

Aviso: [2019-07-22 12:34] 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

UNIDE-IUL - Unidade de Investigação em Desenvolvimento Empresarial (IBS)
[Contabilidade, Marketing e Gestão]



Contactos

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

Áreas de Investigação

Marketing, Brand Management and Communication, Digital Mkt

Outras Actividades Profissionais

Período	Empregador	País	Descrição
2005 - 2008	ISCTE - GIEM	--	Docente
1997 - 1997	ISCTE	--	Assistente Convidada
1997 - 2001	ESCS	--	Assistente Convidada

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
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

Unidades Curriculares Lecionadas (no ano lectivo corrente)

Ano Letivo	Semestre	Nome da Unidade Curricular	Coordenador
2018/2019	1º	Marketing e Gestão da Marca	Sim
2018/2019	1º	Marketing Operacional	Não
2018/2019	2º	Gestão de Marcas e Comunicação em Marketing	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

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Gonçalo Filipe Monteiro Grade	Será que a importância do direct selling, do boca-a-boca e do marketing de rede vai aumentar nas próximas décadas?	--	Em curso	ISCTE-IUL
2	Orientador	Maria Mafalda de Brito Guerreiro Alves	Festivais de Música e Iniciativas culturais como forma de revitalizar o interior de Portugal: Festival Bons Sons	--	Em curso	ISCTE-IUL

3	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.	--	Em curso	ISCTE-IUL
4	Orientador	João Paulo Casimiro da Costa Amaral Rato	A Evolução e Influência de Streaming em Gaming	--	Em curso	ISCTE-IUL
5	Orientador	Nuno Gonçalo Guerreiro Ponceano	Employer Branding em setores onde a disponibilização de mão de obra é inferior à procura	--	Em curso	ISCTE-IUL
6	Orientador	Ana Filipa Silva Ferreira	Can social media affect the brand image/trust of a luxury brand?	--	Em curso	ISCTE-IUL
7	Orientador	Luís Carlos Carvalho Carapinha	Em algumas indústrias, as empresas estão restringidas (seja por lei ou ética) ao comunicar e anunciar as suas ofertas, tornando relevante desvendar como as empresas que operam nessas indústrias conseguem chegar aos seus consumidores de forma eficaz persuadindo-os a se afastarem da concorrência.	--	Em curso	ISCTE-IUL
8	Orientador	Carolina Melo Gomes Machado Caetano	The tourism in Portugal and the decision-making process in the choice of destination: an exploratory study on digital platforms as mediators in the decision making process of a tourist destination of the Portuguese.	--	Em curso	ISCTE-IUL
9	Orientador	Manuel Maria Mourinha Caeiro Ramalho	O Investimento na Marca de Distribuidor por parte da Leroy Merlin e o Impacto junto do Consumidor	--	Em curso	ISCTE-IUL
10	Orientador	João Tavares Fernando	De que forma diferentes categorias de produtos de marca branca influenciam a lealdade para com as lojas.	--	Em curso	ISCTE-IUL
11	Orientador	Inês Sofia Machado da Silva	A eficácia de utilizar Influenciadores no Instagram no Sector do Turismo	--	Em curso	ISCTE-IUL

12	Orientador	Guilherme Cannas Mendes Paulo	A Influência dos Social Media na Decisão do Consumidor em Optar pelo Comércio Tradicional	--	Em curso	ISCTE-IUL
13	Orientador	João Pedro Ribeiro Franco	Diferentes modelos de negocio para consumidores de video jogos de diferentes idades	--	Em curso	ISCTE-IUL
14	Orientador	Júlia Maria Simões Grácio	O impacto do Influencer Marketing na Equidade da Marca: As percepções das Gerações Y e Z	--	Em curso	ISCTE-IUL
15	Orientador	Bernardo Nuno Tavares Pereira	Socia Media Marketing as a driver of TV ratings - RTP, SIC and TVI case study	--	Em curso	ISCTE-IUL
16	Orientador	Tiago Marques Prata	Retenção dos consumidores através da estratégia de marketing dos casinos	--	Em curso	ISCTE-IUL
17	Orientador	Márcia Filipa Martins Botelho	Marketing de Influência	--	Em curso	ISCTE-IUL
18	Orientador	Bruno Rogério Neves Loureiro	O Impacto dos Serviços de Streaming nos Hábitos de Consumo de Cinema: Levar as Pessoas de Volta para o Cinema	--	Em curso	ISCTE-IUL

- Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Fábia Patrícia Fidalgo Fino	Realidade Virtual e Inteligência Artificial aplicadas à Experiência do Consumidor: Uma Abordagem Baseada em Cenários	Inglês	ISCTE-IUL	2018
2	Orientador	Rita Martinho Rosa	Atitude e Intenção para utilizar Carsharing em Portugal: utilizadores e não-utilizadores	Inglês	ISCTE-IUL	2018
3	Orientador	Huang Shunying	Análise geracional dos comportamentos dos turistas: Estudo do turista Chinês	Inglês	ISCTE-IUL	2018

4	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
5	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
6	Orientador	Ana Mafalda Ricardo Morgado Costa	Zara's Case Study - The Strategy of the Fast Fashion Pioneer	Inglês	ISCTE-IUL	2017
7	Orientador	Federico Cavalli	Food Marketing Guerrilla Version - Practical Case: Tritico, an italian bakery	Inglês	ISCTE-IUL	2017
8	Orientador	Sara Alexandra Gonçalves Rodrigues	Costumer Journey: A new approach for retailers	Inglês	ISCTE-IUL	2017
9	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
10	Orientador	Inês Furtado Menezes	Contrast Between Youtubers and Traditional Celebrities: Impact in brand awareness, purchase intention and brand loyalty	Inglês	ISCTE-IUL	2017
11	Orientador	Manon Marie Margaux Hallouin	The Impact of Brand Portfolio Management on the Identification Process of Sport Consumers	Inglês	ISCTE-IUL	2017
12	Orientador	Sandra dos Santos Pires	Why Storytelling is the Future of Branding	Inglês	ISCTE-IUL	2016
13	Orientador	Catarina Sofia Leonor Revez	The Blog as a New Tool of The Marketing Communication Mix	Inglês	ISCTE-IUL	2016
14	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
15	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	Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Aline Nowacki	ESTUDO DE CASO SOBRE O ENGAGEMENT DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NA ING, LUXEMBURGO	Inglês	ISCTE-IUL	2018
2	Orientador	Inês Conde Rodrigues Coutinho Marques	Bandida do Pomar - Como quebrar as regras através da comunicação	Inglês	ISCTE-IUL	2018
3	Orientador	Ricardo Filipe Samora Tavares	Projeto Empresarial: Inovação Corporativa numa empresa postal nacional com quase 500 anos	Inglês	ISCTE-IUL	2018
4	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
5	Orientador	Rebeca Oram Soares Filipe de Assunção	Caso Leroy Merlin - Fidelização de Clientes	Português	ISCTE-IUL	2017
6	Orientador	Joana Cardoso Fava Reis Pereira	Developing a Communication Strategy to enter the Mariculture Market	Inglês	ISCTE-IUL	2017
7	Orientador	Ana Margarida Costa Barroca da Graça	Marketing Plan: Sentir Aveiro	Português	ISCTE-IUL	2017
8	Orientador	Joana Marta de Jesus Fernandes Pereira	Marketing Plan for Produto da Madeira: Stakeholders approach for place branding strategies	Inglês	ISCTE-IUL	2016
9	Orientador	Bernardo da Cruz Medeiros Francisco	Crisis Communication Management: Macdonald's case study	Inglês	ISCTE-IUL	2016
10	Orientador	Gaurav Kumar Gadiraju	Impact of Social Media In Sports Marketing	Inglês	ISCTE-IUL	2016
11	Orientador	Mafalda Crespo Nunes de Abreu	Implementação de uma Estratégia de Comunicação na Marca Paladar Pronto	Português	ISCTE-IUL	2016

Cargos de Gestão Académica

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

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

<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing e Gestão da Marca (2017) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Trade Marketing (2017) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Gestão do Negócio (2017) Unidade/Área: Gestão Geral</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing e Gestão da Marca (2016) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Projeto de Gestão de Marketing 2 (2016) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Gestão do Negócio (2016) Unidade/Área: Gestão Geral</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Gestão do Negócio (2016) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente (2015) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing Estratégico de Serviços Financeiros (2015) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing e Gestão da Marca (2015) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Segmentação de Mercado, Marketing Relacional e Gestão da Experiência do Cliente (2015) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL</p>