

**Aviso:** [2019-06-16 16:40] 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.

## Susana Maria dos Santos Henriques Marques

### Diretora

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

### Professora Auxiliar

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

### Investigadora Associada

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



## 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 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 INDEG-IUL
- Directora Pós Graduação Trade Marketing no INDEG-IUL
- Directora Licenciatura em Gestão de Marketing no ISCTE-IUL

## 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

## Unidades Curriculares Lecionadas (no ano lectivo corrente)

Ano Letivo	Semestre	Nome da Unidade Curricular	Coordenador
2018/2019	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Não
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Sim
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Sim
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Sim
2018/2019	1º	Marketing Cultural	Sim
2018/2019	1º	Marketing Cultural	Sim
2018/2019	1º	Marketing Operacional	Sim
2018/2019	1º	Marketing Operacional	Sim
2018/2019	2º	Organização e Liderança na Administração Pública	Sim
2018/2019	2º	Gestão de Instituições Públicas	Sim
2018/2019	2º	Gestão de Comunicação	Sim

2018/2019	2º	Ferramentas de Comunicação	Sim
2018/2019	2º	Marketing Operacional	Sim

## Orientações

### • Teses de Doutoramento

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Sandra Sarabando Filipe	CRM	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
2	Orientador	Ana Teresa Almadanim	Luxury Brands	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

### • Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Frederico Coelho de Carvalho Morais	FATORES QUE LEVAM OS CONSUMIDORES A VISITAREM PARQUES TEMÁTICOS, DEDICADOS AOS ANIMAIS.	--	Em curso	ISCTE-IUL
2	Orientador	Maria Inês Cunha de Eça de Oliveira Martins	SERÁ A MÚSICA DE FUNDO NUM SUPERMERCADO IMPORTANTE? Influência que a música de fundo, num supermercado, tem no volume de vendas	--	Em curso	ISCTE-IUL
3	Orientador	Miguel Alexandre Conceição Santos	Plano de Marketing para as Perfumarias Lourdete	--	Em curso	ISCTE-IUL
4	Orientador	Miguel Emanuel Cordeiro do Amaral	"Retail & Entertainment, juntos pela Samsung"	--	Em curso	ISCTE-IUL
5	Orientador	João Pedro Dias Soares Santos	O merchandising e o layout das lojas da Ikea e como estes influenciam o comportamento do consumidor	--	Em curso	ISCTE-IUL

6	Orientador	Rita Fiúza Martins Rua	De uma forma geral, novas tendências alimentares estão cada vez mais presentes. As pessoas estão mais preocupadas em seguir um estilo de vida saudável, seguindo uma dieta padrão "livre de". Consequentemente, novos produtos aparecem no mercado, induzindo os consumidores em erro, com produtos e rótulos que aparentam ser a escolha perfeita para incluir na dieta. No entanto, esses produtos não são tão saudáveis como aparentam e tem na sua composição ingredientes prejudiciais à saúde. No entanto, se	--	Em curso	ISCTE-IUL
7	Orientador	Margarida Nunes Anastácio	City Branding - Aveiro: How worldwide tourists see Aveiro as a tourism destination?	--	Em curso	ISCTE-IUL
8	Orientador	Catarina Mendes Dias de Jesus	O Impacto do Rótulo das Garrafas de Vinho na Perceção do Consumidor	--	Em curso	ISCTE-IUL
9	Orientador	Carolina Vasconcelos Marcelino Loia Guerreiro	QUAIS SÃO OS FACTORES QUE TORNAM OS CLIENTES LEAIS NA CATEGORIA DOS IOGURTES - ESTUDO DO PINGO DOCE	--	Em curso	ISCTE-IUL
10	Orientador	Fábio Miguel Rodrigues Pinto	Plano de Marketing para um Serviço de Subscrição de Produtos Eletrónicos	--	Em curso	ISCTE-IUL
11	Orientador	Francisco Barros Martins de Jesus	Critérios de escolha de centros comerciais por parte dos consumidores	--	Em curso	ISCTE-IUL
12	Orientador	Márcia Silva Gonçalves	O PAPEL DE MARKETING RELACIONAL NA CONSTRUÇÃO DE PARCERIAS B2B NO SECTOR NÃO GOVERNAMENTAL	--	Em curso	ISCTE-IUL
13	Orientador	Inês Cristina dos Santos Marques	Revitalização de uma Marca	--	Em curso	ISCTE-IUL

**- Terminadas**

	<b>Tipo de Orientação</b>	<b>Nome do Estudante</b>	<b>Tópico</b>	<b>Língua</b>	<b>Instituição</b>	<b>Ano de Conclusão</b>
--	---------------------------	--------------------------	---------------	---------------	--------------------	-------------------------

1	Orientador	Tiago Miguel Pereira Fortunato	Acesso sobre posse: Uma análise geracional	Inglês	ISCTE-IUL	2019
2	Orientador	Rodrigo José Soares de Castro	A gestão do Word of Mouth: entre a praxis e a teoria	Português	ISCTE-IUL	2018
3	Orientador	Serenela Alves de Andrade	O papel dos Patrocinadores Principais nos Festivais de Música no Verão.	Inglês	ISCTE-IUL	2018
4	Orientador	António Miguel Dias Mateus	News sentiment e os investimentos em marketing: que relação?	Português	ISCTE-IUL	2018
5	Orientador	Joana Isabel Seródio Pardal	Impacto das alegações nutricionais e de saúde nos consumidores	Português	ISCTE-IUL	2017
6	Orientador	Ana Filipa Mendes Lourenço	Corporate Reputation in B2B Service Customers	Inglês	ISCTE-IUL	2016
7	Orientador	Maria Vitória Sá Quental de Melo Lindo	How Gender Affects the Buying-Decision Process Among Consumers of Luxury Goods	Inglês	ISCTE-IUL	2016
8	Orientador	Raquel Alexandra Fonseca Duran	A Importância das Ativações de Marca na Estratégias de Comunicação das Empresas	Português	ISCTE-IUL	2016
9	Orientador	Mariana de Pinho Duarte Ferreira da Silva	New Influencers - A Influência dos Bloggers de Moda na Decisão de Compra do Consumidor	Inglês	ISCTE-IUL	2016
10	Orientador	Teresa Mafalda de Mendonça e Moura Esteves Marcos	Story - Telling and Doing	Inglês	ISCTE-IUL	2015
11	Orientador	Kalen Elizabeth Vaughan	How International Nonprofit Organizations can use Facebook to Build Relationships with Potential Donors and Volunteers	Inglês	ISCTE-IUL	2015
12	Orientador	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-IUL	2015
13	Orientador	Cleide Azevedo Pinto de Abreu	Celebrity in the Mirror: The Role of Celebrity Endorsement in Male Grooming Communication	Inglês	ISCTE-IUL	2015
14	Orientador	Ana Catarina Afonso Lindeza	Os Cartões de Fidelização nas Farmácias Portuguesas	Português	ISCTE-IUL	2014

15	Orientador	Patrícia Alexandra Realinho Ramos	O Futuro das Marcas Nacionais no Retalho Alimentar - A perspetiva do consumidor	Português	ISCTE-IUL	2014
16	Orientador	Pedro Manuel Dias Sousa Cordeiro	Quais os Canais de Distribuição que Melhor se Adequam às Necessidades do Segmento sénior?	Português	ISCTE-IUL	2014
17	Orientador	Ana Sofia Mesquita Tavares Marques	The Influence of Olfactory Marketing on Clients Loyalty	Inglês	ISCTE-IUL	2013
18	Orientador	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-IUL	2013
19	Orientador	Catarina Alexandra da Rocha Fornelos	O impacto da Evolução Tecnológica no Mercado Livreiro	Português	ISCTE-IUL	2013
20	Orientador	Ivo dos Reis Moreira	Homecare em Nutrição Artificial - Uma solução para doentes, profissionais de saúde e hospitais	Português	ISCTE-IUL	2012
21	Orientador	Sílvia Rodrigues Cavalinhos	A Importância da Marca do Distribuidor no Mercado dos Electrodomésticos.	Português	ISCTE-IUL	2010
22	Orientador	Carina Maria Rolo Ferreira	A Qualidade do Serviço Prestado nas Farmácias Comunitárias: Expectativas e Percepções dos Clientes.	Português	ISCTE-IUL	2009

## • Projetos Finais de Mestrado

### - Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Patrícia Alexandra Sacramento da Costa Ventura	Há um novo player no mercado: Caso de estudo da entrada da Mercadona em Portugal	Inglês	ISCTE-IUL	2018
2	Orientador	António Serrenho do Carmo	Plano de Negócios: BOUTIQUE 0	Inglês	ISCTE-IUL	2018
3	Orientador	Sónia de Almeida Tomás Gonçalves	Potencial do Blended Learning em Mestrados para Executivos - Católica Lisbon School of Business and Economics	Português	ISCTE-IUL	2018
4	Orientador	Cátia Alexandra Rolo Guisado	Plano de Marketing para a marca GoGo squeeZ	Português	ISCTE-IUL	2018
5	Orientador	Daniel Loivos dos Santos	Plano de Marketing do lançamento de Redken Brews	Inglês	ISCTE-IUL	2018

6	Orientador	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-IUL	2018
7	Orientador	Rita Isabel Lança dos Santos	Uma Estratégia De Marketing Digital Para Uma Start-up De Fintech: Advicefront	Inglês	ISCTE-IUL	2018
8	Orientador	Madalena Maria Igreja Ferrari Sobral	The perfect Dose can be the Right Choice	Inglês	ISCTE-IUL	2017
9	Orientador	Tiago Bruno Lourinho Heleno Lopes	A Importância das Marcas Próprias e a sua Introdução numa Loja de Especialidade	Português	ISCTE-IUL	2017
10	Orientador	Rita Araújo Soromenho de Alvito	Pestana CR7 - Brand Concept Case Study.	Inglês	ISCTE-IUL	2017
11	Orientador	Miguel Filipe Duarte Castelão	A Marketing Plan to Hotel Castelão	Inglês	ISCTE-IUL	2017
12	Orientador	Pedro de Azeredo Coelho Matos Pereira	Marketing Plan. NOS Introducing Pay-Per-View	Inglês	ISCTE-IUL	2016
13	Orientador	Maria Leonor Nogueira de Paiva	A Communication Plan for a Portuguese Luxury Multibrand: Stivali	Inglês	ISCTE-IUL	2016
14	Orientador	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-IUL	2016
15	Orientador	Matilde Fonseca Tareco	A Social Media Marketing Plan for Quinta da Suratesta	Inglês	ISCTE-IUL	2016
16	Orientador	Alexandra Catarina Rosa Nicolau Galho	Retalho organizado VS Retalho independente	Português	ISCTE-IUL	2015
17	Orientador	Catarina Pina Fialho	Roger & Gallet Brand Repositioning	Inglês	ISCTE-IUL	2015
18	Orientador	Arthur Gabriel Araújo Jordão	Caso Pedagógico: Arquitectura de Marcas de Sonae Sierra	Português	ISCTE-IUL	2015
19	Orientador	Marta Barahona Simões da Fonseca Guimarães	Communication Plan for Skittles	Inglês	ISCTE-IUL	2015
20	Orientador	Rodrigo Gonçalves Martins	"Retailtainment" - Standing out in the portuguese sportswear market	Inglês	ISCTE-IUL	2014

21	Orientador	Ana Catarina Morgado Alves de Carvalho	Marketing plan for dance material supplier	Inglês	ISCTE-IUL	2014
22	Orientador	Ana Margarida Nunes Francisquinho	Consumer Attitudes and Perceptions Towards Medicine Types: Brand medicines versus generic medicines	Inglês	ISCTE-IUL	2013
23	Orientador	Nuno André Rosa Pereira	Portugal as an European Destination Reference in Senior Tourism	Inglês	ISCTE-IUL	2013
24	Orientador	Mariana Cláudia Simas Pinto	Surprise Gift Card. Plano de Marketing	Português	ISCTE-IUL	2013
25	Orientador	Yorete Marlene Campos de Azevedo	Primark's E-Marketing Plan	Inglês	ISCTE-IUL	2013
26	Orientador	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-IUL	2013
27	Orientador	Ana Luísa Costa Ferreira	Communication Plan of Sonae Sierra's Gift Card Surprise	Inglês	ISCTE-IUL	2013
28	Orientador	Mafalda Sofia Reis Franklin	Marketing Plan for the Lisbon Zoo	Inglês	ISCTE-IUL	2013
29	Orientador	Catarina Conde Rosa	In-Store Promotional Campaign - The impact of a New Fragrance	Inglês	ISCTE-IUL	2013
30	Orientador	Patrícia Alexandra Pedro das Dores	FrescosBio - Agricultura Urbana	Português	ISCTE-IUL	2012
31	Orientador	Luís Artur Sena Neto Fernandes Barata	Implementação de uma Marca Própria numa Cadeia Retalhista Regional - Caso Ponto Fresco SA	Português	ISCTE-IUL	2012
32	Orientador	Magda Raquel Pereira Genebra	Winning in a Crisis: Checkouts Model as a way of business growth at Mars Portugal	Inglês	ISCTE-IUL	2012
33	Orientador	André Filipe Pacheco Seabra	A Relação dos Programas de Fidelização e a Satisfação de Clientes ? O caso TMN	Português	ISCTE-IUL	2012
34	Orientador	Marisa Figueiredo de Oliveira	Creation of an integrated tasting plan in Hypermarkets	Inglês	ISCTE-IUL	2012
35	Orientador	Patrícia Neto Pena	Case Study: Corticeira Amorim as Portugal's Brand Ambassador	Inglês	ISCTE-IUL	2012
36	Orientador	João Paulo Caetano Sebastião	Estação de Rádio Infantil: Alegria da Rádio	Português	ISCTE-IUL	2012
37	Orientador	Ana Catarina Santos Rolo	Plano de Negócios Hotel do Templo	Português	ISCTE-IUL	2012



38	Orientador	Maria Cristina Duarte Agapito	A Gestão de Sortido	Português	ISCTE-IUL	2012
39	Orientador	David Cortes Ventura	Revitalização de uma Marca - O caso da marca Xau liquido concentrado	Português	ISCTE-IUL	2012
40	Orientador	Filipa Marques Serra Pereira	Marcas de Luxo em Portugal - Sucesso em contexto de crise económica	Português	ISCTE-IUL	2012
41	Orientador	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-IUL	2012
42	Orientador	Marta Isabel Nunes Rodrigues Martins	Segmentação dos Pontos de Venda - Aplicação da segmentação à rede de Lojas dos CTT - Correios de Portugal	Português	ISCTE-IUL	2012
43	Orientador	Bárbara Marques da Silva Jansen Verdades	O Crescimento dos Produtos de Marca Própria Caso Pedigree Dog Dry	Português	ISCTE-IUL	2012
44	Orientador	Margarida Laima Vilhena de Mendonça		--	ISCTE-IUL	2011
45	Orientador	Ana Sofia Fernandes Conceição Martins	Analisar e Propôr a Melhor Abordagem para Conquistar e Fidelizar Clientes na Área de Restauração em Portugal	--	ISCTE-IUL	2011
46	Orientador	Nuno Gonçalo Costa Fernandes Marques de Abreu	Análise do Perfil do Cliente Recheio e Desenvolvimento de um Sistema Promocional.	--	ISCTE-IUL	2011
47	Orientador	Susana Oliveira Gonçalves	O Impacto dos Cartões de Fidelidade no Comportamento de Compra do Consumidor. Uma Abordagem ao mercado retalhista	Português	ISCTE-IUL	2011
48	Orientador	Diana Filipa Delgado Marques	O Impacto e a Importância da Gestão de Categorias no Processo de decisão de Compra das Crianças.	--	ISCTE-IUL	2011
49	Orientador	Nara Geise Baltazar Ferreira		--	ISCTE-IUL	2011
50	Orientador	Honey Jaiantilal Bhanji	O Impacto da Aplicação do e-Commerce num Website	Português	ISCTE-IUL	2011
51	Orientador	Efraim José Tavares Tavares	Edição Online Sol.	Português	ISCTE-IUL	2010
52	Orientador	Ana Sofia da Costa Pinheiro Meneses Mesquita	Revitalização de uma Marca - O caso marca Sun.	Português	ISCTE-IUL	2010

53	Orientador	Ana Sofia Filipe Pereira	A Importância do Planeamento de Marketing: O caso de uma PME portuguesa.	Português	ISCTE-IUL	2010
54	Orientador	Diogo Miguel Parreira de Gouveia	Plano de Negócios U2B - Unidade de Negócio "Grupo de Farmácia" - universo empresarial UDIFAR.	Português	ISCTE-IUL	2010
55	Orientador	Alexandra Maria Portugal Galvão de Vasconcelos	Plano de Marketing Orthomol - Lançamento de uma Nova Gama de Produtos pela Empresa Raul Vieira, Lda.	Português	ISCTE-IUL	2010
56	Orientador	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-IUL	2009
57	Orientador	Mário Luís Pereira Cravidão	A Marca de Vinhos Regional Lisboa - O Plano de Comunicação Internacional.	Português	ISCTE-IUL	2009
58	Orientador	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-IUL	2009
59	Orientador	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-IUL	2009
60	Orientador	Rita Isabel Lourenço Farinha	Impacto das Marcas Próprias no Orçamento das Famílias.	Português	ISCTE-IUL	2009

## Total de Citações

<b>Web of Science®</b>	5
<b>Scopus</b>	20

## Publicações

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

1	Marques, S. H., Cardoso, M. G. M. S. & Lindeza, A. C. A. (2017). Do loyalty cards enhance loyalty in the pharmaceutical sector?. <i>Journal of Relationship Marketing</i> . 16 (2), 143-162
2	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. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> . 37, 78-88 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 3
3	Marques, S. H., Trindade, G. & Santos, M. (2016). The importance of atmospherics in the choice of hyper and supermarkets. <i>International Review of Retail, Distribution and Consumer Research</i> . 26 (1), 17-34 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 4
4	Brochado, A., Marques, S. & Mendes, P. (2015). Psychographic determinants of private-label adoption: a feasibility study in the Portuguese yogurt market. <i>Encontros Científicos - Tourism and Management Studies</i> . 11 (1), 136-145
5	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2013). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. <i>International Review of Retail, Distribution and Consumer Research</i> . 23 (4), 456-474 - N.º de citações Scopus: 13
6	Marques, S. & Santos, M. (2012). Store format influence on customer perception of the store environment. <i>International Journal of Applied Behavioral Economics (IJABE)</i> . 1 (4), 9-21

## • Conferências/Workshops e Comunicações

### - Publicação em atas de evento científico

1	Marques, S. H., Cardoso, M. G. M. S. & Ramos, P. A. R. (2018). Domestic brands in food retail: the consumer perspective. In <i>25th Recent Advances In Retailing And Services Science, EIRASS 2018</i> . Funchal
2	Marques, S. H. & Abreu, C. (2018). Celebrity in the mirror: the role of celebrity endorser in men's grooming communication. In <i>25th Recent Advances In Retailing And Services Science</i> . Funchal
3	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. In <i>International Conference on Business and Economic Development</i> . (pp. 68-78).: The Business & Management Review.
4	Miguel, L. & Marques, S. (2017). Produced of Portugal label as a quality cue compared with brand and certification procedures. The role of ethnocentrism in the fresh meat market. In <i>International Food Marketing Research Symposium</i> .
5	Pereira, H. G., Salgueiro, M. F. & Marques, S. H. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. In <i>International Conference on Business and Economic Development</i> . (pp. 374-384). Nova lorque: The Academy of Business and Retail Management (ABRM).
6	Silvia Cavalinhos & Marques, S. (2016). The impact of mobile devices on the shopping experience. In <i>Academy of Marketing 2016</i> . Newcastle
7	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. In <i>Academy of Marketing 2016</i> . Newcastle

8	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). Lisboa: Universidade Europeia.
9	Marques, S. (2016). The value of store choice criteria on consumer behavior. In 18th International Conference on Economics and Business Market Management. (pp. 2007-2011). Paris
10	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. In International Conference on Innovation & Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour 2016. Lisboa
11	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Corporate Social Responsibility: is it a pillar in relationships with customers?. In 4th MESD International Conference. Lisboa
12	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Customers' relationship with their main grocery retail: an empirical study in the Portuguese context. In LCBR European Marketing Conference 2015. Lisboa
13	Marques, S., Ana Lindeza & Cardoso, M. G. M. S. (2015). DO LOYALTY CARDS ENHANCE LOYALTY? A STUDY IN THE PORTUGUESE PHARMACEUTICAL SECTOR . In The Portuguese Marketing Conference 15. (pp. 31-31). Porto: IPAM.
14	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Social Responsibility in Purchase and Consumption: a study of the Portuguese Consumer Behaviour. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC. (pp. 436-450). Aveiro: Edições IPAM.
15	Marques, S. & Cardoso, Margarida G. M. S. (2014). The Influence of Olfactory Marketing on Clients' Loyalty. In XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica. Leiria
16	Brochado, A., Marques, S. & Mendes, P. (2014). Psychographic determinants of private label adoption - a feasibility study in the portuguese yogurt market. In Tourism & Management Studies International Conference. Olhão
17	Brochado, A., Mendes, P. & Marques, S. (2014). Private-label proneness: the case of yogurts. In Instituto Politécnico de Leiria (Ed.), Atas das XXIV JORNADAS LUSO-ESPANHOLAS DE GESTÃO CIENTÍFICA. (pp. 1-10). Leiria
18	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label: opportunity or threat?. In Global Brand Conference. Londres
19	Marques, S. & Nuno Pereira (2014). How to position Portugal as one of the main european destination references in senior tourism. In Tourism & Ageing Conference. Estoril
20	Brochado, A. & Marques, S. (2014). Understanding the private label prone shopper of yogurts . In 9th Global Brand Conference. (pp. 1-10).
21	Marques, S. & Freitas, M. (2013). The effect of servicescape in the health club industry. In 3rd Conference of the International Network of Business and Management Journals Conference. Lisboa
22	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). The impact of environmental factors in satisfaction. In 19th EIRASS Recent Advances in Reatiling & Services Science Conference. (pp. 0-0). Viena
23	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. In Paulo Rita (Ed.), 41th EMAC Conference, Lisboa, Portugal. (pp. 0-0). Lisboa

24	Susana Maria dos Santos Henriques Marques, Maria da Conceição Vieira Sarrico dos Santos & Rita Cameira (2011). Store Format Influence On Customer Perception of the Store. In 18th EIRASS Recent Advances in Retailing & Services Science Conference Proceedings. (pp. 0-0).
25	Marques, S. & Freitas, M. (2010). Distribution Management in the Health Club Industry. In 17th EIRASS. (pp. 0-0). Istambul

#### - Comunicação em evento científico

1	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.
2	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.
3	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.
4	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Development.
5	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 Development.
6	Marques, S. (2016). The value of store choice criteria on perceived patronage intentions. 18th International Conference on Economics and Business Market Management.
7	Silvia Cavalinhos & Marques, S. (2016). The impact of mobile devices on the shopping experience. Academy of Marketing 2016.
8	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. Academy of Marketing 2016.
9	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.
10	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.
11	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Corporate Social Responsibility: is it a pillar in relationships with customers?. 4th MESD International Conference.
12	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.
13	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Social Responsibility in Purchase and Consumption: a study of the Portuguese Consumer Behaviour. International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC. 436-450
14	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.

15	Marques, S. & Cardoso, Margarida G. M. S. (2014). The Influence of Olfactory Marketing on Clients' Loyalty. XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.
16	Brochado, A., Mendes, P. & Marques, S. (2014). Private-label proneness: the case of yogurts . XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.
17	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label: opportunity or threat?. 9th Global Brand Conference.
18	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Understanding the private label prone shopper of yogurts. 9th Global Brand Conference.
19	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.
20	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
21	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label proneness: the case of yogurts. XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.
22	Marques, S. & Cardoso, M. (2014). The influence of olfactory marketing on client's loyalty . XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.
23	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label: opportunity or threat?. Global Brand Conference.
24	Marques, S. & Nuno Pereira (2014). How to position Portugal as one of the main european destination references in senior tourism. Tourism & Ageing Conference.
25	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.
26	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.
27	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). The Impact of Environmental Factors in Satisfaction. 19th EIRASS.
28	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. 41th EMAC Conference, Lisboa, Portugal. 0-0
29	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. 41th EMAC.
30	Marques, S., Santos, M. & Rita Cameira (2011). Store Format Influence on Customer Perception of the Store. 18th EIRASS.
31	Marques, S. & Freitas, M. (2010). Distribution Management in the Health Club Industry. 17th EIRASS. 0-0
32	Marques, S. & Freitas, M. (2010). Distribution Management in the Health Club Industry. 1st EMAC Regional Conference.
33	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.

34	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).
----	--

**- Artigo não publicado nas atas da conferência**

1	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.
---	---

**• Outras Publicações**

**- Recensão de obra em revista**

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

Coordenadora da Pós Graduação em Marketing Management (2019 - 2020)  
Unidade/Área: Gestão de Marketing

Coordenadora da unidade curricular Organização e Liderança na Administração Pública (2019)  
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenadora da unidade curricular Marketing Operacional (2019)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Ferramentas de Comunicação (2019)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Gestão de Comunicação (2019)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenadora da unidade curricular Gestão de Instituições Públicas (2019) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora da Pós Graduação em Marketing Management (2018 - 2019) Unidade/Área: Gestão de Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Cultural (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão (2018) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Marketing Operacional (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Marketing (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia (2018) Unidade/Área: Tecnologia, Produção e Operações
Membro do Plenário da Comissão Científica da Escola de Gestão (2018 - 2022) Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica
Directora do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (2018 - 2022) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral
Membro da Comissão Permanente da Comissão Científica da Escola de Gestão (2018 - 2022) Unidade/Área: Comissão Científica
Presidente da Comissão Permanente da Comissão Científica do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (2018 - 2022) Unidade/Área: Comissão Científica
Coordenadora da unidade curricular Ferramentas de Comunicação (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Operacional (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Gestão de Canais de Distribuição (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Gestão de Comunicação (2018) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia (2017) Unidade/Área: Tecnologia, Produção e Operações
Directora da Pós Graduação em Marketing Management (2017 - 2018) Unidade/Área: Gestão de Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Operacional (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão (2017) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Marketing (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Marketing Operacional (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenadora da unidade curricular Ferramentas de Comunicação (2017) Unidade/Área: Marketing



<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing Internacional (2017) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Directora da Pós Graduação em Marketing Management (2016 - 2017) Unidade/Área: Gestão de Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Marketing (2016) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing Internacional (2016) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2.º Ciclo - Ch) (2016) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia (2016) Unidade/Área: Tecnologia, Produção e Operações</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Ferramentas de Comunicação (2016) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing Internacional (2016) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Gestão (2015) Unidade/Área: Gestão Geral</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Marketing (2015) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Gestão do Marketing (2.º Ciclo - Ch) (2015) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Marketing Estratégico (2014) Unidade/Área: Área Científica INDEG-IUL</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Seminário de Investigação em Marketing (2014) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Coordenadora da unidade curricular Estratégia e Planeamento de Marketing (2014) Unidade/Área: Marketing</p>
<p>Membro da Comissão Permanente da Comissão Científica da Escola de Gestão (2014 - 2018) Unidade/Área: Comissão Científica</p>
<p>Directora do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (2014 - 2018) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral</p>
<p>Presidente da Comissão Permanente da Comissão Científica do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (2014 - 2018) Unidade/Área: Comissão Científica</p>