

**Aviso:** [2022-08-20 04:07] 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)  
[Marketing e Gestão]

### Contactos

#### E-mail

mobrs@iscte-iul.pt

### 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 Ciencias Sociais e Humanas	Licenciatura	Communication Sciences	2018

### Orientações

#### • Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Co-Orientador	Julia Ryan Novack	Cinema-turismo e marketing de imagem de destino	--	Em curso	ISCTE-IUL

2	Co-Orientador	Maria Inês Relvas Romero	O Impacto da realização da publicidade em jogos na equidade das marcas de luxo	--	Em curso	ISCTE-IUL
---	---------------	--------------------------	--	----	----------	-----------

## Total de Citações

<b>Web of Science®</b>	0
<b>Scopus</b>	1

## Publicações

### • Revistas Científicas

#### - Artigo em revista científica

1	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: 1 - N.º de citações Google Scholar: 1
---	--

### • Livros e Capítulos de Livros

#### - Capítulo de livro

1	Loureiro, S. M. C. & Rodrigues, M. B. (2022). Place Coolness. In Dimitrios Buhalis (Ed.), <i>Encyclopedia of Tourism Management and Marketing</i> .
2	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 Google Scholar: 1