Aviso: [2026-11-11 14:15] 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.

Susana Maria dos Santos Henriques Marques

Professora Associada (com Agregação)
BRU-Iscte - Business Research Unit
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)



Contactos

E-mail	susana.marques@iscte-iul.pt
Gabinete	D4.18
Telefone	217650461 (Ext: 220539)
Cacifo	109-B

Currículo

Formação Académica: - Doutoramento em Gestão - M.B.A. e M.S.C. em Marketing e Negócios Internacionais - Licenciatura em Organização e Gestão de Empresas
Área de Especialização: - Marketing - Retailing
Experiência profissional mais relevante: - Professora Associada de Marketing no ISCTE-IUL - Coordenadora Formação Instituto Merchandising - Gestora Produto Sonae Distribuição
Cargo Actual: - Directora Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral no ISCTE-IUL - Directora Mestrado Executivo em Marketing Management no ISCTE Executive Education

Áreas de Investigação

Marketing

Retailing

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Doutoramento	Gestão	2007
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Mestrado	Ciências Empresariais	1998
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Licenciatura	Organização e Gestão de Empresas	1992

Outras Atividades Profissionais

Período	Tipo de Atividade	Descrição da Atividade	Link para mais informação
Desde 2020	Coordenação de programas de formação executiva	Coordenação do Advanced Program em Marketing & Innovation no INDEG ISCTE	Ver Mais
Desde 2015	Coordenação de programas de formação executiva	Coordenação do Executive Master em Marketing Management no INDEG ISCTE	Ver Mais

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2026/2027	2º	Ateliers de Marketing		Sim
2026/2027	2º	Seminários Executivos em Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Não
2026/2027	2º	Seminário de Investigação em Gestão		Sim
2026/2027	2º	Orientação de Mestrado		Sim
2026/2027	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2026/2027	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2026/2027	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Sim
2026/2027	1º	Orientação de Mestrado		Sim
2026/2027	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor		Sim

2026/2027	1º	Marketing Operacional		Sim
2026/2027	1º	Negociação Comercial		Sim
2025/2026	2º	Ateliers de Marketing		Sim
2025/2026	2º	Seminários Executivos em Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2025/2026	2º	Seminário de Investigação em Gestão		Sim
2025/2026	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2025/2026	2º	Estudos de Mercado		Sim
2025/2026	2º	Projecto de Marketing Empresarial		Sim
2025/2026	1º	Seminário de Investigação em Gestão		Sim
2025/2026	1º	Estratégia de Marketing		Sim
2025/2026	1º	Orientação de Mestrado		Sim
2025/2026	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor		Sim
2025/2026	1º	Marketing Operacional		Sim
2025/2026	1º	Negociação Comercial		Sim
2025/2026	1º	Comunicação Integrada em Marketing		Sim
2024/2025	2º	Ateliers de Marketing		Sim
2024/2025	2º	Seminários Executivos em Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	2º	Projecto de Marketing Empresarial		Sim
2024/2025	2º	Marketing Operacional		Sim
2024/2025	2º	Animação de Equipas Comerciais e Negociação		Sim
2024/2025	1º	Seminário de Investigação em Gestão		Sim

2024/2025	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia		Não
2024/2025	1º	Estratégia de Marketing		Sim
2024/2025	1º	Gestão de Vendas		Não
2024/2025	1º	Marketing Digital e E-Business		Sim
2024/2025	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor		Sim
2024/2025	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	1º	Comunicação Integrada em Marketing		Não
2023/2024	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2023/2024	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2023/2024	2º	Marketing Operacional		Sim
2023/2024	1º	Seminário de Investigação em Gestão		Sim
2023/2024	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia		Sim
2023/2024	1º	Estratégia de Marketing		Sim
2023/2024	1º	Marketing Digital e E-Business		Sim
2023/2024	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor		Sim
2023/2024	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2022/2023	2º	Gestão de Instituições Públicas		Sim
2022/2023	2º	Dissertação em Gestão		Não
2022/2023	2º	Ferramentas de Comunicação		Não
2022/2023	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2022/2023	2º	Marketing Operacional		Sim
2022/2023	1º	Seminário de Investigação em Gestão		Sim

2022/2023	1º	Dissertação em Gestão		Não
2022/2023	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia		Sim
2022/2023	1º	Seminário de Projeto de Investigação em Gestão Internacional		Sim
2022/2023	1º	Marketing em Mercados da Arte		Sim
2022/2023	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2021/2022	2º	Gestão de Instituições Públicas		Sim
2021/2022	2º	Dissertação em Gestão		Sim
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação		Não
2021/2022	2º	Marketing Operacional		Sim
2021/2022	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Não
2021/2022	1º	Seminário de Investigação em Gestão		Sim
2021/2022	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia		Sim
2021/2022	1º	Marketing Cultural		Sim
2021/2022	1º	Seminário de Projeto de Investigação em Gestão Internacional		Sim
2021/2022	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2020/2021	2º	Organização e Liderança na Administração Pública		Sim
2020/2021	2º	Gestão de Instituições Públicas		Sim
2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2020/2021	2º	Marketing Operacional		Sim
2020/2021	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Seminário de Investigação em Gestão		Sim

2020/2021	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia		Sim
2020/2021	1º	Marketing Cultural		Sim
2020/2021	1º	Seminário de Projeto de Investigação em Gestão Internacional		Sim
2020/2021	1º	Marketing em Mercados da Arte		Sim
2020/2021	1º	Strategic Marketing		Sim
2020/2021	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2019/2020	2º	Gestão de Instituições Públicas		Sim
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2019/2020	2º	Marketing Operacional		Sim
2019/2020	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Não
2019/2020	1º	Seminário de Investigação em Gestão		Sim
2019/2020	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia		Sim
2019/2020	1º	Marketing Cultural		Sim
2019/2020	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Tânia Sabrina Soares Martins Reigadinha	Viabilidade e Vitalidade do Comércio Tradicional	Inglês	Em curso	Iscte
2	Sandra Sarabando Filipe	CRM	Inglês	Em curso	Iscte
3	Ana Teresa Almadanim	Luxury Brands	Inglês	Em curso	Iscte
4	Ana Beatriz Castelo Branco Pires	Integração do Metaverso e Experiências Imersivas de Marketing com IA	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Maria Helena Dias Proença	The application of social media for marketing strategies in pharma healthcare	Inglês	Iscte	2022
2	Sílvia Rodrigues Cavalinhos	The Impact of mobile devices in the in-store shopping experience	Inglês	Iscte	2022
3	Luís Pedro da Rocha Miguel	The influence of ethnocentrism on consumer behaviour and purchase intention of domestic fruit and vegetable	Inglês	Iscte	2021
4	Maria Helena Dias Proença	The application of social media for marketing strategies in pharma healthcare	Inglês	Iscte	2019
5	Sandra Sarabando Filipe	Consumer's perception of corporate social responsibility as key to successful relationships with grocery retailers	Inglês	Iscte	2016
6	Sílvia Rodrigues Cavalinhos	The impact of mobile devices on the in-store shopping experience	Inglês	Iscte	2015
7	Luís Pedro da Rocha Miguel	The influence of ethnocentrism on consumer behaviour and purchase intention of domestic fruit and vegetables	Inglês	Iscte	2015
8	Sandra Sarabando Filipe	Consumer´s perception of corporate social responsibility as key to successful relationships with grocery retailers	Inglês	Iscte	2010

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Marta Reis Simão	Co-criação de Brand Coolness através do Marketing de Influência na Indústria da Beleza	Inglês	Entregue	Iscte
2	Adriana Margarida dos Santos Folgado	A influência da Estratégia de Naming das Marcas Próprias na Perceção do Consumidor: Uma Análise na Categoria dos Iogurtes	Português	Entregue	Iscte
3	João Rafael Azevedo Faria	O impacto da Gestão de Eventos na construção da Imagem de Marca e fidelização do público	--	Em curso	Iscte

4	Catarina André de Sousa	Desenvolvimento de uma Estratégia de Comunicação Integrada para Reforçar a Perceção de Coolness da Via Verde junto da Gen Z	--	Em curso	Iscte
5	Salvador Maduro Gregório Soares	De consumidores passivos a especialistas informados: a ascensão do marketing educativo na indústria cosmética dermo-cosmética	--	Em curso	Iscte
6	Júlia Diniz de Miranda	Liderança em Destaque: O Impacto da Presença nas Redes Sociais do CEO na Consciencialização, Intenção e Envolvimento do Consumidor	Inglês	Entregue	Iscte
7	Celso Artur Mendes Barata	Endosso médico vs endosso influencer na dermocosmética	--	Em curso	Iscte
8	Madalena Ferreira Pereira	O Impacto dos Influenciadores Digitais na Popularização de Destinos Turísticos Emergentes: O Caso de Zanzibar	Inglês	Entregue	Iscte
9	Daniela Monteiro Mil Homens Figueira	Fatores Sociais, Psicológicos e Emocionais que Influenciam as Intenções de Compra dos Consumidores em Plataformas Digitais	--	Em curso	Iscte
10	Bárbara Aguilar Gaudêncio Assis Abrunhosa	O Impacto dos Influenciadores Digitais nas Decisões de Saúde Materna	Inglês	Entregue	Iscte
11	João Pedro Sobral Reis	A Importância das Marcas Próprias para a Fidelização dos Consumidores do Retalho Alimentar	--	Em curso	Iscte
12	Ana Carolina Santos Rodrigues	A Comunicação das Marcas de Retalho nas Redes Sociais: O Papel da Credibilidade da Marca na Intenção de Compra dos Consumidores	Português	Entregue	Iscte
13	Daniela Ferreira Pinto	Impacto das Estratégias de Comunicação utilizadas pelo MB WAY na Fidelização dos Clientes	Português	Entregue	Iscte
14	Fábio Heleno Coelho	Critérios de escolha de super e hipermercados considerados pelos consumidores	--	Em curso	Iscte
15	Marta Macedo Bacelar da Silva Marques	--	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Inês Marques Madeira	Percepção e Psicologia da Cor e a sua Atratividade na Industria da Moda	Inglês	Iscte	2025
2	Inês Duarte Brás	A Influência da Realidade Aumentada no Comportamento do Consumidor: O impacto nas estratégias de marketing de marcas de luxo	Português	Iscte	2025
3	Catarina Filipa Russo Magarça	Conceção de Luxo Imersivo: O Papel do Marketing Experiencial na Criação de Experiências e na Formação da Perceção do Consumidor na Alta-Costura	Inglês	Iscte	2025
4	Daniela de Jesus Gameiro	O papel do Retail Media na criação do sentimento de Loyalty nos clientes	Português	Iscte	2025
5	Inês Vidinha Patrão	Qual a importância do atendimento personalizado numa PME do retalho alimentar em Portugal?	Português	Iscte	2025
6	Beatriz Carvalho Pinho Quaresma	Branding em 15 segundos: A influência dos vídeos virais do TikTok na reputação das marcas	Português	Iscte	2025
7	Cidália da Cruz Morais Custódio	Do Exclusivo ao Partilhado: O Impacto dos Serviços de Subscrição nas Atitudes dos Consumidores de Moda de Luxo	Português	Iscte	2024
8	Madalena Camelo Prazeres	Influência do Marketing Sensorial no Ambiente Digital	Português	Iscte	2024
9	Inês Madeira Loureiro	A Utilização do Humor na Estratégia de Comunicação das Marcas no Instagram: O Caso da Control Portugal e da Durex Portugal	Português	Iscte	2024
10	Catarina Isabel Amaro Romão	Percepção dos Consumidores Portugueses sobre Bookstagrammers	Inglês	Iscte	2024
11	Maria Teresinha De Aragão Lorga	Comunicação Interna e Work Engagement na Siemens Portugal: Eficácia e propostas de melhoria	Português	Iscte	2024
12	Marta Alexandra Calhau Bonito	Estratégias de Employer Branding para a Atração de Talento Jovem: As Expectativas da Geração Z Portuguesa perante as Entidades Empregadoras.	Português	Iscte	2023
13	Nicole Alexandra Claro Varela	Comportamento do Consumidor: Produtos Sustentáveis em Tempos de Crise Económica	Português	Iscte	2023
14	João Eduardo Martins Ilha	O impacto de patrocinar na Fórmula 1	Inglês	Iscte	2023

15	Marina Alves do Rosário	Comunicação de Sustentabilidade na indústria de alimentação e bebidas em Portugal: uma análise do impacto e perceção pelos stakeholders	Português	Iscte	2023
16	Ana Rita Branco de Vasconcelos	A influência da marca pessoal na intenção de compra dos consumidores	Português	Iscte	2022
17	Maria Garcia Henriques	Estratégias de digital marketing usadas pelas marcas de luxo	Inglês	Iscte	2022
18	Joana Paisana Morais	Indústria Cosmética: mudanças no comportamento do consumidor e o impacto da COVID-19	Inglês	Iscte	2022
19	Rita Patacão Cavaleiro Ângelo	Fast fashion vs. Slow fashion: Qual o futuro?	Inglês	Iscte	2022
20	Alice Santos Chagas	O impacto do ativismo da marca na atitude da Geração Z em relação à marca - O papel mediador da autenticidade da marca percebida	Inglês	Iscte	2022
21	Fernando Manuel Bemposta Pires	O que as marcas próprias podem fazer para subir na perceção de qualidade dos consumidores, no retalho alimentar	Inglês	Iscte	2022
22	Ana Cristina Xarepe Barroso da Silva Santo	A hora de dar voz à Marca "Azeite de Portugal"- Plano de Comunicação	Português	Iscte	2022
23	Mariana Simões Monteiro	Marketing Relacional e a sua influência na fidelização de clientes no setor do retalho alimentar	Português	Iscte	2022
24	André Filipe Leitão Pereira	Influência das Campanhas de Marketing Infantil no Processo de Fidelização dos Pais ao Local de Compra no Setor do Retalho Alimentar	Português	Iscte	2022
25	Maria do Mar Paixão Garcia Iglésias Parreira	Indústria de Bens de Grande Consumo e a Inteligência Artificial no PDV: Estarão os Consumidores Portugueses Prontos?	Português	Iscte	2022
26	Sandra Maria Ribeiro Gaspar	Marie Kondo, a especialista em organização minimalista, abre uma loja online. Foi esta uma decisão de gestão acertada? Marie Kondo, the specialist in minimalist organization, opens an online store. Was this a good management decision?	Inglês	Iscte	2022
27	Joana Paisana Morais	Indústria Cosmética: mudanças no comportamento do consumidor e o impacto da COVID-19 Cosmetic Industry: Changes in the Consumer Behavior and COVID-19 Impact	Inglês	Iscte	2022

28	Maria do Carmo Cabral de Novaes e Ataíde	Comportamento do Consumidor: NETFLIX	Português	Iscte	2021
29	Mafalda dos Santos Tiago	O Impacto do Retailtainment nas Intenções de Compra	Inglês	Iscte	2021
30	Inês Sofia de Sousa Higino Claudino	Impacto do Marketing Relacional e dos Anúncios Publicitários Televisivos no Brand Awareness e Intenção de Compra dos Grandes Retalhistas	Português	Iscte	2021
31	Frederico José Almeida de Colaço Valarinho	Word-of-mouth negativo (NWOM): como evitar e responder a feedback online negativo	Inglês	Iscte	2021
32	Diogo Alexandre Afonso Luís	A Influência da Embalagem na Intenção de Compra do Consumidor de Cerveja Artesanal	Inglês	Iscte	2021
33	Beatriz Silva Febra	O comportamento do consumidor e o impacto do Marketing Digital na compra online de vinho	Português	Iscte	2021
34	Raquel Ventura Caretas	A imprensa escrita e o marketing de influência: o impacto dos digital influencers nas revistas femininas portuguesas	Português	Iscte	2021
35	Marine Gazan	O papel do brownfield cultural na vida noturna parisiense: um foco em suas ofertas e sustentabilidade.	Inglês	Iscte	2021
36	Rita Fiúza Martins Rua	Falsos Produtos Saudáveis no Mercado Alimentar: Impacto do Marketing e Rotulagem no Comportamento do Consumidor	Inglês	Iscte	2021
37	Catarina Mendes Dias de Jesus	Bebemos com os olhos?O Impacto do Rótulo Frontal das Garrafas de Vinho na Perceção do Consumidor	Português	Iscte	2021
38	Marine Gazan	The role of cultural brownfield in the Parisian nightlife: A focus on their offers and sustainability.	Inglês	Iscte	2021
39	Maria Margarida Mariano Dias	O Papel do Tenant Mix na definição do Posicionamento e Imagem dos Centros Comerciais	Inglês	Iscte	2020
40	Rita Paiva Neves	Os efeitos dos micro e macro-influenciadores nas campanhas de cuidado de pele no Instagram	Inglês	Iscte	2020
41	Catarina Jorge da Fonseca Anjos	O Impacto do Marketing de Influência no Instagram no Setor da Restauração	Inglês	Iscte	2020
42	Inês Santos do Carmo	Marketing Experiencial e a sua Influência no Consumidor - O Caso Nespresso	Português	Iscte	2020

43	Cristiana Sofia Vieira da Silva	Um Plano de Comunicação para a Landescape: uma Agência de Viagens de Cultura e Aventura Portuguesa	Inglês	Iscte	2020
44	Marina Alexandra Silva Gomes	O Papel dos Influenciadores Digitais na Intenção de Compra dos Consumidores na Moda	Inglês	Iscte	2020
45	Teresa Raquel Leiria da Silva Barrau	Marketing Digital e as Marcas de Luxo	Português	Iscte	2020
46	Francisco Barros Martins de Jesus	Critérios de Escolha de Centros Comerciais por parte dos Consumidores	Português	Iscte	2019
47	Frederico Coelho de Carvalho Morais	Fatores que levam os Consumidores a Visitarem Parques Temáticos, Dedicados aos Animais	Português	Iscte	2019
48	Lorena Silveira Batista Genú	Marketing digital: Como o mercado de beleza mudou com o surgimento de influenciadores digitais	Inglês	Iscte	2019
49	Márcia Silva Gonçalves	O Papel do Marketing Relacional na Construção de Relações B2B no Setor sem Fins Lucrativos	Inglês	Iscte	2019
50	Maria Inês Cunha de Eça de Oliveira Martins	Impacto da Música Ambiente nas Vendas de Hipermercados	Português	Iscte	2019
51	Gustavo Henrique Gontijo Genú	Um Plano de Marketing Digital para Dona Laranja: Criando uma nova marca de suco usando Mídia Social	Inglês	Iscte	2019
52	Tiago Miguel Pereira Fortunato	Acesso sobre posse: Uma análise geracional	Inglês	Iscte	2019
53	Lorena Silveira Batista Genú	Digital marketing: How the beauty market has changed with the emergence of digital influencers	Inglês	Iscte	2019
54	Márcia Silva Gonçalves	The role of relationship marketing on building B2B partnerships on the non-profit sector	Inglês	Iscte	2019
55	Gustavo Henrique Gontijo Genú	A Digital Marketing Plan for Dona Laranja: Creating a New Juice Brand Using Social Media	Inglês	Iscte	2019
56	Carolina Vasconcelos Marcelino Loia Guerreiro	What are the key drivers of customer?s loyalty in yogurts? category? A case study of Pingo Doce	Inglês	Iscte	2019
57	Margarida Nunes Anastácio	City Branding - Aveiro: How Aveiro is perceived by its Residents and Tourists?	Inglês	Iscte	2019
58	Tiago Miguel Pereira Fortunato	Access over ownership: A generational analysis	Inglês	Iscte	2019

59	Rodrigo José Soares de Castro	A gestão do Word of Mouth: entre a praxis e a teoria	Português	Iscte	2018
60	Serenela Alves de Andrade	O papel dos Patrocinadores Principais nos Festivais de Música no Verão.	Inglês	Iscte	2018
61	António Miguel Dias Mateus	News sentiment e os investimentos em marketing: que relação?	Português	Iscte	2018
62	Patrícia Alexandra Sacramento da Costa Ventura	THERE?S A NEW PLAYER IN TOWN: A CASE STUDY OF MERCADONA?S ENTRANCE IN PORTUGAL	Inglês	Iscte	2018
63	Rita Isabel Lança dos Santos	A Digital Marketing Strategy In A Fintech Start-up: Advicefront	Inglês	Iscte	2018
64	António Serrenho do Carmo	Business Plan: BOUTIQUE 0	Inglês	Iscte	2018
65	Daniel Loivos dos Santos	Marketing Plan for the launch of Redken Brews	Inglês	Iscte	2018
66	Serenela Alves de Andrade	The Role of Naming Sponsors in Summer Music Festivals.	Inglês	Iscte	2018
67	Joana Isabel Serôdio Pardal	Impacto das alegações nutricionais e de saúde nos consumidores	Português	Iscte	2017
68	Ana Filipa Mendes Lourenço	Corporate Reputation in B2B Service Customers	Inglês	Iscte	2016
69	Maria Vitória Sá Quental de Melo Lindo	How Gender Affects the Buying-Decision Process Among Consumers of Luxury Goods	Inglês	Iscte	2016
70	Raquel Alexandra Fonseca Duran	A Importância das Ativações de Marca na Estratégias de Comunicação das Empresas	Português	Iscte	2016
71	Mariana de Pinho Duarte Ferreira da Silva	New Influencers - A Influência dos Bloggers de Moda na Decisão de Compra do Consumidor	Inglês	Iscte	2016
72	Teresa Mafalda de Mendonça e Moura Esteves Marcos	Story - Telling and Doing	Inglês	Iscte	2015
73	Kalen Elizabeth Vaughan	How International Nonprofit Organizations can use Facebook to Build Relationships with Potential Donors and Volunteers	Inglês	Iscte	2015
74	João Pedro Rodrigues Lima Mestre da Conceição	New Brands and New Bands. O Marketing e a Gestão no Lançamento de uma Nova Banda Independente	Português	Iscte	2015
75	Cleide Azevedo Pinto de Abreu	Celebrity in the Mirror: The Role of Celebrity Endorsement in Male Grooming Communication	Inglês	Iscte	2015

76	Joséphine Gaspar Lopes	Marketing Plan for Workshop and Accessories area of Proóptica	Inglês	Iscte	2015
77	Ana Catarina Afonso Lindeza	Os Cartões de Fidelização nas Farmácias Portuguesas	Português	Iscte	2014
78	Patrícia Alexandra Realinho Ramos	O Futuro das Marcas Nacionais no Retalho Alimentar - A perspetiva do consumidor	Português	Iscte	2014
79	Pedro Manuel Dias Sousa Cordeiro	Quais os Canais de Distribuição que Melhor se Adequam às Necessidades do Segmento sénior?	Português	Iscte	2014
80	Ana Sofia Mesquita Tavares Marques	The Influence of Olfactory Marketing on Clients Loyalty	Inglês	Iscte	2013
81	Catarina Ferreira da Silva	Qual o Papel das Marcas de Fornecedor, no Mercado de FMCG, com a Crescente Influência das Marcas de Distribuidor?	Português	Iscte	2013
82	Catarina Alexandra da Rocha Fornelos	O impacto da Evolução Tecnológica no Mercado Livreiro	Português	Iscte	2013
83	Ivo dos Reis Moreira	Homecare em Nutrição Artificial - Uma solução para doentes, profissionais de saúde e hospitais	Português	Iscte	2012
84	Sílvia Rodrigues Cavalinhos	A Importância da Marca do Distribuidor no Mercado dos Electrodomésticos.	Português	Iscte	2010
85	Carina Maria Rolo Ferreira	A Qualidade do Serviço Prestado nas Farmácias Comunitárias:Expectativas e Percepções dos Clientes.	Português	Iscte	2009

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	João Ricardo Alves Ferreira	O Impacto da Marca Própria no Índice de Rentabilidade das Empresas de Retalho - o caso do Leroy Merlin	Português	Iscte	2025
2	Beatriz Martinho de Sousa	Plano de Marketing do seguro Fidelidade Casa Mais	Português	Iscte	2024
3	Mafalda de Oliveira Isabel Meireles Pássaro	Impacto da Sustentabilidade Ambiental e da Economia Circular na Brand Image e Brand Awareness: Caso IKEA Portugal	Português	Iscte	2023
4	Beatriz Maria Esaguy Fernandes dos Santos	O impacto do marketing de influência na autoestima e imagem corporal das mulheres	Inglês	Iscte	2023

5	Joana Dias Malcato	O papel da arquitetura de marca na equidade de marca: Caso de Estudo do Pestana Hotel Group	Inglês	Iscte	2023
6	Sandra Maria Ribeiro Gaspar	Marie Kondo, a especialista em organização minimalista, abre uma loja online. Foi esta uma decisão de gestão acertada?	Português	Iscte	2022
7	Débora Brito Ribeiro	Plano de Marketing de Social Media para a Quinta do Boição	Português	Iscte	2021
8	Ana Sofia Ferreira de Almeida	Plano de comunicação para a agência de viagens: Portugal With	Inglês	Iscte	2021
9	Marta Hidalgo Pidemont	Programa de Fidelização para o canal E-commerce da Delta Q no Brasil	Inglês	Iscte	2020
10	Fábio Miguel Rodrigues Pinto	Plano de Marketing de um Serviço de Subscrição de Produtos Eletrónicos	Português	Iscte	2020
11	Catarina Alexandra Vieira Morcela	Como é que os consumidores reagem às diferentes Marcas Próprias?	Inglês	Iscte	2020
12	Maria Teresa de Magalhães Fleming Pessoa Gaspar	A Presença da Saint-Gobain Weber no Mercado das Grandes Superfícies de Bricolage	Português	Iscte	2020
13	Inês Cristina dos Santos Marques	Revitalização de uma Marca - O Caso da Marca Pato Real	Português	Iscte	2020
14	Carolina Vasconcelos Marcelino Loia Guerreiro	Quais são os Fatores que Tornam os Clientes Leais na Categoria dos Iogurtes - Estudo do Pingo Doce	Inglês	Iscte	2019
15	João Pedro Dias Soares Santos	De que modo o Merchandising e o Layout das Lojas IKEA influenciam o comportamento do consumidor?	Inglês	Iscte	2019
16	Margarida Nunes Anastácio	Branding da cidade - Aveiro: Como Aveiro é percebida pelos seus residentes e turistas?	Inglês	Iscte	2019
17	Patrícia Alexandra Sacramento da Costa Ventura	Há um novo player no mercado: Caso de estudo da entrada da Mercadona em Portugal	Inglês	Iscte	2018
18	António Serrenho do Carmo	Plano de Negócios: BOUTIQUE 0	Inglês	Iscte	2018
19	Sónia de Almeida Tomás Gonçalves	Potencial do Blended Learning em Mestrados para Executivos - Católica Lisbon School of Business and Economics	Português	Iscte	2018
20	Cátia Alexandra Rolo Guisado	Plano de Marketing para a marca GoGo squeeZ	Português	Iscte	2018

21	Filipa Monteiro da Cruz	Desenvolvimento de KPI's da Marca Empregadora para as iniciativas de promoção dos Programas de Young Talent na Jerónimo Martins	Inglês	Iscte	2018
22	Daniel Loivos dos Santos	Plano de Marketing do lançamento de Redken Brews	Inglês	Iscte	2018
23	Rita Isabel Lança dos Santos	Uma Estratégia De Marketing Digital Para Uma Start-up De Fintech: Advicefront	Inglês	Iscte	2018
24	Madalena Maria Igreja Ferrari Sobral	The perfect Dose can be the Right Choice	Inglês	Iscte	2017
25	Tiago Bruno Lourinho Heleno Lopes	A Importância das Marcas Próprias e a sua Introdução numa Loja de Especialidade	Português	Iscte	2017
26	Rita Araújo Soromenho de Alvito	Pestana CR7 - Brand Concept Case Study.	Inglês	Iscte	2017
27	Miguel Filipe Duarte Castelão	A Marketing Plan to Hotel Castelão	Inglês	Iscte	2017
28	Maria Leonor Nogueira de Paiva	A Communication Plan for a Portuguese Luxury Multibrand: Stivali	Inglês	Iscte	2016
29	Pedro de Azeredo Coelho Matos Pereira	Marketing Plan. NOS Introducing Pay-Per-View	Inglês	Iscte	2016
30	Patrícia Jesus Casaca Couto dos Santos Batista	A Importância dos Serviços no Incremento de Vendas no Retalho. Caso prático na empresa AKI Portugal	Português	Iscte	2016
31	Matilde Fonseca Tareco	A Social Media Marketing Plan for Quinta da Suratesta	Inglês	Iscte	2016
32	Alexandra Catarina Rosa Nicolau Gralho	Retalho organizado VS Retalho independente	Português	Iscte	2015
33	Arthur Gabriel Araújo Jordão	Caso Pedagógico: Arquitectura de Marcas de Sonae Sierra	Português	Iscte	2015
34	Catarina Pina Fialho	Roger & Gallet Brand Repositioning	Inglês	Iscte	2015
35	Marta Barahona Simões da Fonseca Guimarães	Communication Plan for Skittles	Inglês	Iscte	2015
36	Rodrigo Gonçalves Martins	"Retailtainment" - Standing out in the portuguese sportswear market	Inglês	Iscte	2014
37	Ana Catarina Morgado Alves de Carvalho	Marketing plan for dance material supplier	Inglês	Iscte	2014
38	Ana Margarida Nunes Francisquinho	Consumer Attitudes and Perceptions Towards Medicine Types: Brand medicines versus generic medicines	Inglês	Iscte	2013
39	Nuno André Rosa Pereira	Portugal as an European Destination Reference in Senior Tourism	Inglês	Iscte	2013

40	Mariana Cláudia Simas Pinto	Surprise Gift Card. Plano de Marketing	Português	Iscte	2013
41	Nuno Miguel Ferreira Antunes	Merchandising no Local de Pagamento: Potenciar vendas com o Merchandising no m2 do local de pagamento na loja de pequena dimensão	Português	Iscte	2013
42	Yorete Marlene Campos De Azevedo	Primark's E-Marketing Plan	Inglês	Iscte	2013
43	Ana Luísa Costa Ferreira	Communication Plan of Sonae Sierra's Gift Card Surprise	Inglês	Iscte	2013
44	Mafalda Sofia Reis Franklin	Marketing Plan for the Lisbon Zoo	Inglês	Iscte	2013
45	Catarina Conde Rosa	In-Store Promotional Campaign - The impact of a New Fragance	Inglês	Iscte	2013
46	Patrícia Alexandra Pedro das Dores	FrescosBio - Agricultura Urbana	Português	Iscte	2012
47	Luís Artur Sena Neto Fernandes Barata	Implementação de uma Marca Própria numa Cadeia Retalhista Regional - Caso Ponto Fresco SA	Português	Iscte	2012
48	Magda Raquel Pereira Genebra	Winning in a Crisis: Checkouts Model as a way of business growth at Mars Portugal	Inglês	Iscte	2012
49	André Filipe Pacheco Seabra	A Relação dos Programas de Fidelização e a Satisfação de Clientes ? O caso TMN	Português	Iscte	2012
50	Marisa Figueiredo de Oliveira	Creation of an integrated tasting plan in Hypermarkets	Inglês	Iscte	2012
51	Patrícia Neto Pena	Case Study: Corticeira Amorim as Portugal's Brand Ambassador	Inglês	Iscte	2012
52	João Paulo Caetano Sebastião	Estação de Rádio Infantil: Alegria da Radio	Português	Iscte	2012
53	Ana Catarina Santos Rolo	Plano de Negócios Hotel do Templo	Português	Iscte	2012
54	David Cortes Ventura	Revitalização de uma Marca - O caso da marca Xau liquido concentrado	Português	Iscte	2012
55	Maria Cristina Duarte Agapito	A Gestão de Sortido	Português	Iscte	2012
56	Filipa Marques Serra Pereira	Marcas de Luxo em Portugal - Sucesso em contexto de crise económica	Português	Iscte	2012
57	Joana Faia Martins Poças Esteves	O Processo de Internacionalização da Marca Koni Store para o Mercado Português através de uma Estratégia de Franchising	Português	Iscte	2012

58	Marta Isabel Nunes Rodrigues Martins	Segmentação dos Pontos de Venda - Aplicação da segmentação à rede de Lojas dos CTT - Correios de Portugal	Português	Iscte	2012
59	Bárbara Marques da Silva Jansen Verdades	O Crescimento dos Produtos de Marca Própria Caso Pedigree Dog Dry	Português	Iscte	2012
60	Margarida Laima Vilhena de Mendonça	--	--	Iscte	2011
61	Ana Sofia Fernandes Conceição Martins	Analisar e Propôr a Melhor Abordagem para Conquistar e Fidelizar Clientes na Área de Restauração em Portugal	--	Iscte	2011
62	Nuno Gonçalo Costa Fernandes Marques de Abreu	Análise do Perfil do Cliente Recheio e Desenvolvimento de um Sistema Promocional.	--	Iscte	2011
63	Diana Filipa Delgado Marques	O Impacto e a Importância da Gestão de Categorias no Processo de decisão de Compra das Crianças.	--	Iscte	2011
64	Susana Oliveira Gonçalves	O Impacto dos Cartões de Fidelidade no Comportamento de Compra do Consumidor. Uma Abordagem ao mercado retalhista	Português	Iscte	2011
65	Nara Geise Baltazar Ferreira	--	--	Iscte	2011
66	Honey Jaiantilal Bhanji	O Impacto da Aplicação do e-Commerce num Website	Português	Iscte	2011
67	Efraim José Tavares Tavares	Edição Online Sol.	Português	Iscte	2010
68	Ana Sofia da Costa Pinheiro Meneses Mesquita	Revitalização de uma Marca - O caso marca Sun.	Português	Iscte	2010
69	Ana Sofia Filipe Pereira	A Importância do Planeamento de Marketing: O caso de uma PME portuguesa.	Português	Iscte	2010
70	Diogo Miguel Parreira de Gouveia	Plano de Negócios U2B - Unidade de Negócio "Grupo de Farmácia" - universo empresarial UDIFAR.	Português	Iscte	2010
71	Alexandra Maria Portugal Galvão de Vasconcelos	Plano de Marketing Orthomol - Lançamento de uma Nova Gama de Produtos pela Empresa Raul Vieira, Lda.	Português	Iscte	2010
72	Shahida Mussá Calú	A Criação de Experiências Memoráveis e a Possibilidade de Experimentação antes da Compra como Impulsionadoras de uma Nova Forma de Relacionamento entre a Marca e os Consumidores.	Português	Iscte	2009
73	Mário Luís Pereira Cravidão	A Marca de Vinhos Regional Lisboa - O Plano de Comunicação Internacional.	Português	Iscte	2009

74	Mónica Sofia de Freitas	Distribution Management in the Health Club Industry - The Impact os a company´s image and the environment when choosing a point of sale (POS).	Inglês	Iscte	2009
75	Rita Alexandra Gomes Morais Mendes	Marketing no Ponto de Venda - Importância da diferenciação publicitária no ponto de venda, em diferentes categorias de produtos, no no processo de tomada de decisão de compra dos clientes.	Português	Iscte	2009
76	Rita Isabel Lourenço Farinha	Impacto das Marcas Próprias no Orçamento das Famílias.	Português	Iscte	2009

Total de Citações

Web of Science®	369
Scopus	381

Publicações

- **Revistas Científicas**

- Artigo em revista científica

1	Bilro, R. G., MacIntyre, A., Marques, S. H. & Custódio, C. M. (2025). The influence of Scotch whisky as cultural alcoholic beverage on travel motivations. European Journal of Tourism Research, 40. https://doi.org/10.54055/ejtr.v40i.3830 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 2
2	Miguel, L., Marques, S. & Duarte, A. P. (2023). Characterising the fruit and vegetables consumer ethnocentrism in a southern european country: an assesment of the reliability and validity of the CETSCALE in Portugal. Food Quality and Preference,(105). https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104770 - N.º de citações Web of Science®: 18 - N.º de citações Scopus: 17 - N.º de citações Google Scholar: 35
3	Cavalinhos, S., Salgueiro, M. F. & Marques, S. (2023). Mobile devices usage in retail setting: Gender and generation preferences. International Journal of Retail & Distribution Management, 51(13), 64?80. https://doi.org/10.1108/IJRDM-06-2022-0196 - N.º de citações Web of Science®: 9 - N.º de citações Scopus: 7
4	Miguel, L., Marques, S. & Duarte, A. P. (2022). The influence of consumer ethnocentrism on purchase of domestic fruit and vegetables in Portugal: Application of the extended theory of planned behaviour. British Food Journal, 124(13), 599?618. https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2021-1208 - N.º de citações Web of Science®: 39 - N.º de citações Scopus: 39

5	Carmo, I. S. do., Marques, S. & Dias, Á. (2022). The influence of experiential marketing on customer satisfaction and loyalty. Journal of Promotion Management, 28(7), 994?1018. https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2054903 - N.º de citações Web of Science®: 32 - N.º de citações Scopus: 38 - N.º de citações Google Scholar: 117
6	Marques, S., Bilro, R. G., Gonçalves, M. & Raouf, A. R. (2022). Partners we can trust: the role of employee engagement influencing partnerships' relationship quality in the voluntary sector. Management Research: The Journal of the Iberoamerican Academy of Management, 20(2), 148?168. https://doi.org/10.1108/MRJIAM-01-2022-1258 - N.º de citações Web of Science®: 13 - N.º de citações Scopus: 12 - N.º de citações Google Scholar: 26
7	Gomes, M., Marques, S. & Dias, Á. (2022). The impact of digital influencers' characteristics on purchase intention of fashion products. Journal of Global Fashion Marketing, 13(3), 187?204. https://doi.org/10.1080/20932685.2022.2039263 - N.º de citações Web of Science®: 105 - N.º de citações Scopus: 120 - N.º de citações Google Scholar: 275
8	Anjos, C., Marques, S. & Dias, Á. (2022). The impact of Instagram influencer marketing in the restaurant industry. International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology, 13(1). https://doi.org/10.4018/IJSSMET.297496 - N.º de citações Web of Science®: 16 - N.º de citações Scopus: 17 - N.º de citações Google Scholar: 45
9	Marques, S. H., Cardoso, M. G. M. S. & Lindeza, A. C. A. (2017). Do loyalty cards enhance loyalty in the pharmaceutical sector?. Journal of Relationship Marketing, 16(2), 143?162. https://doi.org/10.1080/15332667.2016.1242398 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 3
10	Filipe, S., Marques, S. H. & Salgueiro, M. D. F. (2017). Customers' relationship with their grocery store: direct and moderating effects from store format and loyalty programs. Journal of Retailing and Consumer Services, 37, 78?88. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.03.002 - N.º de citações Web of Science®: 55 - N.º de citações Scopus: 39
11	Marques, S. H., Trindade, G. & Santos, M-C. (2016). The importance of atmospherics in the choice of hyper and supermarkets. International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 26(1), 17?34. https://doi.org/10.1080/09593969.2015.1042495 - N.º de citações Scopus: 14
12	Brochado, A., Marques, S. & Mendes, P. (2015). Psychographic determinants of private-label adoption: a feasibility study in the Portuguese yogurt market. Tourism and Management Studies, 11(1), 136?145. - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Google Scholar: 8
13	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2013). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 23(4), 456?474. https://doi.org/10.1080/09593969.2013.785442 - N.º de citações Web of Science®: 19 - N.º de citações Scopus: 23

14	Marques, S. & Santos, M-C. (2012). Store format influence on customer perception of the store environment. International Journal of Applied Behavioral Economics (IJABE), 1(4), 9?21. https://doi.org/10.4018/ijabe.2012100102 - N.º de citações Google Scholar: 4

- Artigo de revisão

1	Cavalinhos, S., Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2021). The use of mobile devices instore and the effect on shopping experience: A systematic literature review and research agenda. International Journal of Consumer Studies, 45(6), 1198?1216. https://doi.org/10.1111/ijcs.12690 - N.º de citações Web of Science®: 53 - N.º de citações Scopus: 48

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Bilro, R.G., Custódio, C.M. & Marques, S. (2026). Luxury Fashion. In Vanessa Ratten (Ed.), International Encyclopedia of Business Management (pp. 103?106). Academic Press. https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00567-3
2	Freitas, C., Bilro, R.G. & Marques, S. (2023). The influence of customer engagement on destination loyalty from a destination marketing organisation perspective. In Raouf A. Rather and Haywantee Ramkissoon (Ed.), Handbook of customer engagement in tourism marketing (pp. 115?128). Edward Elgar Publishing. https://doi.org/10.4337/9781802203943 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 3

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Bilro, R. G., Serras, S., Cavalinhos, S., Miguel, L. & Marques, S. (2022). How cool is to be engaged with Drunk Elephant? An analysis of usergenerated content campaigns on Instagram. Proceedings of the 51st Annual EMAC Conference (EMAC 2022). EMAC. - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Marques, S., Lindo, V. & Pereira, H. (2019). How gender affects the buying-decision process among consumers of luxury goods. 2019 Global Fashion Management Conference at Paris Proceedings. Global Alliance of Marketing and Management Associations. https://doi.org/10.15444/GFMC2019.05.06.10
3	Marques, S. H. & Vaughn, K. (2019). How international nonprofit organizations can use Facebook to build relationships with potential donors and volunteers. In Vopava, J., Douda, V., Kratochvil, R. and Konecki, M. (Ed.), Proceedings of The 14th IAC 2019 (pp. 51?60). MAC Prague consulting Ltd..
4	Miguel, L. & Marques, S. (2018). Exploring purchase behaviour of country of origin: “Producers club” brand. 25th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science.
5	Marques, S. H., Cardoso, M. G. M. S. & Ramos, P. A. R. (2018). Domestic brands in food retail: the consumer perspective. 25th Recent Advances In Retailing And Services Science, EIRASS 2018.

6	Miguel, L. & Marques, S. (2018). Exploring purchase behavior of country of origin labelled products using the theory of planned behavior: testing the moderating effect of product category. EIRASS-Recent Advances in retailing and consumer services.
7	Marques, S. H. & Abreu, C. (2018). Celebrity in the mirror: the role of celebrity endorser in men's grooming communication. 25th Recent Advances In Retailing And Services Science.
8	Pereira, H. G., Salgueiro, M. F. & Marques, S. H. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Develpoment (pp. 374?384). The Academy of Business and Retail Management (ABRM).
9	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. International Conference on Business and Economic Develpoment (pp. 68?78). The Business & Management Review.
10	Cavalinhos, S. & Marques, S. (2016). The impact of mobile devices on the shopping experience. In Irina Saur-Amaral, Maria do Carmo Leal, Raquel Reis Soares, Rui Cruz (Ed.), International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour 2016 (pp. 451?456). Universidade Europeia.
11	Marques, S. (2016). The value of store choice criteria on consumer behavior. 18th International Conference on Economics and Business Market Management (pp. 2007?2011).
12	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. Academy of Marketing 2016.
13	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. International Conference on Innovation & Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour 2016.
14	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Customers' relationship with their main grocery retail: an empirical study in the Portuguese context. LCBR European Marketing Conference 2015.
15	Filipe, S., Marques, S. & Salgueiro, M. (2015). Corporate social responsibility: Is it a pillar in relationships with customers?. 4th International Conference on Multinational Enterprises and Sustainable Development, (MESD'15).
16	Marques, S., Lindeza, A. & Cardoso, M. (2015). Do loyalty cards enhance loyalty? a study in the Portuguese pharmaceutical sector. In Mafalda Nogueira, André Vieira (Ed.), The Portuguese Marketing Conference 15 Proceedings. IPAM.
17	Filipe, S., Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Social responsibility in purchase and consumption: A study of the Portuguese consumer behavior. In Irina Saur-Amaral (Ed.), Proceedings ICIEMC 2015 (pp. 436?450). Edições IPAM.
18	Brochado, A., Mendes, P. & Marques, S. (2014). Private-label proneness: the case of yogurts. In Instituto Politécnico de Leiria (Ed.), XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica: Comunicações: Livro de Resumos. IP Leiria.
19	Marques, S. & Pereira, N. (2014). How to position Portugal as one of the main European destination references in senior tourism. In Joana Neves, José Paulo Esperança (Ed.), 1st Annual International Conference Tourism and Ageing, Proceedings Book. AUDAX.

20	Marques, S. & Cardoso, M. (2014). The influence of olfactory marketing on clients` loyalty. Atas XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica. Instituto Politécnico de Leiria.
21	Brochado, A. & Marques, S. (2014). Understanding the private label prone shopper of yogurts. Proceedings of the 9th Global Brand Conference of the Academy of Marketing´s Brand Corporate Identity and Reputation Special Interest Group. Academy of Marketing.
22	Brochado, A., Marques, S. & Mendes, P. (2014). Psychographic determinants of private label adoption - a feasibility study in the portuguese yogurt market. Tourism & Management Studies International Conference. - N.º de citações Google Scholar: 1
23	Marques, S. & Freitas, M. (2013). The effect of servicescape in the health club industry. 3rd Conference of the International Network of Business and Management Journals Conference.
24	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). The impact of environmental factors in satisfaction. 19th EIRASS Recent Advances in Reatiling & Services Science Conference (pp. 0?0).
25	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. In Paulo Rita (Ed.), 41th EMAC Conference (pp. 0?0).
26	Susana Maria dos Santos Henriques Marques, Santos, M-C. & Rita Cameira (2011). Store Format Influence On Customer Perception of the Store. 18th EIRASS Recent Advances in Retailing & Services Science Conference Proceedings (pp. 0?0).
27	Marques, S. & Freitas, M. (2010). Distribution Management in the Health Club Industry. 17th EIRASS (pp. 0?0).
28	Marques, S., Salgueiro, M. F. & Carvalho, J. C. de. (2009). The influence of multiple store choice criteria on perceived patronage intentions. 38th EMAC Conference. European Marketing Academy.
29	Marques, S. & Salgueiro, M. F. (2008). Store environment: The value of insignia. Eirass 2008.
30	Marques, S. & Salgueiro, M. de F. (2007). The influence of insignia on store environment. 36th EMAC Conference. EMAC.
31	Cunha, S. M. da. & Salgueiro, M. de F. (2007). O efeito moderador da “insígnia” no impacto dos critérios de escolha de um ponto de venda na intenção de voltar. SPE 2007.
32	Cunha, S. & Salgueiro, M. de F. (2006). A influência da “insígnia / ponto de venda” na envolvente da loja: Análise factorial confirmatória multi-grupos ou multi-nível?. SPE 2006.
33	Cunha, S. M. da. & Crespo de Carvalho, J. (2006). The influence of sales promotion on consumers’ store choice. 5th International Congress Marketing Trends. - N.º de citações Google Scholar: 5
34	Cunha, S. M. da. & Crespo de Carvalho, J. (2005). The value of sales promotion on store choice. International Retailing Conference: Understanding Shopping Behavior to Develop Effective Retail Strategies. Academy of Marketing Science.
35	Cunha, S. M. da. & Crespo de Carvalho, J. (2005). The influence of sales promotion on store choice. 34th EMAC Conference. European Marketing Academy.

36	Cunha, S. M. da. & Crespo de Carvalho, J. (2004). The value of sales promotion on store choice. 2004 Fordham Pricing Conference.
37	Cunha, S. M. da. (2004). The influence of sales promotion on store choice criteria. 33rd EMAC Conference. EMAC.

- Comunicação em evento científico

1	Bilro, R.G., Serras, S., Cavalinhos, S., Miguel, L. & Marques, S. (2022). How cool is to be engaged with Drunk Elephant? An analysis of usergenerated content campaigns on Instagram. European Marketing Academy annual conference - EMAC 2022,.
2	Marques, S. & Pereira, H. (2019). How gender affects the buying-decision process among consumers of luxury goods. 2019 Global Fashion Management Conference,.
3	Marques, S. & Vaughn, K. (2019). How international nonprofit organizations can use facebook to build relationships with potential donors and volunteers. The 14th International Academic Conference,.
4	Marques, S. & Abreu, C. (2018). Celebrity in the mirror: the role of celebrity endorser in men's grooming communication. EIRASS-Recent Advances in retailing and consumer services,.
5	Marques, S., Cardoso, Margarida G. M. S. & Ramos, P. (2018). Domestic Brands in food retail: the consumer perspective. EIRASS - Recent advances in retailing and consumer services,.
6	Miguel, L. & Marques, S. (2018). Exploring purchase behavior of country of origin labelled products using the theory of planned behavior: Testing the moderating effect of product category. EIRASS-Recent advances in retailing and consumer services,.
7	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. International Conference on Business and Economic Develpoment,.
8	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Development,.
9	Cavalinhos, S. & Marques, S. (2016). The impact of mobile devices on the shopping experience. ICIEMC - International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour,.
10	Silvia Cavalinhos & Marques, S. (2016). The impact of mobile devices on the shopping experience. Academy of Marketing 2016,.
11	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. Academy of Marketing 2016,.
12	Silvia Cavalinhos & Marques, S. (2016). The impact of mobile devices on the shopping experience. International Conference on Innovation & Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour 2016,.
13	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. International Conference on Innovation & Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour 2016,.

14	Marques, S. (2016). The value of store choice criteria on perceived patronage intentions. 18th International Conference on Economics and Business Market Management,.
15	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Social Responsability in Purchase and Consumption: a study of the Portuguese Consumer Behaviour. International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC,.
16	Marques, S., Ana Lindeza & Cardoso, M. G. M. S. (2015). Do loyalty cards enhance loyalty? A study in the Portuguese pharmaceutical sector. Portuguese Marketing Conference,.
17	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Customers' relationship with their main grocery retail: an empirical study in the portuguese context. LBCR European Marketing Conference 2015,.
18	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Corporate Social Responsibility: is it a pillar in relationships with customers?. 4th MESD International Conference,.
19	Brochado, A., Mendes, P. & Marques, S. (2014). Private-label proneness: the case of yogurts. Atas das XXIV JORNADAS LUSO-ESPANHOLAS DE GESTÃO CIENTÍFICA, 1, 1?10.
20	Marques, S. & Cardoso, Margarida G. M. S. (2014). The Influence of Olfactory Marketing on Clients' Loyalty. XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Cientifica,.
21	Brochado, A., Mendes, P. & Marques, S. (2014). Private-label proneness: the case of yogurts. XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Cientifica,.
22	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label: opportunity or threat?. 9th Global Brand Conference,.
23	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Understanding the private label prone shopper of yogurts. 9th Global Brand Conference,.
24	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label proneness: the case of yogurts. XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Cientifica,.
25	Brochado, A., Marques, S. & Mendes, P. (2014). Psychographic determinants of private label adoption - a feasibility study in the portuguese yogurt market. Tourism & Management Studies International Conference,.
26	Marques, S. & Cardoso, M. (2014). The influence of olfactory marketing on client's loyalty. XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Cientifica,.
27	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label: opportunity or threat?. Global Brand Conference,.
28	Marques, S. & Nuno Pereira (2014). How to position Portugal as one of the main european destination references in senior tourism. Tourism & Ageing Conference,.
29	Marques, S. & Freitas, M. (2013). The effect of servicescape in the health club industry. 3rd Conference of the International Network of Business and Management Journals Conference,.
30	Marques, S. (2013). The effect of servicescape in the health club industry. 3rd Conference of the International Network of Business and Management Journals Conference Proceedings,.

31	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). The Impact of Environmental Factors in Satisfaction. 19th EIRASS,.
32	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. 41th EMAC,.
33	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. 41th EMAC Conference, Lisboa, Portugal,, 0?0.
34	Marques, S., Santos, M-C. & Rita Cameira (2011). Store Format Influence on Customer Perception of the Store. 18th EIRASS,.
35	Marques, S. & Freitas, M. (2010). Distribution Management in the Health Club Industry. 17th EIRASS,, 0?0.
36	Marques, S. & Freitas, M. (2010). Distribution Management in the Health Club Industry. 1st EMAC Regional Conference,.
37	Marques, S., Salgueiro, M.F. & Crespo de Carvalho, J. (2009). The influence of multiple store choice criteria on perceived patronage intentions. The European Marketing Academy Conference 2009,.
38	Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2008). Store environment: the value of insignia. EIRASS 2008 (15th International Conference of the European Institute of Retailing and Services Studies),.

• Outras Publicações

- Artigo sem avaliação científica

1	Brochado, A., Marques, S. & Mendes, P. (2015). Psychographic determinants of private-label adoption: a feasibility study in the Portuguese yogurt market.. - N.º de citações Web of Science®: 1

- Recensão de obra em revista

1	Marques, S. (2014). Retail experience management based in persona: the chef in haute cuisine restaurants. Journal of Marketing Management,.
2	Marques, S. (2014). Delighting senior guests in hotels: is it a matter of hedonic attricutes?. Tourism & Ageing,.
3	Marques, S. (2014). Campervan tourism in an ageing society: a supply-side perspective. Tourism & Ageing,.
4	Marques, S. (2014). The effect of developing a portfolio sustainable labels. International Review of Retail, Distribution and Consumer Research,.
5	Marques, S. (2014). Persona-fied brands: managing branded persons through service persona. Journal of Marketing Management,.
6	Marques, S. (2013). Brand equity, satisfaction and switching costs: an examination of effects in the B2B setting. Marketing Intelligence and Planing,.

7	Marques, S. (2013). Do retail alliances enhance customer experience? Examining the relationship between alliance value and customer satisfaction with alliance. Journal of Marketing Management,.
8	Marques, S. (2012). Simulating In-Store Lighting and Temperature with Visual Aids: Methodological Propositions and S-O-R Effects. International Review of Retail, Distribution and Consumer Research,, 0?0.

Cargos de Gestão Académica

Coordenador do 2º Ano (2026 - 2029)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing

Coordenador do 2º Ano (2025 - 2026)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing

Director (2025 - 2026)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing

Presidente (2025 - 2028)
Unidade/Área: Comissão Científica

Director (2025 - 2029)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Director (2023 - 2025)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing

Coordenador do 2º Ano (2023 - 2025)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing

Coordenador (2020 - 2021)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing

Coordenador (2020 - 2021)
Unidade/Área: [APIM] Programa Aplicado Online em Inovação em Marketing

Coordenador (2019 - 2020)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing

Coordenador (2018 - 2019)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing

Membro (Docente) (2018 - 2022)
Unidade/Área: Comissão Científica

Membro (Docente) (2018 - 2022)
Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica

Director (2018 - 2022)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Presidente (2018 - 2022)
Unidade/Área: Comissão Científica

Director (2017 - 2018)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing

Director (2016 - 2017)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing

Presidente (2014 - 2018)
Unidade/Área: Comissão Científica

Membro (Docente) (2014 - 2018)
Unidade/Área: Comissão Científica

Director (2014 - 2018)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Membro (Docente) (2013 - 2015)
Unidade/Área: Plenário do Conselho Pedagógico

Membro (Docente) (2013 - 2014)
Unidade/Área: Comissão Pedagógica

Director (2013 - 2016)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing

Membro (Docente) (2011 - 2013)
Unidade/Área: Plenário do Conselho Pedagógico