, M. B. & Loureiro, S. M. C. (2022). Artificial Intelligence in the Labor Market: opportunities and challenges of digital transformation. International WORKSHOP on Covid-19, Virus of Social Inequalities.
4	Rodrigues, M. B., Loureiro, S. M. C. & Lopes, F. (2022). How VR can Boost Inspiration and Increase Donations. 15th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business.
5	Rodrigues, M. B. & Loureiro, S. M. C. (2021). Coolness Factor in Virtual Reality Motion Picture Context . Proceedings of the 50th European Marketing Academy Conference (EMAC).