

Aviso: [2022-05-17 09:03] 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.

Mónica Mendes Ferreira

Professora Auxiliar Convidada

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

Assistente de Investigação

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



Contactos

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

Currículo

Mónica Mendes Ferreira. É Professor Auxiliar Convidado no(a) ISCTE Business School. Possui 1 capítulo(s) de livros. Atua na(s) área(s) de Ciências Sociais com ênfase em Economia e Gestão. Nas suas atividades profissionais interagiu com 3 colaborador(es) em coautorias de trabalhos científicos.

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
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
2005 - 2008	ISCTE - GIEM	--	Docente
1997 - 2001	ESCS	--	Assistente Convidada
1997 - 1997	ISCTE	--	Assistente Convidada

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord
2021/2022	1º	Gestão de Comunicação	Marketing;	Não
2021/2022	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Gestão de Marketing;	Não
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação	Gestão Empresarial;	Não
2021/2022	2º	Comunicação em Marketing	Escola de Gestão;	Não
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Escola de Gestão;	Não
2020/2021	1º	Marketing 3.0	Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo;	Sim
2020/2021	1º	Marketing Operacional	Gestão de Marketing; Gestão;	Não
2020/2021	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Gestão de Marketing;	Não
2020/2021	1º	Gestão de Canais de Distribuição	Marketing;	Não
2020/2021	1º	Gestão do Marketing (2.º Ciclo - Ch)	Gestão de Empresas;	Não
2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação	Gestão Empresarial;	Não

2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Escola de Gestão;	Não
2019/2020	1º	Marketing e Gestão da Marca	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2019/2020	1º	Marketing Operacional	Gestão de Marketing; Gestão;	Não
2019/2020	1º	Gestão de Canais de Distribuição	Marketing;	Sim
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação	Gestão Empresarial;	Não
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Escola de Gestão;	Não
2018/2019	1º	Marketing e Gestão da Marca	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2018/2019	1º	Marketing Operacional	Gestão;	Não
2018/2019	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2018/2019	2º	Ferramentas de Comunicação	Gestão Empresarial;	Não
2018/2019	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional; Finanças; Contabilidade; Gestão; Economia; Gestão de Serviços e da Tecnologia; Gestão Internacional; Marketing;	Não
2018/2019	2º	Gestão de Canais de Distribuição	Marketing;	Não
2017/2018	1º	Marketing e Gestão da Marca	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2017/2018	1º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão de Marketing;	Não
2017/2018	1º	Marketing Operacional	Gestão;	Não
2017/2018	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2017/2018	2º	Trade Marketing	Gestão de Marketing;	Sim
2017/2018	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Finanças; Gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional; Marketing; Gestão Internacional; Gestão de Serviços e da Tecnologia; Economia; Gestão; Contabilidade;	Não
2017/2018	2º	Gestão de Canais de Distribuição	Marketing;	Não
2016/2017	1º	Marketing e Gestão da Marca	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2016/2017	1º	Gestão do Marketing	Gestão; Gestão de Marketing;	Não

2016/2017	1º	Marketing Operacional	Gestão;	Não
2016/2017	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2016/2017	2º	Gestão do Negócio	Programa Avançado de Gestão e Liderança (ECTS);	Sim
2016/2017	2º	Trade Marketing	Gestão de Marketing;	Sim
2016/2017	2º	Gestão do Negócio	Programa Avançado de Gestão e Liderança;	Não
2016/2017	2º	Gestão do Marketing	Gestão;	Não
2016/2017	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Economia; Gestão de Serviços e da Tecnologia; Contabilidade; Finanças; Marketing; Gestão de Recursos Humanos e Consultoria Organizacional; Gestão Internacional; Gestão;	Não
2015/2016	1º	Marketing e Gestão da Marca	Gestão de Topo em Hotelaria;	Sim
2015/2016	1º	Estratégia Digital	Roche;	Não
2015/2016	1º	Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente	Programa Pós Graduação para Gestores;	Sim
2015/2016	1º	Marketing Estratégico de Serviços Financeiros	Programa de Desenvolvimento em Gestão e Liderança_CGD;	Sim
2015/2016	1º	Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente_ce	Programa Pós Graduação para Gestores;	Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing	Gestão de Marketing; Gestão;	Não
2015/2016	1º	Marketing Operacional	Gestão;	Não
2015/2016	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2015/2016	2º	Projeto de Gestão de Marketing 2	Gestão de Marketing;	Sim
2015/2016	2º	Gestão do Negócio	Programa Avançado de Gestão e Liderança (ECTS);	Sim
2015/2016	2º	Gestão do Negócio	Programa Avançado de Gestão e Liderança;	Sim
2015/2016	2º	Gestão do Marketing	Gestão;	Não

2015/2016	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Gestão de Serviços e da Tecnologia; Marketing; Gestão de Recursos Humanos; Gestão Internacional; Economia; Finanças; Gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional; Gestão; Contabilidade;	Não
2014/2015	1º	Gestão do Marketing	Informática e Gestão; Gestão de Marketing; Gestão;	Não
2014/2015	1º	Marketing Operacional	Gestão;	Não
2014/2015	2º	Gestão do Marketing	Gestão;	Não
2014/2015	2º	Marketing Operacional	Gestão;	Não
2014/2015	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Economia; Finanças; Marketing; Gestão de Recursos Humanos; Contabilidade; Gestão Internacional; Gestão; Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Cristiano Nuno Ferreira Flor	MARKETING DIGITAL	--	Em curso	ISCTE-IUL
2	Orientador	Catarina Almeida Marques	A Fidelização de Clientes através da Gamification: Caso MB WAY	--	Em curso	ISCTE-IUL
3	Orientador	Ana Filipa Silva Ferreira	Can social media affect the brand image/trust of a luxury brand?	--	Em curso	ISCTE-IUL
4	Orientador	Tânia Cristina Spínola Aveiro	Qualidade de serviço percebida pelos clientes em hotelaria ? Estudo de caso: Hotel Dom Pedro Madeira	--	Em curso	ISCTE-IUL
5	Orientador	Catarina Amaral Ferreira da Costa	Novas tendências de comunicação no setor da cosmética	--	Em curso	ISCTE-IUL
6	Orientador	Bernardo Nunes Brito da Mana	Ferramentas de Comunicação em Organizações Humanitárias	--	Em curso	ISCTE-IUL
7	Orientador	Carlota Maria Estevão da Silva	Comportamento do consumidor no marketing sensorial: Psicologia das Cores. Estudo do caso: Renova	--	Em curso	ISCTE-IUL

8	Orientador	Nuno Miguel Pasadas Bexiga	A presença da indústria hoteleira portuguesa nos meios digitais e o sucesso que advém dessa presença	--	Em curso	ISCTE-IUL
9	Orientador	Francisca Sousa Maia	A importância do storytelling no setor dos vinhos	--	Em curso	ISCTE-IUL
10	Orientador	Mafalda Simões Lopes Alves	A Publicidade Digital tornou os consumidores mais leais e comprometidos com as marcas	--	Em curso	ISCTE-IUL
11	Orientador	Ricardo Xavier Souto Ferreira da Silva	Efeitos de pilotos de Formula 1 em brand awareness	--	Em curso	ISCTE-IUL
12	Orientador	Maria Luís Branco Simões	Relação da Marca com os Influenciadores Digitais no Instagram e o impacto nos Consumidores: Comparação entre a geração X e Z. Estudo de Caso: ?Salsa?	--	Em curso	ISCTE-IUL
13	Orientador	Beatriz Cavaleira dos Santos Tavares Pinto	Retailtainment	--	Em curso	ISCTE-IUL
14	Orientador	Tomás Pires Sanches Casal Carvalho	MARKETING DE PRODUTOS DE TABACO AQUECIDO E O SEU IMPACTO NO CONSUMO	--	Em curso	ISCTE-IUL
15	Orientador	Sara Luísa Meijer Loja	A influência dos media na sociedade do século 21: Revisão de uma análise criminológica global	--	Em curso	ISCTE-IUL
16	Orientador	Maria Rosa Medeiros Toste	Plano de Marketing Digital para as Redes Sociais - Cross And Run	--	Em curso	ISCTE-IUL
17	Orientador	Rita Neves Matos Relvas Marino	Impacto das Cores nas Embalagens	--	Em curso	ISCTE-IUL
18	Orientador	Francisco Serpa dos Santos Figueiredo	Qual o impacto da relação cão-homem, e os hábitos alimentares dos donos, nos critérios de seleção da raça do cão?	--	Em curso	ISCTE-IUL
19	Orientador	Marta Alexandre Leão Gameiro Ferreira	A importância do marketing emocional na adesão aos Festivais de Música	--	Em curso	ISCTE-IUL
20	Orientador	João Silva Mendes Santiago	De uma terra de agricultores a um polo tecnológico: o projeto "Terceira Tech Island"	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

21	Orientador	Inês Sofia Machado da Silva	A eficácia de utilizar Influenciadores no Instagram no Sector do Turismo	--	Em curso	ISCTE-IUL
22	Orientador	Raquel Pontes Ahrens Teixeira	Novas Tendências em Retalho: Uma aplicação em loja no setor do turismo	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
23	Orientador	Beatriz Santos Ferreira	Galp: A New Intervention Field	--	Em curso	ISCTE-IUL
24	Orientador	Francisco Miguel Branco Leal Ferreira	Analysis of possible differences in terms of restaurant experience among restaurant management, employees and customers	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

- Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	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-IUL	2022
2	Orientador	Ricardo Marques Morgado Costa Reis	A relação entre o marketing e a brand equity entre gerações num contexto de mudança na indústria relojoeira	Português	ISCTE-IUL	2021
3	Orientador	Luís Carlos Carvalho Carapinha	Comunicar na altamente regulamentada indústria do tabaco: O caso da Philip Morris	Inglês	ISCTE-IUL	2021
4	Orientador	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-IUL	2021
5	Orientador	Inês Sofia Galhardas Pinto Gonçalves	Caso Pedagógico da Federação Portuguesa de Futebol - O impacto da expansão de negócio do Canal 11	Inglês	ISCTE-IUL	2021
6	Orientador	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-IUL	2021

7	Orientador	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-IUL	2021
8	Orientador	Raquel Pontes Ahrens Teixeira	O USO DE CO-CRIAÇÃO NO CAMPISMO E O SEU RELACIONAMENTO COM O ENVOLVIMENTO DO CLIENTE	Inglês	ISCTE-IUL	2021
9	Orientador	João Carlos Porfírio Modesto	Plano de Marketing e Comunicação - TREE Real Estate Experience	Inglês	ISCTE-IUL	2021
10	Orientador	Miguel Matos Delgado	O Impacto da Tecnologia no processo de tomada de decisão de um destino turístico	Inglês	ISCTE-IUL	2021
11	Orientador	Leonor David de Paiva Gardete Correia	Celebrity Endorsement com artistas de música: O caso de estudo da Fruut e Universal Music Portugal.	Inglês	ISCTE-IUL	2021
12	Orientador	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-IUL	2021
13	Orientador	Tiago Miguel Gago Esteves Cabrita	O Impacto da Interação Online nas Dimensões da Brand Equity no Setor da Hospitalidade.	Inglês	ISCTE-IUL	2021
14	Orientador	João Eduardo Seixas Carlos da Silva Paulo	A Importância das Pesquisas Online na Segmentação Estratégica de um Destino: O Caso Madeira	Português	ISCTE-IUL	2021
15	Orientador	Júlia Maria Simões Grácio	O impacto do marketing por influência na equidade da marca: As percepções da Geração Y e Geração Z	Inglês	ISCTE-IUL	2021
16	Orientador	Patrícia Paixão Diniz	Fatores que influenciam a Intenção de Compra de Luxo: Comparação entre as Gerações X e Y	Português	ISCTE-IUL	2021
17	Orientador	Bruno Rogério Neves Loureiro	O Impacto dos Serviços de Streaming e de Vídeo-on-Demand na Indústria da Exibição de Cinema: Uma Abordagem Experiencial	Inglês	ISCTE-IUL	2019
18	Orientador	João Tavares Fernando	O papel da lealdade na criação de brand equity em marca branca	Inglês	ISCTE-IUL	2019
19	Orientador	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-IUL	2019

20	Orientador	Tiago Marques Prata	De que forma a qualidade do serviço afeta a satisfação dos jogadores de casino	Inglês	ISCTE-IUL	2019
21	Orientador	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-IUL	2019
22	Orientador	Márcia Filipa Martins Botelho	O Impacto dos Influencers na Intenção de Compra: A Indústria da Cosmética	Inglês	ISCTE-IUL	2019
23	Orientador	Manuel Maria Mourinha Caeiro Ramalho	Como Pode o Investimento na Marca de Distribuidor Afectar o Consumidor? O Caso de Estudo da Leroy Merlin	Inglês	ISCTE-IUL	2019
24	Orientador	Fábia Patrícia Fidalgo Fino	Realidade Virtual e Inteligência Artificial aplicadas à Experiência do Consumidor: Uma Abordagem Baseada em Cenários	Inglês	ISCTE-IUL	2018
25	Orientador	Huang Shunying	Análise geracional dos comportamentos dos turistas: Estudo do turista Chinês	Inglês	ISCTE-IUL	2018
26	Orientador	Rita Martinho Rosa	Atitude e Intenção para utilizar Carsharing em Portugal: utilizadores e não-utilizadores	Inglês	ISCTE-IUL	2018
27	Orientador	Cláudia Sofia Outeiro Cipriano	Conseguirá a publicidade nativa e o conteúdo de marca no Instagram afectar os níveis do valor de marca?	Inglês	ISCTE-IUL	2018
28	Orientador	Miguel Ângelo Martins	DOES ETHICS IN ADVERTISEMENT AFFECT CONSUMPTION AND BRAND LOYALTY IN THE PORTUGUESE BEER MARKET? MILLENNIALS VS GENERATION X PERCEPTION	Inglês	ISCTE-IUL	2018
29	Orientador	Ana Mafalda Ricardo Morgado Costa	Zara's Case Study - The Strategy of the Fast Fashion Pioneer	Inglês	ISCTE-IUL	2017
30	Orientador	Federico Cavalli	Food Marketing Guerrilla Version - Practical Case: Tritico, an italian bakery	Inglês	ISCTE-IUL	2017
31	Orientador	Daniel Sousa Drumond	An Assessment of how Brand Awareness Influences Brand Recognition through Product Placement, Applied to the Automotive Industry and Computers	Inglês	ISCTE-IUL	2017
32	Orientador	Sara Alexandra Gonçalves Rodrigues	Customer Journey: A new approach for retailers	Inglês	ISCTE-IUL	2017

33	Orientador	Inês Furtado Menezes	Contrast Between Youtubers and Traditional Celebrities: Impact in brand awareness, purchase intention and brand loyalty	Inglês	ISCTE-IUL	2017
34	Orientador	Manon Marie Margaux Hallouin	The Impact of Brand Portfolio Management on the Identification Process of Sport Consumers	Inglês	ISCTE-IUL	2017
35	Orientador	Sandra dos Santos Pires	Why Storytelling is the Future of Branding	Inglês	ISCTE-IUL	2016
36	Orientador	Catarina Sofia Leonor Revez	The Blog as a New Tool of The Marketing Communication Mix	Inglês	ISCTE-IUL	2016
37	Orientador	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-IUL	2016
38	Orientador	Inês Sofia Inácio Bom	The Impact of Youtube Recommendations on Consumer's Decision-Making Process	Inglês	ISCTE-IUL	2016

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Mafalda Pereira Mendes Baptista da Costa	Plano de negócios inovador - CONCEITO BEM-ESTAR	Português	ISCTE-IUL	2021
2	Orientador	Cláudia Filipa Ferreira Clara Mota da Silva	Parkaki - O teu lugar de estacionamento em Lisboa	Português	ISCTE-IUL	2021
3	Orientador	João Silva Mendes Santiago	100 Anos do Sport Club Lusitânia: Um plano de comunicação para uma época centenária	Inglês	ISCTE-IUL	2021
4	Orientador	Rita Figueiredo de Carvalheira Almeida	Plano de Comunicação do Rebranding da EDP Serviço Universal	Inglês	ISCTE-IUL	2021
5	Orientador	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-IUL	2021
6	Orientador	Joana Rita Branco Santos	O Impacto dos Ecrãs Interactivos na Atmosfera de Loja - Um caso pedagógico da Leroy Merlin	Inglês	ISCTE-IUL	2021

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

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2022). You are only mine: engage with voice assistant while find destinations and accommodations. Journal of Promotion Management. 28 (2), 189-204
---	---

- Artigo de revisão

1	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C., Pereira, H. & Ashfaq, Muhammad (2021). Tourist-virtual assistant communication: the power of self-connection and prominence. Anatolia.
---	---

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Ferreira, Mónica Mendes (2021). Virtual Reality and Artificial Intelligence: Co-creation Process Between Consumers and Firms in an Area of Smart Cities. In Augmented Reality and Virtual Reality New Trends in Immersive Technology.: Springer, Cham.
2	Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H. & Loureiro, S. M. C. (2019). Communication Tools in the Customer's Journey - Application to the Tourism Sector . In Exploring the Power of Electronic Word-of-Mouth in the Industry Services. (pp. 288-316). Hershey: IGI Global. - N.º de citações Google Scholar: 1

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). The role of virtual reality and artificial intelligence in marketing relationship communications. In 2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings. (pp. 981-983). Seoul: Global Alliance of Marketing and Management Associations.
2	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.

Cargos de Gestão Académica

Coordenadora da unidade curricular Marketing 3.0 (2020 - 2021)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Marketing e Gestão da Marca (2019 - 2020)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Gestão de Canais de Distribuição (2019 - 2020)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Marketing e Gestão da Marca (2018 - 2019)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Trade Marketing (2018)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Marketing e Gestão da Marca (2017 - 2018)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Trade Marketing (2017)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Gestão do Negócio (2017)
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Marketing e Gestão da Marca (2016 - 2017)
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Gestão do Negócio (2016)
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Gestão do Negócio (2016) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL
Coordenadora da unidade curricular Projeto de Gestão de Marketing 2 (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Estratégico de Serviços Financeiros (2015 - 2016) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL
Coordenadora da unidade curricular Marketing e Gestão da Marca (2015 - 2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente_ce (2015 - 2016) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL
Coordenadora da unidade curricular Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente (2015 - 2016) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL

Actividades de Difusão

Tipo de Actividade	Título do Evento	Descrição da Actividade	Ano
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
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
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
Comunicação/Conferência em encontro público de difusão para a sociedade	6ª Conferência Internacional de AR VR: Realidade Aumentada e Realidade Virtual - Novas tendências em tecnologia imersiva		2020
Comunicação/Conferência em encontro público de difusão para a sociedade	Conferência Global de Marketing - GAMMA 2020		2020
Comunicação/Conferência em encontro público de difusão para a sociedade	Transformação digital em museus: IMPACTOS NA EXPERIÊNCIA DO VISITANTE E NO ALCANCE DO BRAND	Marketing Estratégico no Turismo Cultural	2019