

Aviso: [2024-08-24 20:10] 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)

Investigadora Associada

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



Contactos

E-mail

Monica.Ferreira@iscte-iul.pt

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
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 2023	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
2024/2025	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	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	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	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	Outro em Programa Avançado em Gestão Estratégica do Turismo;	Sim
2022/2023	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2022/2023	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2022/2023	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2021/2022	2º	Comunicação em Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2021/2022	1º	Gestão de Comunicação	Mestrado em Marketing;	Não
2021/2022	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2020/2021	1º	Marketing 3.0	Curso de Pós Graduação em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo;	Sim
2020/2021	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2020/2021	1º	Comunicação Integrada em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Gestão de Canais de Distribuição	Mestrado em Marketing;	Sim

2020/2021	1º	Gestão do Marketing	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2019/2020	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2019/2020	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2019/2020	1º	Gestão de Canais de Distribuição	Mestrado em Marketing;	Sim
2018/2019	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Seminário de Especialização em Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2018/2019	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2018/2019	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2018/2019	2º	Gestão de Canais de Distribuição	Mestrado em Marketing;	Sim
2018/2019	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2018/2019	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2017/2018	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Seminário de Especialização em Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2017/2018	2º	Trade Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2017/2018	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2017/2018	2º	Gestão de Canais de Distribuição	Mestrado em Marketing;	Sim
2017/2018	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2017/2018	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2017/2018	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não

2016/2017	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Seminário de Especialização em Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2016/2017	2º	Trade Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2016/2017	2º	Gestão do Negócio	Curso de Especialização em Programa Avançado de Gestão e Liderança;	Sim
2016/2017	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2016/2017	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2016/2017	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2016/2017	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2016/2017	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2015/2016	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	Seminário de Especialização em Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing;	Não
2015/2016	2º	Projeto de Gestão de Marketing 2		Sim
2015/2016	2º	Gestão do Negócio	Curso de Especialização em Programa Avançado de Gestão e Liderança;	Sim
2015/2016	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2015/2016	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2015/2016	1º	Marketing e Gestão da Marca		Sim
2015/2016	1º	Estratégia Digital	Curso de Especialização em Roche;	Não

2015/2016	1º	Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente		Sim
2015/2016	1º	Marketing Estratégico de Serviços Financeiros	Curso de Especialização em Programa de Desenvolvimento em Gestão e Liderança_CGD;	Sim
2015/2016	1º	Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente_ce	Curso de Especialização em Programa Pós Graduação para Gestores;	Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2015/2016	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2014/2015	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Finanças e Contabilidade; Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão e Engenharia Industrial; Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não
2014/2015	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Beatriz Santos Ferreira	Galp: A New Intervention Field	--	Em curso	ISCTE-IUL

2	Catarina Amaral Ferreira da Costa	Novas Tendências de Comunicação no Setor da Cosmética	--	Em curso	ISCTE-IUL
3	Rui Pedro Ferreira Jorge	O Papel da Comunicação Interna na Experiência do Consumidor - Caso da Indústria Hoteleira	--	Em curso	ISCTE-IUL
4	Mariana da Silva Rodrigues	As Tendências Futuras de Consumo de Café da População Portuguesa: Caso Massimo Zanetti Beverage Iberia (MZBI)	--	Em curso	ISCTE-IUL
5	Guilherme Carlos Sousa Santos Franco	O impacto das marcas patrocinadoras em festivais de verão na percepção de Brand Coolness pelos consumidores	--	Em curso	ISCTE-IUL
6	Tânia Cristina Spínola Aveiro	Qualidade de serviço percebida pelos clientes em hotelaria ? Estudo de caso: Hotel Dom Pedro Madeira	--	Em curso	ISCTE-IUL
7	Cristiano Nuno Ferreira Flor	MARKETING DIGITAL	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
8	Francisca Sousa Maia	A importância do storytelling no setor dos vinhos	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
9	Beatriz Cavaleira dos Santos Tavares Pinto	Retailtainment	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
10	Francisco Miguel Branco Leal Ferreira	A Portuguese Import Company - Brasil Case	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
11	João Silva Mendes Santiago	De uma terra de agricultores a um polo tecnológico: o projeto "Terceira Tech Island"	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
12	Raquel Pontes Ahrens Teixeira	Novas Tendências em Retalho: Uma aplicação em loja no setor do turismo	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
13	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

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	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-IUL	2023

2	Catarina Alexandra Marques Gonçalves	A Dança como ferramenta de Comunicação e o impacto no Bem-estar do Consumidor	Português	ISCTE-IUL	2023
3	Pedro Filipe Sobral Costa	Comportamento do Consumidor em e-Commerce	Inglês	ISCTE-IUL	2023
4	Joana Filipa Januário Lopes	A Influência da Realidade Aumentada no Processo de Decisão de Compra dos Consumidores de Moda Online	Português	ISCTE-IUL	2023
5	Mafalda Lousa Campos	Barreiras para as Mulheres na Indústria de Jogos	Inglês	ISCTE-IUL	2023
6	Ana Carolina dos Santos Silva	Impacto da Realidade Virtual na intenção de compra de produtos turísticos	Português	ISCTE-IUL	2023
7	Cristiano Nuno Ferreira Flor	Social Media Marketing enquanto estratégia de Brand Awareness: uma perspectiva da saúde privada em Portugal	Português	ISCTE-IUL	2022
8	Rita Neves Matos Relvas Marino	Experiência Sensorial: as cores e embalagens	Português	ISCTE-IUL	2022
9	Carlota Maria Estevão da Silva	Comportamento do consumidor no marketing sensorial: Psicologia das Cores	Português	ISCTE-IUL	2022
10	Nuno Miguel Pasadas Bexiga	O Impacto das Ferramentas de Comunicação no Customer Engagement da Indústria Hoteleira	Português	ISCTE-IUL	2022
11	Marta Alexandre Leão Gameiro Ferreira	O papel das estratégias de publicidade emocionais na adesão aos Eventos de Música	Inglês	ISCTE-IUL	2022
12	Maria Luís Branco Simões	Impacto dos Influenciadores Digitais no Comportamento do Consumidor: Os Macro e Micro Influenciadores no Instagram	Português	ISCTE-IUL	2022
13	Sara Luísa Meijer Loja	A influência dos media na sociedade do século 21: Revisão de uma análise criminológica global	Inglês	ISCTE-IUL	2022
14	Catarina Almeida Marques	A Fidelização de Clientes através da Gamification: Caso MB Way	Inglês	ISCTE-IUL	2022
15	Bernardo Nunes Brito da Mana	Ferramentas de Comunicação em Organizações Humanitárias	Inglês	ISCTE-IUL	2022
16	Francisco Serpa dos Santos Figueiredo	O Impacto da Ligação Cão-Humano nos Critérios de Seleção de Comida de Cão	Inglês	ISCTE-IUL	2022
17	Beatriz Cavaleira dos Santos Tavares Pinto	O Papel do Retailtainment nas Intenções Comportamentais da Geração Z nos Centros Comerciais	Inglês	ISCTE-IUL	2022
18	Ricardo Xavier Souto Ferreira da Silva	Os efeitos de pilotos de Fórmula 1 em relacionamento de fãs	Inglês	ISCTE-IUL	2022

19	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
20	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-IUL	2021
21	Luís Carlos Carvalho Carapinha	Comunicar na altamente regulamentada indústria do tabaco: O caso da Philip Morris	Inglês	ISCTE-IUL	2021
22	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
23	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
24	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
25	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
26	Raquel Pontes Ahrens Teixeira	O USO DE CO-CRIAÇÃO NO CAMPISMO E O SEU RELACIONAMENTO COM O ENVOLVIMENTO DO CLIENTE	Inglês	ISCTE-IUL	2021
27	João Carlos Porfírio Modesto	Plano de Marketing e Comunicação - TRÉE Real Estate Experience	Inglês	ISCTE-IUL	2021
28	Miguel Matos Delgado	O Impacto da Tecnologia no processo de tomada de decisão de um destino turístico	Inglês	ISCTE-IUL	2021
29	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
30	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
31	Tiago Miguel Gago Esteves Cabrita	O Impacto da Interação Online nas Dimensões da Brand Equity no Setor da Hospitalidade.	Inglês	ISCTE-IUL	2021

32	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
33	Patrícia Paixão Diniz	Fatores que influenciam a Intenção de Compra de Luxo: Comparação entre as Gerações X e Y	Português	ISCTE-IUL	2021
34	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
35	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-IUL	2019
36	João Tavares Fernando	O papel da lealdade na criação de brand equity em marca branca	Inglês	ISCTE-IUL	2019
37	Tiago Marques Prata	De que forma a qualidade do serviço afeta a satisfação dos jogadores de casino	Inglês	ISCTE-IUL	2019
38	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
39	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
40	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
41	Márcia Filipa Martins Botelho	O Impacto dos Influencers na Intenção de Compra: A Indústria da Cosmética	Inglês	ISCTE-IUL	2019
42	Fábia Patrícia Fidalgo Fino	Realidade Virtual e Inteligência Artificial aplicadas à Experiência do Consumidor: Uma Abordagem Baseada em Cenários	Inglês	ISCTE-IUL	2018
43	Huang Shunying	Análise geracional dos comportamentos dos turistas: Estudo do turista Chinês	Inglês	ISCTE-IUL	2018
44	Rita Martinho Rosa	Atitude e Intenção para utilizar Carsharing em Portugal: utilizadores e não-utilizadores	Inglês	ISCTE-IUL	2018
45	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

46	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
47	Ana Mafalda Ricardo Morgado Costa	Zara's Case Study - The Strategy of the Fast Fashion Pioneer	Inglês	ISCTE-IUL	2017
48	Federico Cavalli	Food Marketing Guerrilla Version - Practical Case: Tritico, an italian bakery	Inglês	ISCTE-IUL	2017
49	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
50	Sara Alexandra Gonçalves Rodrigues	Costumer Journey: A new approach for retailers	Inglês	ISCTE-IUL	2017
51	Inês Furtado Menezes	Contrast Between Youtubers and Traditional Celebrities: Impact in brand awareness, purchase intention and brand loyalty	Inglês	ISCTE-IUL	2017
52	Manon Marie Margaux Hallouin	The Impact of Brand Portfolio Management on the Identification Process of Sport Consumers	Inglês	ISCTE-IUL	2017
53	Sandra dos Santos Pires	Why Storytelling is the Future of Branding	Inglês	ISCTE-IUL	2016
54	Catarina Sofia Leonor Revez	The Blog as a New Tool of The Marketing Communication Mix	Inglês	ISCTE-IUL	2016
55	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
56	Inês Sofia Inácio Bom	The Impact of Youtube Recommendations on Consumer's Decision-Making Process	Inglês	ISCTE-IUL	2016

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Maria Rosa Medeiros Toste	Plano de Marketing Digital para as Redes Sociais - Cross And Run	Português	ISCTE-IUL	2022
2	Mafalda Pereira Mendes Baptista da Costa	Plano de negócios inovador - CONCEITO BEM-ESTAR	Português	ISCTE-IUL	2021
3	Cláudia Filipa Ferreira Clara Mota da Silva	Parkaki - O teu lugar de estacionamento em Lisboa	Português	ISCTE-IUL	2021

4	João Silva Mendes Santiago	100 Anos do Sport Club Lusitânia: Um plano de comunicação para uma época centenária	Inglês	ISCTE-IUL	2021
5	Rita Figueiredo de Carvalheira Almeida	Plano de Comunicação do Rebranding da EDP Serviço Universal	Inglês	ISCTE-IUL	2021
6	Joana Rita Branco Santos	O Impacto dos Ecrãs Interactivos na Atmosfera de Loja - Um caso pedagógico da Leroy Merlin	Inglês	ISCTE-IUL	2021
7	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
8	Aline Nowacki	ESTUDO DE CASO SOBRE O ENGAGEMENT DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NA ING, LUXEMBURGO	Inglês	ISCTE-IUL	2018
9	Ricardo Filipe Samora Tavares	Projeto Empresarial: Inovação Corporativa numa empresa postal nacional com quase 500 anos	Inglês	ISCTE-IUL	2018
10	Inês Conde Rodrigues Coutinho Marques	Bandida do Pomar - Como quebrar as regras através da comunicação	Inglês	ISCTE-IUL	2018
11	David José do Carmo Chalbert Cardeira Gonçalinho	Raising your Arms Towards Branding: How Narta Finds its Place in a Mature Market	Inglês	ISCTE-IUL	2017
12	Rebeca Oram Soares Filipe de Assunção	Caso Leroy Merlin - Fidelização de Clientes	Português	ISCTE-IUL	2017
13	Joana Cardoso Fava Reis Pereira	Developing a Communication Strategy to enter the Mariculture Market	Inglês	ISCTE-IUL	2017
14	Ana Margarida Costa Barroca da Graça	Marketing Plan: Sentir Aveiro	Português	ISCTE-IUL	2017
15	Bernardo da Cruz Medeiros Francisco	Crisis Communication Management: Macdonald´s case study	Inglês	ISCTE-IUL	2016
16	Joana Marta de Jesus Fernandes Pereira	Marketing Plan for Produto da Madeira: Stakeholders approach for place branding strategies	Inglês	ISCTE-IUL	2016
17	Gaurav Kumar Gadiraju	Impact of Social Media In Sports Marketing	Inglês	ISCTE-IUL	2016
18	Mafalda Crespo Nunes de Abreu	Implementação de uma Estratégia de Comunicação na Marca Paladar Pronto	Português	ISCTE-IUL	2016

Total de Citações

Web of Science®	3
Scopus	14

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Loureiro, S. M. C., Sarmiento, E. M., Vinagre, F. & Ferreira, Mónica Mendes (N/A). Human branding: From attachment strength to loyalty. <i>Journal of Marketing Communications</i> . N/A
2	Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H., Ashfaq, M. & Loureiro, S. M. C. (2023). Tourist-virtual assistant communication: the power of self-connection and prominence. <i>Anatolia</i> . 34 (4), 566-578 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 3
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 Scopus: 11 - N.º de citações Google Scholar: 10

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	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: 1
---	--

• 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.
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: 1
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.

- Comunicação em evento científico

1	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 Conference .
2	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 .
3	Ferreira, Mónica Mendes (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.
4	Ferreira, Mónica Mendes & Loureiro, Sandra Maria Correia (2020). The role of virtual reality and artificial intelligence in marketing relationship communications. Global Marketing Conference - GAMMA .

• 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 organizadora de evento científico	7ª Conferência Internacional XR	Iscte; Manchester Metropolitan University	2022
Membro de comissão organizadora de evento científico	Realidade Virtual e Realidade Aumentada - implicações para a gestão	Euram	--

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

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
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
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