

Aviso: [2026-05-22 01:49] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Mónica Mendes Ferreira

Professora Auxiliar Convidada

BRU-Iscte - Business Research Unit

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)



Contactos

E-mail	Monica.Ferreira@iscte-iul.pt
Gabinete	D4.26
Telefone	217650471 (Ext: 279426)

Currículo

Mónica Mendes Ferreira é Professora Auxiliar Convidada no ISCTE Business School e investigadora na BRU. Trabalha na área das ciências sociais, destacando-se a Economia e a Gestão. A sua formação académica é interdisciplinar, combinando uma licenciatura em Marketing e Comunicação, uma Pós-Graduação em Comportamento Organizacional e Gestão e um Doutoramento em Gestão na especialidade de Marketing. Publicou artigos científicos em revistas de topo com 3 colaboradores em coautoria, capítulos de livros e atas em conferências. Tem uma vasta experiência de ensino, desde licenciaturas em Marketing e Gestão até Mestrados e Pós-Graduações e em Educação Executiva. A nível profissional, mais de 20 anos de experiência em diferentes setores como FMCG, Mass Media, Agências de Publicidade, Associações e Consultoria. Os seus interesses de investigação incluem comportamento do consumidor, marketing digital, redes sociais, branding, comunicação, marketing turístico e as ligações entre marketing e VR, AR e IA.

Áreas de Investigação

Marketing Management, Brand Management and Communication, Digital Mkt, Consumer Behaviour, VR, AI, AR, Tourism

Gaming

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Doutoramento	Management - Specialization in Marketing	2021
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa	Doutoramento	Gestão	2019
ISPA, Instituto Superior de Psicologia Aplicada	Pós-graduação	Comportamento Organizacional e Gestão	2002
Instituto Politécnico de Lisboa - Escola Superior de Comunicação Social	Licenciatura	Publicidade e Marketing	1996
Instituto Politécnico de Lisboa - Escola Superior de Comunicação Social	Bacharelato	Publicidade e Marketing	1994

Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2024	Universidade Lusíada	Portugal	
2023 - 2024	Universidade Europeia	Portugal	
2022 - 2023	IADE	Portugal	
2005 - 2008	ISCTE - GIEM	Portugal	
1997 - 2001	ESCS	Portugal	
1997 - 1997	ISCTE	Portugal	

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2026/2027	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2026/2027	1º	Fundamentos de Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística;	Não
2026/2027	1º	Orientação de Mestrado	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2025/2026	2º	Fundamentos de Marketing	Licenciatura em Gestão;	Não
2025/2026	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim

2025/2026	1º	Fundamentos de Marketing	Licenciatura em Finanças e Contabilidade;	Não
2024/2025	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Gestão do Marketing		Não
2024/2025	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2023/2024	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2023/2024	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2023/2024	1º	Gestão do Marketing		Não
2023/2024	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2022/2023	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2022/2023	2º	Marketing no Turismo		Sim
2022/2023	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2022/2023	1º	Gestão do Marketing		Não
2022/2023	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Não
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação		Não
2021/2022	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2021/2022	1º	Gestão de Comunicação		Não
2021/2022	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Não
2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação		Não
2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2020/2021	1º	Marketing 3.0		Sim
2020/2021	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não

2020/2021	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Não
2020/2021	1º	Gestão de Canais de Distribuição		Não
2020/2021	1º	Gestão do Marketing	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação		Não
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2019/2020	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2019/2020	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não
2019/2020	1º	Gestão de Canais de Distribuição		Sim
2018/2019	2º	Criação e Gestão de Marcas		Não
2018/2019	2º	Ferramentas de Comunicação		Não
2018/2019	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing		Não
2018/2019	2º	Gestão de Canais de Distribuição		Não
2018/2019	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2018/2019	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não
2017/2018	2º	Criação e Gestão de Marcas		Não
2017/2018	2º	Trade Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2017/2018	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing		Não
2017/2018	2º	Gestão de Canais de Distribuição		Não
2017/2018	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2017/2018	1º	Gestão do Marketing		Não
2017/2018	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não
2016/2017	2º	Criação e Gestão de Marcas		Não
2016/2017	2º	Trade Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2016/2017	2º	Gestão do Negócio		Não

2016/2017	2º	Gestão do Marketing		Não
2016/2017	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing		Não
2016/2017	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2016/2017	1º	Gestão do Marketing		Não
2016/2017	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não
2015/2016	2º	Criação e Gestão de Marcas		Não
2015/2016	2º	Projeto de Gestão de Marketing 2		Sim
2015/2016	2º	Gestão do Negócio		Sim
2015/2016	2º	Gestão do Marketing		Não
2015/2016	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing		Não
2015/2016	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2015/2016	1º	Estratégia Digital		Não
2015/2016	1º	Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente		Sim
2015/2016	1º	Marketing Estratégico de Serviços Financeiros		Sim
2015/2016	1º	Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente_ce		Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing		Não
2015/2016	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	2º	Gestão do Marketing		Não
2014/2015	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing		Não
2014/2015	1º	Gestão do Marketing		Não
2014/2015	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão;	Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Beatriz Cavaleira dos Santos Tavares Pinto	Retailtainment	Inglês	Em curso	Iscte
2	Cristiano Nuno Ferreira Flor	MARKETING DIGITAL	Inglês	Em curso	Iscte
3	Beatriz Santos Ferreira	Galp: A New Intervention Field	--	Em curso	Iscte
4	Rita Lousã Marques Lucas dos Santos	From Event to Emotion: How Brand Experiences Shared on Social Media Create Emotional Connections Between Consumers and Brands	--	Em curso	Iscte
5	Tiago Barbosa Lopes da Silva	A Hibridização das Estratégias de Trade Marketing no Ensino Superior: Uma Análise Comparativa entre Instituições Portuguesas e Internacionais.	--	Em curso	Iscte
6	Maria Luísa Telhada da Costa Tovar Faro	A Estratégia de Comunicação Digital da Marca +351: Estudo de Caso	--	Em curso	Iscte
7	Sofia Pires da Costa Lopes	Communication and sponsorship marketing in football: how sponsors use communication to connect with fans through their football clubs.	--	Em curso	Iscte
8	Márcia Loureiro Rodrigues	Adaptação do marketing-mix em empresas multinacionais no mercado local português: o caso da Dawn Foods.	--	Em curso	Iscte
9	Ana Catarina Torres Andrade	De que modo as redes sociais afetam o comportamento do consumidor de futebol	--	Em curso	Iscte
10	Tomás Soares de Abreu	Influência de conteúdos digitais nas decisões de compra	--	Em curso	Iscte
11	Márcia Sofia Matos Mouta	New Luxury: Influence on brands strategies and storytelling	--	Em curso	Iscte
12	Catarina Amaral Ferreira da Costa	Novas Tendências de Comunicação no Setor da Cosmética	--	Em curso	Iscte

13	Francisca Sousa Maia	A importância do storytelling no setor dos vinhos	Inglês	Em curso	Iscte
14	Francisco Miguel Branco Leal Ferreira	A Portuguese Import Company - Brasil Case	Inglês	Em curso	Iscte
15	João Silva Mendes Santiago	De uma terra de agricultores a um polo tecnológico: o projeto "Terceira Tech Island"	Inglês	Em curso	Iscte
16	Raquel Pontes Ahrens Teixeira	Novas Tendências em Retalho: Uma aplicação em loja no setor do turismo	Inglês	Em curso	Iscte
17	Francisco Miguel Branco Leal Ferreira	Analysis of possible differences in terms of restaurant experience among restaurant management, employees and customers	Inglês	Em curso	Iscte
18	Joana Duarte Barbosa	A Digitalização da Experiência em Loja Física: Impacto na Fidelização do Cliente e na Intenção de Retorno ao Ponto de Venda	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Guilherme Carlos Sousa Santos Franco	O impacto das marcas patrocinadoras em festivais de verão na perceção de Brand Coolness pelos consumidores	--	Iscte	2024
2	Inês Filipa de Oliveira Alves	Análise dos Fatores Determinantes da Intenção de compra dos Millennials em Portugal: Versão Extendida da Teoria do Planned Behaviour.	Inglês	Iscte	2023
3	Joana Filipa Januário Lopes	A Influência da Realidade Aumentada no Processo de Decisão de Compra dos Consumidores de Moda Online	Português	Iscte	2023
4	Catarina Alexandra Marques Gonçalves	A Dança como ferramenta de Comunicação e o impacto no Bem-estar do Consumidor	Português	Iscte	2023
5	Pedro Filipe Sobral Costa	Comportamento do Consumidor em e-Commerce	Inglês	Iscte	2023
6	Mafalda Lousa Campos	Barreiras para as Mulheres na Indústria de Jogos	Inglês	Iscte	2023
7	Ana Carolina dos Santos Silva	Impacto da Realidade Virtual na intenção de compra de produtos turísticos	Português	Iscte	2023
8	Cristiano Nuno Ferreira Flor	Social Media Marketing enquanto estratégia de Brand Awareness: uma perspectiva da saúde privada em Portugal	Português	Iscte	2022

9	Rita Neves Matos Relvas Marino	Experiência Sensorial: as cores e embalagens	Português	Iscte	2022
10	Carlota Maria Estevão da Silva	Comportamento do consumidor no marketing sensorial: Psicologia das Cores	Português	Iscte	2022
11	Nuno Miguel Pasadas Bexiga	O Impacto das Ferramentas de Comunicação no Customer Engagement da Indústria Hoteleira	Português	Iscte	2022
12	Marta Alexandre Leão Gameiro Ferreira	O papel das estratégias de publicidade emocionais na adesão aos Eventos de Música	Inglês	Iscte	2022
13	Maria Luís Branco Simões	Impacto dos Influenciadores Digitais no Comportamento do Consumidor: Os Macro e Micro Influenciadores no Instagram	Português	Iscte	2022
14	Sara Luísa Meijer Loja	A influência dos media na sociedade do século 21: Revisão de uma análise criminológica global	Inglês	Iscte	2022
15	Bernardo Nunes Brito da Mana	Ferramentas de Comunicação em Organizações Humanitárias	Inglês	Iscte	2022
16	Catarina Almeida Marques	A Fidelização de Clientes através da Gamification: Caso MB Way	Inglês	Iscte	2022
17	Beatriz Cavaleira dos Santos Tavares Pinto	O Papel do Retailtainment nas Intenções Comportamentais da Geração Z nos Centros Comerciais	Inglês	Iscte	2022
18	Ricardo Xavier Souto Ferreira da Silva	Os efeitos de pilotos de Fórmula 1 em relacionamento de fãs	Inglês	Iscte	2022
19	Francisco Serpa dos Santos Figueiredo	O Impacto da Ligação Cão-Humano nos Critérios de Seleção de Comida de Cão	Inglês	Iscte	2022
20	João Paulo Casimiro da Costa Amaral Rato	O que o faz ver e não jogá-lo? A Evolução de Gaming Streaming e os Fatores Motivacionais relativos a Audiência	Inglês	Iscte	2022
21	Ricardo Marques Morgado Costa Reis	A relação entre o masstige marketing e a brand equity entre gerações num contexto de mudança na indústria relojoeira	Português	Iscte	2021
22	Luís Carlos Carvalho Carapinha	Comunicar na altamente regulamentada indústria do tabaco: O caso da Philip Morris	Inglês	Iscte	2021
23	Joana Seabra de Azevedo Lima	As perceções dos recrutadores Portugueses sobre os conteúdos online, durante o recrutamento, e o impacto destas nas suas decisões de contratação	Inglês	Iscte	2021

24	Inês Sofia Galhardas Pinto Gonçalves	Caso Pedagógico da Federação Portuguesa de Futebol - O impacto da expansão de negócio do Canal 11	Inglês	Iscte	2021
25	Pedro Miguel Bicho Fadista	O Panorama desportivo nos Media - Investigação das Interações Parassociais, Comportamentos e do impacto causado pela ausência do desporto pelo confinamento.	Inglês	Iscte	2021
26	Jéssica Nazarina Miguel Cahete	Bancos tradicionais na era digital. Conseguem adaptar-se as mudanças de comportamento dos consumidores? Perceção dos Millennials no mercado Português	Inglês	Iscte	2021
27	Raquel Pontes Ahrens Teixeira	O USO DE CO-CRIAÇÃO NO CAMPISMO E O SEU RELACIONAMENTO COM O ENVOLVIMENTO DO CLIENTE	Inglês	Iscte	2021
28	João Carlos Porfírio Modesto	Plano de Marketing e Comunicação - TRÉE Real Estate Experience	Inglês	Iscte	2021
29	Miguel Matos Delgado	O Impacto da Tecnologia no processo de tomada de decisão de um destino turístico	Inglês	Iscte	2021
30	Leonor David de Paiva Gardete Correia	Celebrity Endorsement com artistas de música: O caso de estudo da Fruit e Universal Music Portugal.	Inglês	Iscte	2021
31	Fábio Miguel Iglésias Braga	A influência e o impacto da Inteligência Artificial no processo de Tomada de Decisão do consumidor: Comparação entre Geração X e Millennials	Inglês	Iscte	2021
32	Tiago Miguel Gago Esteves Cabrita	O Impacto da Interação Online nas Dimensões da Brand Equity no Setor da Hospitalidade.	Inglês	Iscte	2021
33	João Eduardo Seixas Carlos da Silva Paulo	A Importância das Pesquisas Online na Segmentação Estratégica de um Destino: O Caso Madeira	Português	Iscte	2021
34	Patrícia Paixão Diniz	Fatores que influenciam a Intenção de Compra de Luxo: Comparação entre as Gerações X e Y	Português	Iscte	2021
35	Júlia Maria Simões Grácio	O impacto do marketing por influência na equidade da marca: As percepções da Geração Y e Geração Z	Inglês	Iscte	2021
36	Bruno Rogério Neves Loureiro	O Impacto dos Serviços de Streaming e de Video-on-Demand na Indústria da Exibição de Cinema: Uma Abordagem Experiencial	Inglês	Iscte	2019

37	Raquel da Fonte Barata da Silva	Co-criação de Experiência de Turismo e Tecnologia como conceitos-chave (ferramentas-chave) para a inovação e a criação de valor	Inglês	Iscte	2019
38	Tiago Marques Prata	De que forma a qualidade do serviço afeta a satisfação dos jogadores de casino	Inglês	Iscte	2019
39	João Tavares Fernando	O papel da lealdade na criação de brand equity em marca branca	Inglês	Iscte	2019
40	Gonçalo Filipe Monteiro Grade	Marketing Multi Nível e o impacto no vínculo nos distribuidores dos factores de (in)sucesso - abordagem para medir o vínculo	Inglês	Iscte	2019
41	Manuel Maria Mourinha Caeiro Ramalho	Como Pode o Investimento na Marca de Distribuidor Afetar o Consumidor? O Caso de Estudo da Leroy Merlin	Inglês	Iscte	2019
42	Márcia Filipa Martins Botelho	O Impacto dos Influencers na Intenção de Compra: A Indústria da Cosmética	Inglês	Iscte	2019
43	Fábia Patrícia Fidalgo Fino	Realidade Virtual e Inteligência Artificial aplicadas à Experiência do Consumidor: Uma Abordagem Baseada em Cenários	Inglês	Iscte	2018
44	Huang Shunying	Análise geracional dos comportamentos dos turistas: Estudo do turista Chinês	Inglês	Iscte	2018
45	Rita Martinho Rosa	Atitude e Intenção para utilizar Carsharing em Portugal: utilizadores e não-utilizadores	Inglês	Iscte	2018
46	Miguel Ângelo Martins	DOES ETHICS IN ADVERTISEMENT AFFECT CONSUMPTION AND BRAND LOYALTY IN THE PORTUGUESE BEER MARKET?MILLENNIALS VS GENERATION X PERCEPTION	Inglês	Iscte	2018
47	Cláudia Sofia Outeiro Cipriano	Conseguirá a publicidade nativa e o conteúdo de marca no Instagram afectar os níveis do valor de marca?	Inglês	Iscte	2018
48	Ana Mafalda Ricardo Morgado Costa	Zara's Case Study - The Strategy of the Fast Fashion Pioneer	Inglês	Iscte	2017
49	Federico Cavalli	Food Marketing Guerrilla Version - Practical Case: Tritico, an italian bakery	Inglês	Iscte	2017
50	Daniel Sousa Drumond	An Assessment of how Brand Awareness Influences Brand Recognition through Product Placement, Applied to the Automotive Industry and Computers	Inglês	Iscte	2017
51	Sara Alexandra Gonçalves Rodrigues	Customer Journey: A new approach for retailers	Inglês	Iscte	2017

52	Inês Furtado Menezes	Contrast Between Youtubers and Traditional Celebrities: Impact in brand awareness, purchase intention and brand loyalty	Inglês	Iscte	2017
53	Manon Marie Margaux Hallouin	The Impact of Brand Portfolio Management on the Identification Process of Sport Consumers	Inglês	Iscte	2017
54	Sandra dos Santos Pires	Why Storytelling is the Future of Branding	Inglês	Iscte	2016
55	Catarina Sofia Leonor Revez	The Blog as a New Tool of The Marketing Communication Mix	Inglês	Iscte	2016
56	Beatriz Margarida Trindade Almiro de Menezes e Castro	The Role of Social Media Marketing in the Decision Making Process Affecting Portuguese Consumers Considering the Horeca Business Segment	Inglês	Iscte	2016
57	Inês Sofia Inácio Bom	The Impact of Youtube Recommendations on Consumer's Decision-Making Process	Inglês	Iscte	2016

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Mariana da Silva Rodrigues	Plano de Comunicação para uma marca de café: Nicola	Português	Iscte	2024
2	Maria Rosa Medeiros Toste	Plano de Marketing Digital para as Redes Sociais - Cross And Run	Português	Iscte	2022
3	Mafalda Pereira Mendes Baptista da Costa	Plano de negócios inovador - CONCEITO BEM-ESTAR	Português	Iscte	2021
4	Cláudia Filipa Ferreira Clara Mota da Silva	Parkaki - O teu lugar de estacionamento em Lisboa	Português	Iscte	2021
5	João Silva Mendes Santiago	100 Anos do Sport Club Lusitânia: Um plano de comunicação para uma época centenária	Inglês	Iscte	2021
6	Rita Figueiredo de Carvalheira Almeida	Plano de Comunicação do Rebranding da EDP Serviço Universal	Inglês	Iscte	2021
7	Joana Rita Branco Santos	O Impacto dos Ecrãs Interactivos na Atmosfera de Loja - Um caso pedagógico da Leroy Merlin	Inglês	Iscte	2021
8	Maria Mafalda de Brito Guerreiro Alves	Festivais de Música e Iniciativas Culturais como formas de revitalizar o interior de Portugal. O Caso de Estudo do Festival Bons Sons	Inglês	Iscte	2021

9	Aline Nowacki	ESTUDO DE CASO SOBRE O ENGAGEMENT DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NA ING, LUXEMBURGO	Inglês	Iscte	2018
10	Ricardo Filipe Samora Tavares	Projeto Empresarial: Inovação Corporativa numa empresa postal nacional com quase 500 anos	Inglês	Iscte	2018
11	Inês Conde Rodrigues Coutinho Marques	Bandida do Pomar - Como quebrar as regras através da comunicação	Inglês	Iscte	2018
12	David José do Carmo Chalbert Cardeira Gonçalves	Raising your Arms Towards Branding: How Narta Found its Place in a Mature Market	Inglês	Iscte	2017
13	Rebeca Oram Soares Filipe de Assunção	Caso Leroy Merlin - Fidelização de Clientes	Português	Iscte	2017
14	Joana Cardoso Fava Reis Pereira	Developing a Communication Strategy to enter the Mariculture Market	Inglês	Iscte	2017
15	Ana Margarida Costa Barroca da Graça	Marketing Plan: Sentir Aveiro	Português	Iscte	2017
16	Bernardo da Cruz Medeiros Francisco	Crisis Communication Management: Macdonald's case study	Inglês	Iscte	2016
17	Joana Marta de Jesus Fernandes Pereira	Marketing Plan for Produto da Madeira: Stakeholders approach for place branding strategies	Inglês	Iscte	2016
18	Gaurav Kumar Gadiraju	Impact of Social Media In Sports Marketing	Inglês	Iscte	2016
19	Mafalda Crespo Nunes de Abreu	Implementação de uma Estratégia de Comunicação na Marca Paladar Pronto	Português	Iscte	2016

Total de Citações

Web of Science®	23
Scopus	30

Publicações

- **Revistas Científicas**
 - Artigo em revista científica

1	Loureiro, S. M. C., Sarmento, E. M., Vinagre, F. & Ferreira, M. (2025). Human branding: From attachment strength to loyalty. <i>Journal of Marketing Communications</i> . 31 (4), 371-392 - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 9
2	Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H., Ashfaq, M. & Loureiro, S. M. C. (2023). Tourist-virtual assistant communication: the power of attachment and authenticity. <i>Anatolia</i> . 34 (4), 566-578 - N.º de citações Web of Science®: 9 - N.º de citações Scopus: 11 - N.º de citações Google Scholar: 16
3	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2022). You are only mine: Engage with voice assistant while find destinations and accommodations. <i>Journal of Promotion Management</i> . 28 (2), 189-204 - N.º de citações Web of Science®: 10 - N.º de citações Scopus: 17 - N.º de citações Google Scholar: 19

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Ferreira, Mónica Mendes (2020). Embedding Virtual Reality and Artificial Intelligence in Integrated Marketing Communications. In <i>Managerial Challenges and Social Impacts of Virtual and Augmented Reality</i> . (pp. 13-43): IGI Global Scientific Publishing. - N.º de citações Google Scholar: 3
2	Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H. & Loureiro, S. M. C. (2020). Communication tools in the customer's journey: Application to the tourism sector. In Sandra Maria Correia Loureiro, Hans Ruediger Kaufmann (Ed.), <i>Exploring the power of electronic word-of-mouth in the services industry</i> . (pp. 288-316). Hershey: IGI Global. - N.º de citações Google Scholar: 5

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Loureiro, S. M. C., Ferreira, M. M., Bilro, R. G. & Marques, L. (2023). How artificial intelligence tools influence customer experience and avoidance of similarity. 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. 646-649). Seoul, Republic of Korea: Global Alliance of Marketing and Management Associations. - N.º de citações Google Scholar: 2
2	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2021). Virtual reality and artificial intelligence: Co-creation process between consumers and firms in an area of smart cities. In M. Claudia tom Dieck, Timothy H. Jung, Sandra M. C. Loureiro (Ed.), <i>Augmented reality and virtual reality: New trends in immersive technology</i> , Conference Proceedings. (pp. 239-250): Springer. - N.º de citações Google Scholar: 3
3	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). The role of virtual reality and artificial intelligence in marketing relationship communications. In <i>2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings</i> . (pp. 981-983). Seoul: Global Alliance of Marketing and Management Associations.

4	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). Virtual reality and artificial intelligence in an area of smart cities. In 6th International AR VR Conference.
---	--

- Comunicação em evento científico

1	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Bilro, R.G. (2023). How artificial intelligence tools influence customer experience and avoidance of similarity. Global Marketing Conference - GAMMA .
2	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Bilro, R.G. (2023). A memorable experience in the metaverse led to a desire to revisit: the moderate role of Kama Muta, arousal and dominance. 8th International XR-Metaverse XR meets the Metaverse.
3	Ferreira, Mónica Mendes & Loureiro, Sandra Maria Correia (2020). The role of virtual reality and artificial intelligence in marketing relationship communications. Global Marketing Conference - GAMMA .
4	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). Virtual reality and artificial intelligence: co-creation process between consumers and firms in an area of smart cities. 6th International AR VR Conference: Augmented Reality and Virtual Reality - New trends in immersive technology.

• Outras Publicações

- Tese de Doutoramento

1	Ferreira, Mónica Mendes (2022). Human-artificial intelligence engagement exploring the perspectives of users and tourism managers.
---	--

Prémios

Melhor Professor in PG Top Management Hospitality and Tourism 2017 (2017)

Melhor Professor in PG Top Management Hospitality and Tourism (2016)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão científica de evento científico	9th International XR-Metaverse Conference - Where Reality Meets Imagination	IAITI	2024
Membro de comissão organizadora de evento científico	7ª Conferência Internacional XR - Extended Realities (XR) in Times of Crisis	Iscte; Manchester Metropolitan University	2022
Membro de comissão organizadora de evento científico	7ª Conferência Internacional XR		2022

Membro de comissão organizadora de evento científico	6th International Conference of AR/VR, Immersive Tech and the Future of Smart Cities	IAITI	2020
Membro de comissão organizadora de evento científico	Exploring the Future of Management: Facts, Fashion and Fado	Euram	2020

Actividades de Difusão

Tipo de Actividade	Título do Evento	Descrição da Actividade	Ano
Comunicação/Conferência em encontro público de difusão para a sociedade	A transformação digital nos processos de atração, recrutamento e retenção	Oradora nas Jornadas do curso de Gestão de Recursos Humanos na Universidade Lusófona	2023
Participação em programa de televisão de difusão geral para a sociedade	É uma guerra das marcas contra a Rússia	Participação no telejornal da RTP3	2022
Coordenação de evento de difusão do conhecimento	As marcas são dos consumidores	CNN Portugal - comentário sobre a resposta das marcas sobre o conflito entre a Rússia e a Ucrânia	2022
Publicação de difusão geral para a sociedade (periódicos generalista, jornais, etc.)	O peso do consumidor na guerra das marcas contra o invasor	APAN on view - Artigo de opinião	2022
Publicação de difusão geral para a sociedade (periódicos generalista, jornais, etc.)	É uma guerra das marcas contra a Rússia.	Programa na Rádio Observador: "É uma guerra das marcas contra a Rússia" Empresas cortam ligações com a Rússia. Mónica Mendes Ferreira aponta a "responsabilidade de mexer a ordem pública".	2022
Publicação de difusão geral para a sociedade (periódicos generalista, jornais, etc.)	Taxa rosa. Porque é que comprar produtos para mulher é mais caro do que para homem?	CNN Portugal opinião	2022
Publicação de difusão geral para a sociedade (periódicos generalista, jornais, etc.)	O peso do consumidor na guerra das marcas contra o invasor	O tema do artigo é uma análise de como as grandes marcas estão a reagir à guerra na Ucrânia. Tendo em conta a importância de as marcas terem uma agenda que fala de valores, causas e ativismo, é relevante avaliar a posição que as marcas tomam perante esta guerra.	2022
Comunicação/Conferência em encontro público de difusão para a sociedade	Transformação digital em museus: Impactos na experiência do visitante e no alcance da marca.	Oradora na conferência do projecto Musseum da Universidade Lusófona com o tema Marketing Estratégico no Turismo Cultural	2019