

**Aviso:** [2024-11-21 13:32] 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

### Professora Associada

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

### Investigadora Associada

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



## Contactos

<b>E-mail</b>	susana.marques@iscte-iul.pt
<b>Gabinete</b>	D4.18
<b>Telefone</b>	217650461 (Ext: 220539)
<b>Cacifo</b>	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.
2024/2025	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas; Mestrado em Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Sim
2024/2025	1º	Estratégia de Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	1º	Marketing Digital e E-Business	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2023/2024	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim

2023/2024	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2023/2024	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2023/2024	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas; Mestrado em Gestão;	Sim
2023/2024	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Sim
2023/2024	1º	Estratégia de Marketing	Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing;	Sim
2023/2024	1º	Marketing Digital e E-Business	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2023/2024	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2023/2024	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2022/2023	2º	Gestão de Instituições Públicas	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2022/2023	2º	Dissertação em Gestão	Mestrado em Gestão;	Sim
2022/2023	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2022/2023	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2022/2023	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2022/2023	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas; Mestrado em Gestão;	Sim
2022/2023	1º	Dissertação em Gestão	Mestrado em Gestão;	Sim
2022/2023	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Sim
2022/2023	1º	Seminário de Projeto de Investigação em Gestão Internacional	Mestrado em Gestão Internacional;	Sim
2022/2023	1º	Marketing em Mercados da Arte	Mestrado em Mercados da Arte; Mestrado em Gestão de Arte e Património Cultural em Mercados Globais;	Sim
2022/2023	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim

2021/2022	2º	Gestão de Instituições Públicas	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2021/2022	2º	Dissertação em Gestão	Mestrado em Gestão;	Sim
2021/2022	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2021/2022	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2021/2022	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing Relacional e Comunicação; Curso de Pós Graduação em Key Account Management; Curso de Pós Graduação em Sales Management; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Gestão de Marcas;	Sim
2021/2022	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas; Mestrado em Gestão;	Sim
2021/2022	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Sim
2021/2022	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura; Mestrado em Empreendedorismo e Estudos da Cultura; Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura; Curso Institucional em Escola de Gestão; Mestrado em Gestão de Mercados de Arte;	Sim
2021/2022	1º	Seminário de Projeto de Investigação em Gestão Internacional	Mestrado em Gestão Internacional;	Sim
2021/2022	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2020/2021	2º	Organização e Liderança na Administração Pública	Mestrado em Administração e Políticas Públicas;	Sim
2020/2021	2º	Gestão de Instituições Públicas	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2020/2021	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2020/2021	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim

2020/2021	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing Relacional e Comunicação; Curso de Pós Graduação em Key Account Management; Curso de Pós Graduação em Sales Management; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Gestão de Marcas;	Sim
2020/2021	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas; Mestrado em Gestão;	Sim
2020/2021	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Sim
2020/2021	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura; Mestrado em Empreendedorismo e Estudos da Cultura; Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura; Curso Institucional em Escola de Gestão; Mestrado em Gestão de Mercados de Arte;	Sim
2020/2021	1º	Seminário de Projeto de Investigação em Gestão Internacional	Mestrado em Gestão Internacional;	Sim
2020/2021	1º	Marketing em Mercados da Arte	Mestrado em Mercados da Arte; Mestrado em Gestão de Arte e Património Cultural em Mercados Globais;	Sim
2020/2021	1º	Strategic Marketing	Outro em Programa Aplicado Online em Inovação em Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2019/2020	2º	Gestão de Instituições Públicas	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2019/2020	2º	Ferramentas de Comunicação		Sim
2019/2020	2º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	Sim
2019/2020	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing Relacional e Comunicação; Curso de Pós Graduação em Key Account Management; Curso de Pós Graduação em Sales Management; Curso de Pós Graduação em Marketing; Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto; Curso de Pós Graduação em Gestão de Marcas;	Sim
2019/2020	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas; Mestrado em Gestão;	Sim

2019/2020	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Sim
2019/2020	1º	Marketing Cultural	Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura; Mestrado em Empreendedorismo e Estudos da Cultura; Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura; Curso Institucional em Escola de Gestão; Mestrado em Gestão de Mercados de Arte;	Sim
2019/2020	1º	Marketing Operacional	Licenciatura em Marketing; Licenciatura em Gestão de Marketing; Licenciatura em Gestão;	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-IUL
2	Sandra Sarabando Filipe	CRM	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
3	Ana Teresa Almadanim	Luxury Brands	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

#### - 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-IUL	2022
2	Sílvia Rodrigues Cavalinhos	The Impact of mobile devices in the in-store shopping experience	Inglês	ISCTE-IUL	2022
3	Luís Pedro da Rocha Miguel	The influence of ethnocentrism on consumer behaviour and purchase intention of domestic fruit and vegetable	Inglês	ISCTE-IUL	2021
4	Maria Helena Dias Proença	The application of social media for marketing strategies in pharma healthcare	Inglês	ISCTE-IUL	2019
5	Sandra Sarabando Filipe	Consumer's perception of corporate social responsibility as key to successful relationships with grocery retailers	Inglês	ISCTE-IUL	2016
6	Sílvia Rodrigues Cavalinhos	The impact of mobile devices on the in-store shopping experience	Inglês	ISCTE-IUL	2015

7	Luís Pedro da Rocha Miguel	The influence of ethnocentrism on consumer behaviour and purchase intention of domestic fruit and vegetables	Inglês	ISCTE-IUL	2015
8	Sandra Sarabando Filipe	Consumer´s perception of corporate social responsibility as key to successful relationships with grocery retailers	Inglês	ISCTE-IUL	2010

## • Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Catarina Isabel Amaro Romão	Percepção dos Consumidores Portugueses sobre Bookstagrammers	--	Entregue	ISCTE-IUL
2	Maria Teresinha Aragão Lorga	Comunicação Interna e Work Engagement na Siemens Portugal: Eficácia e propostas de melhoria	--	Entregue	ISCTE-IUL
3	Daniela de Jesus Gameiro	O papel do Retail Media na criação do sentimento de Loyalty nos clientes	--	Em curso	ISCTE-IUL
4	Beatriz Carvalho Pinho Quaresma	A influência dos vídeos virais do TikTok na reputação das marcas	--	Em curso	ISCTE-IUL
5	Laura Alexandra Vicente Marques Fernandes	Futuro das Fashion Luxury Brands: num mundo de fast fashion na era da sustentabilidade	--	Em curso	ISCTE-IUL
6	Cidália da Cruz Morais Custódio	Do Exclusivo ao Partilhado: O Impacto dos Serviços de Subscrição nas Atitudes dos Consumidores de Moda de Luxo	--	Entregue	ISCTE-IUL
7	João Miguel Rolim Vicente dos Santos Barbosa	Mercados E-commerce de consumidor para consumidor	--	Em curso	ISCTE-IUL
8	Fábio Heleno Coelho	Crítérios de escolha de super e hipermercados considerados pelos consumidores	--	Em curso	ISCTE-IUL
9	Daniela Filipa Lopes Bento	O Papel das Marcas Pessoais na criação de negócios próprios por influenciadores	--	Em curso	ISCTE-IUL
10	Matilde dos Reis Mendes Amaro da Costa	Quais são as implicações para a ética do marketing digital?	--	Em curso	ISCTE-IUL
11	Diogo da Rosa Bandeira	Co-Branding: Oportunidades e Benefícios	--	Em curso	ISCTE-IUL
12	Maria Inês Correia da Cruz	Pop-Up Stores inovadoras	--	Em curso	ISCTE-IUL

13	Madalena Camelo Prazeres	Influência do Marketing Sensorial no Ambiente Digital	--	Entregue	ISCTE-IUL
14	Inês Madeira Loureiro	A Utilização do Humor na Estratégia de Comunicação das Marcas no Instagram: O Caso da Control Portugal e da Durex Portugal	--	Entregue	ISCTE-IUL
15	João Ricardo Alves Ferreira	O Impacto da Marca Própria no Índice de Rentabilidade das Empresas de Retalho	--	Em curso	ISCTE-IUL

#### - Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	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-IUL	2023
2	Nicole Alexandra Claro Varela	Comportamento do Consumidor: Produtos Sustentáveis em Tempos de Crise Económica	Português	ISCTE-IUL	2023
3	João Eduardo Martins Ilha	O impacto de patrocinar na Fórmula 1	Inglês	ISCTE-IUL	2023
4	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-IUL	2023
5	Ana Rita Branco de Vasconcelos	A influência da marca pessoal na intenção de compra dos consumidores	Português	ISCTE-IUL	2022
6	Maria Garcia Henriques	Estratégias de digital marketing usadas pelas marcas de luxo	Inglês	ISCTE-IUL	2022
7	Joana Paisana Morais	Indústria Cosmética: mudanças no comportamento do consumidor e o impacto da COVID-19	Inglês	ISCTE-IUL	2022
8	Rita Patacão Cavaleiro Ângelo	Fast fashion vs. Slow fashion: Qual o futuro?	Inglês	ISCTE-IUL	2022
9	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-IUL	2022
10	Fernando Manuel Bemposta Pires	O que as marcas próprias podem fazer para subir na perceção de qualidade dos consumidores, no retalho alimentar	Inglês	ISCTE-IUL	2022



11	Ana Cristina Xarepe Barroso da Silva Santo	A hora de dar voz à Marca "Azeite de Portugal"- Plano de Comunicação	Português	ISCTE-IUL	2022
12	Mariana Simões Monteiro	Marketing Relacional e a sua influência na fidelização de clientes no setor do retalho alimentar	Português	ISCTE-IUL	2022
13	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-IUL	2022
14	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-IUL	2022
15	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-IUL	2022
16	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-IUL	2022
17	Maria do Carmo Cabral de Novaes e Ataíde	Comportamento do Consumidor: NETFLIX	Português	ISCTE-IUL	2021
18	Mafalda dos Santos Tiago	O Impacto do Retailtainment nas Intenções de Compra	Inglês	ISCTE-IUL	2021
19	Inês Sofia de Sousa Hígino Claudino	Impacto do Marketing Relacional e dos Anúncios Publicitários Televisivos no Brand Awareness e Intenção de Compra dos Grandes Retalhistas	Português	ISCTE-IUL	2021
20	Frederico José Almeida de Colaço Valarinho	Word-of-mouth negativo (NWOM): como evitar e responder a feedback online negativo	Inglês	ISCTE-IUL	2021
21	Diogo Alexandre Afonso Luís	A Influência da Embalagem na Intenção de Compra do Consumidor de Cerveja Artesanal	Inglês	ISCTE-IUL	2021
22	Beatriz Silva Febra	O comportamento do consumidor e o impacto do Marketing Digital na compra online de vinho	Português	ISCTE-IUL	2021
23	Raquel Ventura Caretas	A imprensa escrita e o marketing de influência: o impacto dos digital influencers nas revistas femininas portuguesas	Português	ISCTE-IUL	2021

24	Marine Gazan	O papel do brownfield cultural na vida noturna parisiense: um foco em suas ofertas e sustentabilidade.	Inglês	ISCTE-IUL	2021
25	Rita Fiúza Martins Rua	Falsos Produtos Saudáveis no Mercado Alimentar: Impacto do Marketing e Rotulagem no Comportamento do Consumidor	Inglês	ISCTE-IUL	2021
26	Catarina Mendes Dias de Jesus	Bebemos com os olhos?O Impacto do Rótulo Frontal das Garrafas de Vinho na Perceção do Consumidor	Português	ISCTE-IUL	2021
27	Marine Gazan	The role of cultural brownfield in the Parisian nightlife: A focus on their offers and sustainability.	Inglês	ISCTE-IUL	2021
28	Maria Margarida Mariano Dias	O Papel do Tenant Mix na definição do Posicionamento e Imagem dos Centros Comerciais	Inglês	ISCTE-IUL	2020
29	Rita Paiva Neves	Os efeitos dos micro e macro-influenciadores nas campanhas de cuidado de pele no Instagram	Inglês	ISCTE-IUL	2020
30	Catarina Jorge da Fonseca Anjos	O Impacto do Marketing de Influência no Instagram no Setor da Restauração	Inglês	ISCTE-IUL	2020
31	Inês Santos do Carmo	Marketing Experiencial e a sua Influência no Consumidor - O Caso Nespresso	Português	ISCTE-IUL	2020
32	Cristiana Sofia Vieira da Silva	Um Plano de Comunicação para a Landescape: uma Agência de Viagens de Cultura e Aventura Portuguesa	Inglês	ISCTE-IUL	2020
33	Marina Alexandra Silva Gomes	O Papel dos Influenciadores Digitais na Intenção de Compra dos Consumidores na Moda	Inglês	ISCTE-IUL	2020
34	Teresa Raquel Leiria da Silva Barrau	Marketing Digital e as Marcas de Luxo	Português	ISCTE-IUL	2020
35	Francisco Barros Martins de Jesus	Crterios de Escolha de Centros Comerciais por parte dos Consumidores	Português	ISCTE-IUL	2019
36	Frederico Coelho de Carvalho Morais	Fatores que levam os Consumidores a Visitarem Parques Temáticos, Dedicados aos Animais	Português	ISCTE-IUL	2019
37	Lorena Silveira Batista Genú	Marketing digital: Como o mercado de beleza mudou com o surgimento de influenciadores digitais	Inglês	ISCTE-IUL	2019
38	Márcia Silva Gonçalves	O Papel do Marketing Relacional na Construção de Relações B2B no Setor sem Fins Lucrativos	Inglês	ISCTE-IUL	2019

39	Maria Inês Cunha de Eça de Oliveira Martins	Impacto da Música Ambiente nas Vendas de Hipermercados	Português	ISCTE-IUL	2019
40	Gustavo Henrique Gontijo Genú	Um Plano de Marketing Digital para Dona Laranja: Criando uma nova marca de suco usando Mídia Social	Inglês	ISCTE-IUL	2019
41	Tiago Miguel Pereira Fortunato	Acesso sobre posse: Uma análise geracional	Inglês	ISCTE-IUL	2019
42	Lorena Silveira Batista Genú	Digital marketing: How the beauty market has changed with the emergence of digital influencers	Inglês	ISCTE-IUL	2019
43	Márcia Silva Gonçalves	The role of relationship marketing on building B2B partnerships on the non-profit sector	Inglês	ISCTE-IUL	2019
44	Gustavo Henrique Gontijo Genú	A Digital Marketing Plan for Dona Laranja: Creating a New Juice Brand Using Social Media	Inglês	ISCTE-IUL	2019
45	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-IUL	2019
46	Margarida Nunes Anastácio	City Branding - Aveiro: How Aveiro is perceived by its Residents and Tourists?	Inglês	ISCTE-IUL	2019
47	Tiago Miguel Pereira Fortunato	Access over ownership: A generational analysis	Inglês	ISCTE-IUL	2019
48	Rodrigo José Soares de Castro	A gestão do Word of Mouth: entre a praxis e a teoria	Português	ISCTE-IUL	2018
49	Serenela Alves de Andrade	O papel dos Patrocinadores Principais nos Festivais de Música no Verão.	Inglês	ISCTE-IUL	2018
50	António Miguel Dias Mateus	News sentiment e os investimentos em marketing: que relação?	Português	ISCTE-IUL	2018
51	Serenela Alves de Andrade	The Role of Naming Sponsors in Summer Music Festivals.	Inglês	ISCTE-IUL	2018
52	Patrícia Alexandra Sacramento da Costa Ventura	THERE'S A NEW PLAYER IN TOWN: A CASE STUDY OF MERCADONA'S ENTRANCE IN PORTUGAL	Inglês	ISCTE-IUL	2018
53	Rita Isabel Lança dos Santos	A Digital Marketing Strategy In A Fintech Start-up: Advicefront	Inglês	ISCTE-IUL	2018
54	António Serrenho do Carmo	Business Plan: BOUTIQUE 0	Inglês	ISCTE-IUL	2018
55	Daniel Loivos dos Santos	Marketing Plan for the launch of Redken Brews	Inglês	ISCTE-IUL	2018
56	Joana Isabel Serôdio Parda	Impacto das alegações nutricionais e de saúde nos consumidores	Português	ISCTE-IUL	2017

57	Ana Filipa Mendes Lourenço	Corporate Reputation in B2B Service Customers	Inglês	ISCTE-IUL	2016
58	Maria Vitória Sá Quintal de Melo Lindo	How Gender Affects the Buying-Decision Process Among Consumers of Luxury Goods	Inglês	ISCTE-IUL	2016
59	Raquel Alexandra Fonseca Duran	A Importância das Ativações de Marca na Estratégias de Comunicação das Empresas	Português	ISCTE-IUL	2016
60	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
61	Teresa Mafalda de Mendonça e Moura Esteves Marcos	Story - Telling and Doing	Inglês	ISCTE-IUL	2015
62	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
63	Kalen Elizabeth Vaughan	How International Nonprofit Organizations can use Facebook to Build Relationships with Potential Donors and Volunteers	Inglês	ISCTE-IUL	2015
64	Cleide Azevedo Pinto de Abreu	Celebrity in the Mirror: The Role of Celebrity Endorsement in Male Grooming Communication	Inglês	ISCTE-IUL	2015
65	Joséphine Gaspar Lopes	Marketing Plan for Workshop and Accessories area of Proóptica	Inglês	ISCTE-IUL	2015
66	Ana Catarina Afonso Lindeza	Os Cartões de Fidelização nas Farmácias Portuguesas	Português	ISCTE-IUL	2014
67	Patrícia Alexandra Realinho Ramos	O Futuro das Marcas Nacionais no Retalho Alimentar - A perspetiva do consumidor	Português	ISCTE-IUL	2014
68	Pedro Manuel Dias Sousa Cordeiro	Quais os Canais de Distribuição que Melhor se Adequam às Necessidades do Segmento sénior?	Português	ISCTE-IUL	2014
69	Ana Sofia Mesquita Tavares Marques	The Influence of Olfactory Marketing on Clients Loyalty	Inglês	ISCTE-IUL	2013
70	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
71	Catarina Alexandra da Rocha Fornelos	O impacto da Evolução Tecnológica no Mercado Livreiro	Português	ISCTE-IUL	2013
72	Ivo dos Reis Moreira	Homecare em Nutrição Artificial - Uma solução para doentes, profissionais de saúde e hospitais	Português	ISCTE-IUL	2012

73	Sílvia Rodrigues Cavalinhos	A Importância da Marca do Distribuidor no Mercado dos Electrodomésticos.	Português	ISCTE-IUL	2010
74	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

### - Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Beatriz Martinho de Sousa	Plano de Marketing do seguro Fidelidade Casa Mais	--	Entregue	ISCTE-IUL

### - Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	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-IUL	2023
2	Joana Dias Malcato	O papel da arquitetura de marca na equidade de marca: Caso de Estudo do Pestana Hotel Group	Inglês	ISCTE-IUL	2023
3	Beatriz Maria Esaguy Fernandes dos Santos	O impacto do marketing de influência na autoestima e imagem corporal das mulheres	Inglês	ISCTE-IUL	2023
4	Sandra Maria Ribeiro Gaspar	Marie Kondo, a especialista em organização minimalista, abre uma loja online. Foi esta uma decisão de gestão acertada?	Português	ISCTE-IUL	2022
5	Débora Brito Ribeiro	Plano de Marketing de Social Media para a Quinta do Boição	Português	ISCTE-IUL	2021
6	Ana Sofia Ferreira de Almeida	Plano de comunicação para a agência de viagens: Portugal With	Inglês	ISCTE-IUL	2021
7	Marta Hidalgo Pidemont	Programa de Fidelização para o canal E-commerce da Delta Q no Brasil	Inglês	ISCTE-IUL	2020
8	Fábio Miguel Rodrigues Pinto	Plano de Marketing de um Serviço de Subscrição de Produtos Eletrónicos	Português	ISCTE-IUL	2020
9	Catarina Alexandra Vieira Morcela	Como é que os consumidores reagem às diferentes Marcas Próprias?	Inglês	ISCTE-IUL	2020
10	Maria Teresa de Magalhães Fleming Pessoa Gaspar	A Presença da Saint-Gobain Weber no Mercado das Grandes Superfícies de Bricolage	Português	ISCTE-IUL	2020

11	Inês Cristina dos Santos Marques	Revitalização de uma Marca - O Caso da Marca Pato Real	Português	ISCTE-IUL	2020
12	Carolina Vasconcelos Marcelino Loia Guerreiro	Quais são os Fatores que Tornam os Clientes Leais na Categoria dos Iogurtes - Estudo do Pingo Doce	Inglês	ISCTE-IUL	2019
13	João Pedro Dias Soares Santos	De que modo o Merchandising e o Layout das Lojas IKEA influenciam o comportamento do consumidor?	Inglês	ISCTE-IUL	2019
14	Margarida Nunes Anastácio	Branding da cidade - Aveiro: Como Aveiro é percebida pelos seus residentes e turistas?	Inglês	ISCTE-IUL	2019
15	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
16	António Serrenho do Carmo	Plano de Negócios: BOUTIQUE 0	Inglês	ISCTE-IUL	2018
17	Sónia de Almeida Tomás Gonçalves	Potencial do Blended Learning em Mestrados para Executivos - Católica Lisbon School of Business and Economics	Português	ISCTE-IUL	2018
18	Cátia Alexandra Rolo Guisado	Plano de Marketing para a marca GoGo squeeZ	Português	ISCTE-IUL	2018
19	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
20	Daniel Loivos dos Santos	Plano de Marketing do lançamento de Redken Brews	Inglês	ISCTE-IUL	2018
21	Rita Isabel Lança dos Santos	Uma Estratégia De Marketing Digital Para Uma Start-up De Fintech: Advicefront	Inglês	ISCTE-IUL	2018
22	Madalena Maria Igreja Ferrari Sobral	The perfect Dose can be the Right Choice	Inglês	ISCTE-IUL	2017
23	Tiago Bruno Lourinho Heleno Lopes	A Importância das Marcas Próprias e a sua Introdução numa Loja de Especialidade	Português	ISCTE-IUL	2017
24	Rita Araújo Soromenho de Alvito	Pestana CR7 - Brand Concept Case Study.	Inglês	ISCTE-IUL	2017
25	Miguel Filipe Duarte Castelão	A Marketing Plan to Hotel Castelão	Inglês	ISCTE-IUL	2017
26	Maria Leonor Nogueira de Paiva	A Communication Plan for a Portuguese Luxury Multibrand: Stivali	Inglês	ISCTE-IUL	2016
27	Pedro de Azeredo Coelho Matos Pereira	Marketing Plan. NOS Introducing Pay-Per-View	Inglês	ISCTE-IUL	2016
28	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

29	Matilde Fonseca Tareco	A Social Media Marketing Plan for Quinta da Suratesta	Inglês	ISCTE-IUL	2016
30	Alexandra Catarina Rosa Nicolau Gralho	Retalho organizado VS Retalho independente	Português	ISCTE-IUL	2015
31	Catarina Pina Fialho	Roger & Gallet Brand Repositioning	Inglês	ISCTE-IUL	2015
32	Arthur Gabriel Araújo Jordão	Caso Pedagógico: Arquitectura de Marcas de Sonae Sierra	Português	ISCTE-IUL	2015
33	Marta Barahona Simões da Fonseca Guimarães	Communication Plan for Skittles	Inglês	ISCTE-IUL	2015
34	Rodrigo Gonçalves Martins	"Retailtainment" - Standing out in the portuguese sportswear market	Inglês	ISCTE-IUL	2014
35	Ana Catarina Morgado Alves de Carvalho	Marketing plan for dance material supplier	Inglês	ISCTE-IUL	2014
36	Ana Margarida Nunes Francisquinho	Consumer Attitudes and Perceptions Towards Medicine Types: Brand medicines versus generic medicines	Inglês	ISCTE-IUL	2013
37	Nuno André Rosa Pereira	Portugal as an European Destination Reference in Senior Tourism	Inglês	ISCTE-IUL	2013
38	Mariana Cláudia Simas Pinto	Surprise Gift Card. Plano de Marketing	Português	ISCTE-IUL	2013
39	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
40	Yorete Marlene Campos De Azevedo	Primark's E-Marketing Plan	Inglês	ISCTE-IUL	2013
41	Ana Luísa Costa Ferreira	Communication Plan of Sonae Sierra's Gift Card Surprise	Inglês	ISCTE-IUL	2013
42	Mafalda Sofia Reis Franklin	Marketing Plan for the Lisbon Zoo	Inglês	ISCTE-IUL	2013
43	Catarina Conde Rosa	In-Store Promotional Campaign - The impact of a New Fragrance	Inglês	ISCTE-IUL	2013
44	Patrícia Alexandra Pedro das Dores	FrescosBio - Agricultura Urbana	Português	ISCTE-IUL	2012
45	Luís Artur Sena Neto Fernandes Barata	Implementação de uma Marca Própria numa Cadeia Retalhista Regional - Caso Ponto Fresco SA	Português	ISCTE-IUL	2012
46	Magda Raquel Pereira Genebra	Winning in a Crisis: Checkouts Model as a way of business growth at Mars Portugal	Inglês	ISCTE-IUL	2012
47	André Filipe Pacheco Seabra	A Relação dos Programas de Fidelização e a Satisfação de Clientes ? O caso TMN	Português	ISCTE-IUL	2012

48	Marisa Figueiredo de Oliveira	Creation of an integrated tasting plan in Hypermarkets	Inglês	ISCTE-IUL	2012
49	Patrícia Neto Pena	Case Study: Corticeira Amorim as Portugal's Brand Ambassador	Inglês	ISCTE-IUL	2012
50	João Paulo Caetano Sebastião	Estação de Rádio Infantil: Alegria da Radio	Português	ISCTE-IUL	2012
51	Ana Catarina Santos Rolo	Plano de Negócios Hotel do Templo	Português	ISCTE-IUL	2012
52	Maria Cristina Duarte Agapito	A Gestão de Sortido	Português	ISCTE-IUL	2012
53	David Cortes Ventura	Revitalização de uma Marca - O caso da marca Xau liquido concentrado	Português	ISCTE-IUL	2012
54	Filipa Marques Serra Pereira	Marcas de Luxo em Portugal - Sucesso em contexto de crise económica	Português	ISCTE-IUL	2012
55	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
56	Bárbara Marques da Silva Jansen Verdades	O Crescimento dos Produtos de Marca Própria Caso Pedigree Dog Dry	Português	ISCTE-IUL	2012
57	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
58	Margarida Laima Vilhena de Mendonça		--	ISCTE-IUL	2011
59	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
60	Nuno Gonçalo Costa Fernandes Marques de Abreu	Análise do Perfil do Cliente Recheio e Desenvolvimento de um Sistema Promocional.	--	ISCTE-IUL	2011
61	Diana Filipa Delgado Marques	O Impacto e a Importância da Gestão de Categorias no Processo de decisão de Compra das Crianças.	--	ISCTE-IUL	2011
62	Susana Oliveira Gonçalves	O Impacto dos Cartões de Fidelidade no Comportamento de Compra do Consumidor. Uma Abordagem ao mercado retalhista	Português	ISCTE-IUL	2011
63	Nara Geise Baltazar Ferreira		--	ISCTE-IUL	2011
64	Honey Jaiantilal Bhanji	O Impacto da Aplicação do e-Commerce num Website	Português	ISCTE-IUL	2011
65	Efraim José Tavares Tavares	Edição Online Sol.	Português	ISCTE-IUL	2010



66	Ana Sofia da Costa Pinheiro Meneses Mesquita	Revitalização de uma Marca - O caso marca Sun.	Português	ISCTE-IUL	2010
67	Diogo Miguel Parreira de Gouveia	Plano de Negócios U2B - Unidade de Negócio "Grupo de Farmácia" - universo empresarial UDIFAR.	Português	ISCTE-IUL	2010
68	Ana Sofia Filipe Pereira	A Importância do Planeamento de Marketing: O caso de uma PME portuguesa.	Português	ISCTE-IUL	2010
69	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
70	Mário Luís Pereira Cavidão	A Marca de Vinhos Regional Lisboa - O Plano de Comunicação Internacional.	Português	ISCTE-IUL	2009
71	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
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-IUL	2009
73	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
74	Rita Isabel Lourenço Farinha	Impacto das Marcas Próprias no Orçamento das Famílias.	Português	ISCTE-IUL	2009

## Total de Citações

<b>Web of Science®</b>	164
<b>Scopus</b>	207

## Publicações

### • Revistas Científicas - Artigo em revista científica

1	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
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Web of Science®: 7</li> <li>- N.º de citações Scopus: 8</li> <li>- N.º de citações Google Scholar: 14</li> </ul>
2	<p>Cavalinhos, S., Salgueiro, M. F. &amp; Marques, S. (2023). Mobile devices usage in retail setting: Gender and generation preferences. <i>International Journal of Retail &amp; Distribution Management</i>. 51 (13), 64-80</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Web of Science®: 2</li> <li>- N.º de citações Scopus: 1</li> </ul>
3	<p>Carmo, I. S. do., Marques, S. &amp; Dias, Á. (2022). The influence of experiential marketing on customer satisfaction and loyalty. <i>Journal of Promotion Management</i>. 28 (7), 994-1018</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Scopus: 21</li> <li>- N.º de citações Google Scholar: 44</li> </ul>
4	<p>Marques, S., Bilro, R. G., Gonçalves, M. &amp; Raouf, A. R. (2022). Partners we can trust: the role of employee engagement influencing partnerships' relationship quality in the voluntary sector. <i>Management Research: The Journal of the Iberoamerican Academy of Management</i>. 20 (2), 148-168</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Web of Science®: 4</li> <li>- N.º de citações Scopus: 8</li> <li>- N.º de citações Google Scholar: 16</li> </ul>
5	<p>Gomes, M., Marques, S. &amp; Dias, Á. (2022). The impact of digital influencers' characteristics on purchase intention of fashion products. <i>Journal of Global Fashion Marketing</i> . 13 (3), 187-204</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Web of Science®: 29</li> <li>- N.º de citações Scopus: 42</li> <li>- N.º de citações Google Scholar: 125</li> </ul>
6	<p>Anjos, C., Marques, S. &amp; Dias, Á. (2022). The impact of Instagram influencer marketing in the restaurant industry. <i>International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology</i>. 13 (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Scopus: 7</li> <li>- N.º de citações Google Scholar: 15</li> </ul>
7	<p>Miguel, L., Marques, S. &amp; 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. <i>British Food Journal</i>. 124 (13), 599-618</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Web of Science®: 14</li> <li>- N.º de citações Scopus: 13</li> </ul>
8	<p>Cavalinhos, S., Marques, S. &amp; Salgueiro, M.F. (2021). The use of mobile devices instore and the effect on shopping experience: A systematic literature review and research agenda. <i>International Journal of Consumer Studies</i>. 45 (6), 1198-1216</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Web of Science®: 35</li> <li>- N.º de citações Scopus: 35</li> </ul>
9	<p>Marques, S. H., Cardoso, M. G. M. S. &amp; Lindeza, A. C. A. (2017). Do loyalty cards enhance loyalty in the pharmaceutical sector?. <i>Journal of Relationship Marketing</i>. 16 (2), 143-162</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Scopus: 3</li> </ul>
10	<p>Filipe, S., Marques, S. H. &amp; 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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N.º de citações Web of Science®: 40</li> <li>- N.º de citações Scopus: 32</li> </ul>

11	Marques, S. H., Trindade, G. & Santos, M-C. (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®: 13 - N.º de citações Scopus: 13
12	Brochado, A., Marques, S. & Mendes, P. (2015). Psychographic determinants of private-label adoption: a feasibility study in the Portuguese yogurt market. <i>Tourism and Management Studies</i> . 11 (1), 136-145 - N.º de citações Google Scholar: 7
13	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 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. <i>International Journal of Applied Behavioral Economics (IJABE)</i> . 1 (4), 9-21 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Google Scholar: 1

## • Livros e Capítulos de Livros

### - Capítulo de livro

1	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.), <i>Handbook of customer engagement in tourism marketing</i> . (pp. 115-128). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 1
---	--

## • Conferências/Workshops e Comunicações

### - Publicação em atas de evento científico

1	Miguel, L. & Marques, S. (N/A). Exploring purchase behavior of country of origin labelled products using the theory of planned behavior: testing the moderating effect of product category. In <i>EIRASS-Recent Advances in retailing and consumer services</i> . Funchal
2	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. In <i>Proceedings of the 51st Annual EMAC Conference (EMAC 2022)</i> . Budapest: EMAC. - N.º de citações Google Scholar: 2
3	Marques, S., Lindo, V. & Pereira, H. (2019). How gender affects the buying-decision process among consumers of luxury goods. In <i>2019 Global Fashion Management Conference at Paris Proceedings</i> . Paris: Global Alliance of Marketing and Management Associations.
4	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.), <i>Proceedings of The 14th IAC 2019</i> . (pp. 51-60). Praga: MAC Prague consulting Ltd.
5	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

6	Marques, S. H. & Abreu, C. (2018). Celebrity in the mirror: the role of celebrity endorser in men's grooming communication. In 25th Recent Advances In Retailing And Services Science. Funchal
7	Miguel, L. & Marques, S. (2018). Exploring purchase behaviour of country of origin: "Producers club" brand. In 25th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science. Madeira Island
8	Pereira, H. G., Salgueiro, M. F. & Marques, S. H. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. In International Conference on Business and Economic Development. (pp. 374-384). Nova Iorque: 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. In International Conference on Business and Economic Development. (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). Lisboa: Universidade Europeia.
11	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
12	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. In Academy of Marketing 2016. Newcastle
13	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
14	Filipe, S., Marques, S. & Salgueiro, M. (2015). Corporate social responsibility: Is it a pillar in relationships with customers?. In 4th International Conference on Multinational Enterprises and Sustainable Development, (MESD'15). Lisboa
15	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. Porto: IPAM.
16	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). Aveiro: Edições IPAM.
17	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
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. Leiria: 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. Estoril: AUDAX.
20	Marques, S. & Cardoso, M. (2014). The influence of olfactory marketing on clients` loyalty. In Atas XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica. Leiria: Instituto Politécnico de Leiria.

21	Brochado, A. & Marques, S. (2014). Understanding the private label prone shopper of yogurts . In Proceedings of the 9th Global Brand Conference of the Academy of Marketing´s Brand Corporate Identity and Reputation Special Interest Group. Hertfordshire: 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. In Tourism & Management Studies International Conference. Olhão - N.º de citações Google Scholar: 1
23	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
24	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). The impact of environmental factors in satisfaction. In 19th EIRASS Recent Advances in Retailing & Services Science Conference. (pp. 0-0). Viena
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). Lisboa
26	Susana Maria dos Santos Henriques Marques, Santos, M-C. & 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).
27	Marques, S. & Freitas, M. (2010). Distribution Management in the Health Club Industry. In 17th EIRASS. (pp. 0-0). Istanbul
28	Marques, S., Salgueiro, M. F. & Carvalho, J. C. de. (2009). The influence of multiple store choice criteria on perceived patronage intentions. In 38th EMAC Conference. Nantes, França: European Marketing Academy.
29	Marques, S. & Salgueiro, M. F. (2008). Store environment: The value of insignia. In Eirass 2008.
30	Marques, S. & Salgueiro, M. de F. (2007). The influence of insignia on store environment. In 36th EMAC Conference. Reykjavik: 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. In 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?. In SPE 2006.
33	Cunha, S. M. da. & Crespo de Carvalho, J. (2006). The influence of sales promotion on consumers’ store choice. In 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. In International Retailing Conference: Understanding Shopping Behavior to Develop Effective Retail Strategies. Reims, France: Academy of Marketing Science.
35	Cunha, S. M. da. & Crespo de Carvalho, J. (2005). The influence of sales promotion on store choice. In 34th EMAC Conference. Milan: European Marketing Academy.
36	Cunha, S. M. da. & Crespo de Carvalho, J. (2004). The value of sales promotion on store choice. In 2004 Fordham Pricing Conference.

37	Cunha, S. M. da. (2004). The influence of sales promotion on store choice criteria. In 33rd EMAC Conference. Murcia, Spain: 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 user-generated 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	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.
5	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.
6	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.
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 Development.
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). Customers' relationship with their main grocery retail: an empirical study in the portuguese context. LBCR European Marketing Conference 2015.

16	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.
17	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Corporate Social Responsibility: is it a pillar in relationships with customers?. 4th MESD International Conference.
18	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.
19	Marques, S. & Cardoso, Margarida G. M. S. (2014). The Influence of Olfactory Marketing on Clients' Loyalty. XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.
20	Brochado, A., Mendes, P. & Marques, S. (2014). Private-label proneness: the case of yogurts . XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.
21	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label: opportunity or threat?. 9th Global Brand Conference.
22	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Understanding the private label prone shopper of yogurts. 9th Global Brand Conference.
23	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.
24	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label proneness: the case of yogurts. XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.
25	Marques, S. & Cardoso, M. (2014). The influence of olfactory marketing on client's loyalty . XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.
26	Marques, S. & Brochado, A. (2014). Private label: opportunity or threat?. Global Brand Conference.
27	Marques, S. & Nuno Pereira (2014). How to position Portugal as one of the main european destination references in senior tourism. Tourism & Ageing Conference.
28	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
29	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.
30	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.
31	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. 41th EMAC.
32	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). Environmental factors and satisfaction in a specialty store. 41th EMAC Conference, Lisboa, Portugal. 0-0
33	Marques, S., Cardoso, M. & Palma, A. (2012). The Impact of Environmental Factors in Satisfaction. 19th EIRASS.

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.
---	---

### - 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 attributes?. 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

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



<p>Coordenador do 2º Ano (2023 - 2025) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Coordenador (2020 - 2021) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing</p>
<p>Coordenador (2020 - 2021) Unidade/Área: Outro em Programa Aplicado Online em Inovação em Marketing</p>
<p>Coordenador (2019 - 2020) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing</p>
<p>Coordenador (2018 - 2019) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing</p>
<p>Membro (Docente) (2018 - 2022) Unidade/Área: Comissão Científica</p>
<p>Membro (Docente) (2018 - 2022) Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica</p>
<p>Director (2018 - 2022) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral</p>
<p>Presidente (2018 - 2022) Unidade/Área: Comissão Científica</p>
<p>Director (2017 - 2018) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing</p>
<p>Director (2016 - 2017) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing</p>
<p>Membro (Docente) (2014 - 2018) Unidade/Área: Comissão Científica</p>
<p>Director (2014 - 2018) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral</p>
<p>Presidente (2014 - 2018) Unidade/Área: Comissão Científica</p>
<p>Membro (Docente) (2013 - 2014) Unidade/Área: Comissão Pedagógica</p>
<p>Membro (Docente) (2013 - 2015) Unidade/Área: Plenário do Conselho Pedagógico</p>
<p>Director (2013 - 2016) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Membro (Docente) (2011 - 2013) Unidade/Área: Plenário do Conselho Pedagógico</p>