

Mafalda Nogueira

Mafalda Nogueira. Concluiu o(a) Doutoramento em PhD in Marketing em 2013 pelo(a) Lancaster University, Mestrado em Mestrado em Ciências Empresariais - Especialização em marketing em 2007 pelo(a) Universidade do Porto Faculdade de Economia e Licenciatura em Economia em 2000 pelo(a) Universidade Portucalense Infante Dom Henrique. É Professor Auxiliar no(a) Instituto Português de Administração de Marketing. Recebeu 5 prémio(s) e/ou homenagens.

Identificação

Identificação pessoal

Nome completo
Mafalda Nogueira

Nomes de citação

Nogueira, Mafalda

Identificadores de autor

Ciência ID
351A-0063-5166
ORCID iD
[0000-0002-0302-0483](#)

Domínios de atuação

Ciências Sociais - Economia e Gestão

Idiomas

Idioma	Conversação	Leitura	Escrita	Compreensão	Peer-review
Inglês	Utilizador proficiente (C1)	Utilizador proficiente (C1)	Utilizador proficiente (C1)	Utilizador proficiente (C1)	
Francês	Utilizador elementar (A1)	Utilizador independent e (B1)	Utilizador elementar (A1)	Utilizador elementar (A1)	
Espanhol; Castelhano	Utilizador independent e (B1)	Utilizador independent e (B1)	Utilizador elementar (A1)	Utilizador independent e (B1)	

Formação

Grau	Classificação
------	---------------

2014 Concluído	PhD in Marketing (Doutoramento)	n/a
	Lancaster University, Reino Unido <i>"Qualifying sustainability: a study of firm-based strategies" (TESE/DISSERTAÇÃO)</i>	
2007 Concluído	Mestrado em Ciências Empresariais - Especialização em marketing (Mestrado)	MUITO BOM
	Universidade do Porto Faculdade de Economia, Portugal <i>"Os relacionamentos Cliente-Fornecedor de TI: uma abordagem interactiva e de competências" (TESE/DISSERTAÇÃO)</i>	
2000 Concluído	Economia (Licenciatura)	13
	Universidade Portucalense Infante Dom Henrique, Portugal <i>"n/a" (TESE/DISSERTAÇÃO)</i>	

Percurso profissional

Docência no Ensino Superior

	Categoria Profissional Instituição de acolhimento	Empregador
2014/02/01 - 2022	Professor Adjunto (Docente Ensino Superior Politécnico)	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2013 - 2019	Professor Adjunto (Docente Ensino Superior Politécnico)	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2013 - 2019	Professor Adjunto (Docente Ensino Superior Politécnico)	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2013 - 2019	Professor Adjunto (Docente Ensino Superior Politécnico)	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal

Cargos e Funções

	Categoria Profissional Instituição de acolhimento	Empregador
--	--	------------

2017 - 2019	Conselho pedagógico	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2017 - 2019	Conselho pedagógico	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2017 - 2019	Conselho pedagógico	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2014 - 2019	Conselho científico/técnico-científico ou órgão correspondente	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2014 - 2019	Coordenação ou direção de centro de investigação, departamento ou equivalente	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2014 - 2019	Conselho científico/técnico-científico ou órgão correspondente	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2014 - 2019	Coordenação ou direção de centro de investigação, departamento ou equivalente	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2014 - 2019	Conselho científico/técnico-científico ou órgão correspondente	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2014 - 2019	Coordenação ou direção de centro de investigação, departamento ou equivalente	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2014 - 2016	Conselho pedagógico	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2014 - 2016	Conselho pedagógico	Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal

2014 - 2016

Conselho pedagógico

Instituto Português de Administração
de Marketing, Portugal

Outros

Categoria Profissional
Instituição de acolhimento

Empregador

2010/09/01 - 2018/07/31

Visiting lecturer in Organisation, Work
and Technology Department.
Management School

Lancaster University, Reino Unido

Projetos

Projeto

Designação

Financiadores

2023/05/15 -
2026/05/14

Promoção da adesão à Dieta Mediterrânica em Instituições
de Ensino Superior através da oferta alimentar nos menus e
estratégias de marketing social
[10.54499/PRIMA/0010/2022](#)
PRIMA/0010/2022

Fundação para a
Ciência e a
Tecnologia,
Portugal
Em curso

2023/05/15 -
2026/05/14

Promoção da adesão à Dieta Mediterrânica em Instituições
de Ensino Superior através da oferta alimentar nos menus e
estratégias de marketing social
[10.54499/PRIMA/0010/2022](#)
PRIMA/0010/2022

Fundação para a
Ciência e a
Tecnologia,
Portugal
Em curso

2023/05/15 -
2026/05/14

Promoção da adesão à Dieta Mediterrânica em Instituições
de Ensino Superior através da oferta alimentar nos menus e
estratégias de marketing social
PRIMA/0010/2022
[10.54499/PRIMA/0010/2022](#)

Fundação para a
Ciência e a
Tecnologia,
Portugal
Em curso

Produções

Publicações

Artigo em
conferência

1

Sandra Gomes; Mafalda Nogueira; Cidália Neves; Fernando Pinto dos Santos.
"EDUCATION AS AN AVENUE FOR STUDENTS' ETHICAL BEHAVIOR". 2022.
10.21125/edulearn.2022.1563

- 2 Fernando Pinto dos Santos; Cidália Neves; Sandra Gomes; Patricia Oliveira; Mafalda Nogueira. "ENHANCING TRANSDISCIPLINARITY IN HIGHER EDUCATION PROBLEM-BASED LEARNING: THREATS AND OPPORTUNITIES FROM THE VIEWPOINT OF FACULTY MEMBERS". 2022.
10.21125/edulearn.2022.1730
- 3 "LOOKING TO THE FUTURE: GRASPING STUDENTS' EXPECTATIONS REGARDING EMPLOYERS' ATTRACTIVENESS". 2021.
10.21125/edulearn.2021.1597
- 4 "WHAT IS YOUR DREAM JOB? EXPLORING UNDERGRAD STUDENTS' PRE-MARKET ENTRY EXPECTATIONS IN THE LIGHT OF EVP DIMENSIONS". 2021.
10.21125/edulearn.2021.1661
- 5 Nogueira, Mafalda. "HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS AS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DRIVERS: TEACHING AND LEARNING TO TRANSFORM THE WORLD". 2020.
10.21125/edulearn.2020.1028
- 6 Bernardes, João Pedro; Marques, Antonio Dinis; Ferreira, Fernando; Nogueira, Mafalda. "ACADEMIC BACKGROUND AS AN INFLUENCING FACTOR IN THE GEN Y'S SUSTAINABLE CONSUMPTION HABITS". Trabalho apresentado em *EDULEARN*, 2019.
10.21125/edulearn.2018.1326
- 7 Noite, Miguel; Nogueira, Mafalda. "THE ROLE OF HEI BRANDS AS KEY DRIVERS FOR STUDENTS AND RECRUITERS' CHOICES IN A COMPETITIVE MARKETPLACE: EXPLORING BRAND ATTRIBUTES AS PERCEIVED BY STAKEHOLDERS (INSTITUTION, STUDENTS AND RECRUITERS)". Trabalho apresentado em *EDULEARN*, 2019.
10.21125/edulearn.2019.1597
- 8 Gomes, Sandra; Nogueira, Mafalda; Serra, Fernando; Esgaio, Ana. "SOCIAL RESPONSIBILITY IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN PORTUGAL: THE MISSING LINK BETWEEN EXPECTATIONS, PERCEPTIONS AND PRACTICES". 2019.
10.21125/edulearn.2019.1484
- 9 Bernardes, J.P.; Ferreira, F.; Marques, A.D.; Nogueira, M.. "" Do as i say, not as i do" - a systematic literature review on the attitude-behaviour gap towards sustainable consumption of Generation y". 2018.
10.1088/1757-899X/459/1/012089
- 10 Bernardes, J.P.; Ferreira, F.; Marques, A.D.; Nogueira, M.. "Millennials: Is 'green' your colour?". 2018.
10.1088/1757-899X/459/1/012090
- 11 Bernardes, J.P.; Nogueira, M.. "OKG: Creating and developing an innovative clothing service". 2017.
10.1088/1757-899X/254/21/212001

Artigo em revista

- 1 Mafalda Nogueira; Bruno Silva; Sandra Gomes. "The Impact of Customer-Centric Sustainability on Brand Relationships". *Sustainability* (2023): <https://doi.org/10.3390/su151612212>.
10.3390/su151612212
- 2 Mafalda Nogueira; Francisca Dias; Vera Santos. "Sustainable mobility choices: Exploring the impact of consumers' values, attitudes, perceived behavioural control and subjective norms on the likelihood to choose sustainable mobility options". *Journal of Consumer Behaviour* (2023): <https://doi.org/10.1002/cb.2144>.

- 3 Rebelo, Rafaela; Nogueira, Mafalda. "Marketing de influência: uma relação tridimensional entre influenciadores digitais, marcas e accounts". (2023): <https://nidisag.isag.pt/index.php/IJAM/article/view/661>.
- 4 Rebelo, Rafaela; Nogueira, Mafalda. "Marketing de influência: uma relação tridimensional entre influenciadores digitais, marcas e accounts". (2023): <https://nidisag.isag.pt/index.php/IJAM/article/view/661>.
- 5 Vera Santos; Sandra Gomes; Mafalda Nogueira. "Sustainable packaging: Does eating organic really make a difference on product-packaging interaction?". *Journal of Cleaner Production* 304 (2021): 127066-127066. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127066>.
10.1016/j.jclepro.2021.127066
- 6 Gomes, S.; Nogueira, M.; Ferreira, M.; Gregorio, M.J.; Graça, P.; Jewell, J.; Breda, J.. "Consumer Attitudes Toward Food and Nutritional Labeling: Implications for Policymakers and Practitioners on a National Level". *Journal of Food Products Marketing* 26 7 (2020): 470-485. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85089007390&partnerID=MN8TOARS>.
10.1080/10454446.2020.1802381
- 7 Nogueira, M.; Santarém, F.; Gomes, S.. "Volunteer Brand Equity? Exploring the Adoption of Employee Brand Equity (EBE) Dimensions to Understand Volunteers' Contributions to Build Nonprofit Organizations' Brands". *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing* (2019): <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85075136985&partnerID=MN8TOARS>.
10.1080/10495142.2019.1689222
- 8 Bernardes, J P; Ferreira, F; Marques, A D; Nogueira, M. "Millennials: is 'green' your colour?". *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 459 (2018): 012090. <http://dx.doi.org/10.1088/1757-899x/459/1/012090>.
10.1088/1757-899x/459/1/012090
- 9 BERNARDES, J.P.; MARQUES, A.; FERREIRA, F.; NOGUEIRA, M.. "A new and sustainable service to slow fashion brands". *Industria Textila* 69 2 (2018): 152-157. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85097817308&partnerID=MN8TOARS>.
10.35530/IT.069.02.1528
- 10 Bernardes, João Pedro; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda. "OKG: Criação e desenvolvimento de um serviço inovador na área do vestuário". (2018): <http://hdl.handle.net/1822/56577>.
- 11 Bernardes, João Pedro; Marques, António Dinis; Ferreira, Fernando; Nogueira, Mafalda. "A new and sustainable service to slow fashion brands". (2018): <http://hdl.handle.net/1822/54667>.
10.35530/IT.069.02.1528
- 12 Bernardes, João Pedro; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda. "OKG: Criação e desenvolvimento de um serviço inovador na área do vestuário". (2018): <http://hdl.handle.net/1822/56577>.

- 13 Bernardes, João Pedro; Marques, António Dinis; Ferreira, Fernando; Nogueira, Mafalda. "A new and sustainable service to slow fashion brands". (2018): <http://hdl.handle.net/1822/54667>.
10.35530/IT.069.02.1528
- 14 Brito, C.; Nogueira, M.. "Capabilities exchange through business interaction: An empirical investigation of a client-IT supplier relationship". *Journal of Purchasing and Supply Management* 15 4 (2009): 227-239. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-70350714156&partnerID=MN8TOARS>.
10.1016/j.pursup.2009.05.002
- 15 Carlos Brito; Mafalda Nogueira. "Capabilities exchange through business interaction: An empirical investigation of a client-IT supplier relationship". (2009): <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/71075>.
10.1016/j.pursup.2009.05.002
- 16 Carlos Brito; Mafalda Nogueira. "Capabilities exchange through business interaction: An empirical investigation of a client-IT supplier relationship". (2009): <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/71075>.
10.1016/j.pursup.2009.05.002

Capítulo de livro

- 1 "The Impact of the Post-purchase Experience on Online Cosmetic Consumer Satisfaction: Case Study Pluricosmética". 723-736. Springer Singapore, 2022.
10.1007/978-981-16-9272-7_60
- 2 Mafalda Morais; José Luís Reis; Mafalda Nogueira; Mafalda Ferreira. "The Influence of Post-purchase Experience on Customer Loyalty in the Telecommunications Sector in Portugal". 2022.
10.1007/978-981-16-9272-7_13
- 3 Mafalda Nogueira; Mariana Gaspar; Sandra Gomes. "Rising Against LGBT Taboos Through Communication and Social Marketing Strategies". In *Using Web TV Series to Challenge Discriminatory Behavior*. 2022.
10.4018/978-1-7998-9125-3.ch008
- 4 Mafalda Nogueira. "Tourism and Gastronomy in the "New Normal"". In *Building the Case for the Rise of Consumer Spiritual Quest to Feed the Body, the Mind, and the Soul*, 176-190. {IGI, 2022.
10.4018/978-1-7998-9148-2.ch009
- 5 Varandas, C.; Nogueira, M.. "Consumer Involvement in the Co-creation of a Disruptive Offer: The Case Study of Continente Labs". 675-691. 2022.
10.1007/978-981-16-9268-0_57
- 6 Nogueira, M.; Gaspar, M.; Gomes, S.. "Rising against LGBT taboos through communication and social marketing strategies: Using web TV series to challenge discriminatory behavior". 153-176. 2022.
- 7 Nogueira, Mafalda. "Identifying and Exploring Key Drivers of Customer Engagement on Social Media: A Netnography Approach". 2021.
10.1007/978-981-33-4183-8_40
- 8 Santos, Fernando Pinto; Nogueira, Mafalda. "Websites as Spaces of Confluence: Narratives and the Pursuit of Legitimacy". In *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 29-37. Springer Singapore, 2020.
Aceite para publicação • 10.1007/978-981-15-1564-4_4

- 9 Nogueira, Mafalda. "Generation Y's sustainability attitude-behaviour gap". CRC Press, 2019.
- 10 Bernardes, João Pedro; Ferreira, Fernando; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda. "Generation Y's sustainability attitude-behaviour gap". CRC Press, 2019.
- 11 Bernardes, João Pedro; Ferreira, Fernando; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda. "Generation Y's sustainability attitude-behaviour gap". CRC Press, 2019.
- 12 Nogueira, Mafalda. "Managing IT Suppliers: A Capability-Based Approach". 2011.
10.1007/978-3-642-19257-9_24

Tese / Dissertação

- 1 Cunha, Diana Catarina Pinto Borges. "A influência de uma estratégia de employer branding na felicidade organizacional dos clientes internos". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/45183>.
- 2 Teixeira, Inês Pinheiro. "The connection between mindfulness, sustainable consumption and consumer well-being". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/45185>.
- 3 Cunha, Diana Catarina Pinto Borges. "A influência de uma estratégia de employer branding na felicidade organizacional dos clientes internos". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/45183>.
- 4 Teixeira, Inês Pinheiro. "The connection between mindfulness, sustainable consumption and consumer well-being". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/45185>.
- 5 Vieira, Joana Carolina Anacleto. "A perceção do consumidor sobre a influência dos fatores da atmosfera em loja na sua experiência de compra no retalho alimentar". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/49044>.
- 6 Vieira, Jéssica Alexandra Oliveira. "'I can buy myself flowers or maybe not': uma análise de clusters ao perfil do consumidor português de flores e plantas ornamentais". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/48738>.
- 7 Curralo, Inês Vieira de Oliveira. "Experiência do consumidor no ponto de venda: o caso da loja da Universidade do Porto". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/48737>.
- 8 Ribeiro, Tomás Saraiva de Campos Mendes. "A ascensão da tribo do skateboarding e a sua influência no mercado de moda streetwear". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/48757>.

- 9 Ramos, Inês Moreira. "A percepção do cliente interno sobre a relação entre o employer value proposition e o turnover: o estudo de caso da Silver Lining". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/48736>.
- 10 Rodrigues, Sílvia Isabel Ferreira. "As atitudes do consumidor em relação ao marketing pela causa rainbow: Washing or not washing". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/49417>.
- 11 Curralo, Inês Vieira de Oliveira. "Experiência do consumidor no ponto de venda: o caso da loja da Universidade do Porto". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/48737>.
- 12 Teixeira, Inês Pinheiro. "The connection between mindfulness, sustainable consumption and consumer well-being". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/45185>.
- 13 Vieira, Joana Carolina Anacleto. "A percepção do consumidor sobre a influência dos fatores da atmosfera em loja na sua experiência de compra no retalho alimentar". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/49044>.
- 14 Ribeiro, Tomás Saraiva de Campos Mendes. "A ascensão da tribo do skateboarding e a sua influência no mercado de moda streetwear". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/48757>.
- 15 Vieira, Jéssica Alexandra Oliveira. "'I can buy myself flowers or maybe not': uma análise de clusters ao perfil do consumidor português de flores e plantas ornamentais". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/48738>.
- 16 Ramos, Inês Moreira. "A percepção do cliente interno sobre a relação entre o employer value proposition e o turnover: o estudo de caso da Silver Lining". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/48736>.
- 17 Rodrigues, Sílvia Isabel Ferreira. "As atitudes do consumidor em relação ao marketing pela causa rainbow: Washing or not washing". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/49417>.
- 18 Cunha, Diana Catarina Pinto Borges. "A influência de uma estratégia de employer branding na felicidade organizacional dos clientes internos". Mestrado, 2023. <http://hdl.handle.net/10400.26/45183>.
- 19 Valente, Isabel Maria Marques. "O impacto da confiança e da comunicação digital na jornada do consumidor online: o estudo de caso MO". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/42002>.
- 20 Benbelaid, Melissa Oliveira Salgado. "O onboarding como um primeiro passo para o desenvolvimento de uma estratégia de marketing interno: Estudo de caso kpBuS". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/42598>.

- 21 Pinheiro, Joana Francisca Teixeira. "O papel da confiança, comunicação e compromisso na dinâmica dos relacionamentos: Estudo de caso do relacionamento clientes certificados – Entidade certificadora no setor têxtil". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39685>.
- 22 Maravalhas, Ana João Gomes. "Fatores explicativos da experiência do consumidor nas lojas de vestuário infantil: Estudo de caso da Ativo". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41459>.
- 23 Anjo, Joana Dantas Nobre. "O papel do mix comunicacional na gestão de relacionamentos business-to-business: O caso Smartex.ai". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39684>.
- 24 Rebelo, Rafaela Filipa Vieira. "Os gaps de perceção entre as marcas e os influenciadores digitais de moda, beleza e lifestyle". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41336>.
- 25 Moura, Matilde Mota Magalhães. "A importância da felicidade organizacional no desenvolvimento de uma estratégia de marketing interno". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41333>.
- 26 Sousa, Ana Rita Carreiro de. "O papel dos influenciadores digitais sustentáveis na consciencialização ambiental dos seus seguidores". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41461>.
- 27 Araújo, Sara Alexandre Afonso. "O papel do teletrabalho como prática de marketing interno, na promoção da felicidade organizacional: Estudo de caso da Capgemini Engineering Portugal". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39690>.
- 28 Mações, Mariana Torres. "O processo de cocriação da marca cultural e sustentável "Amor Meu"". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41463>.
- 29 Fonseca, André de Oliveira. "“Conhecimento, atitudes e adesão do consumidor à dieta mediterrânica”: Estudo de caso aplicado à marca juliana, promovida pelo pingó doce". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39680>.
- 30 Araújo, Sara Alexandre Afonso. "O papel do teletrabalho como prática de marketing interno, na promoção da felicidade organizacional: Estudo de caso da Capgemini Engineering Portugal". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39690>.
- 31 Pinheiro, Joana Francisca Teixeira. "O papel da confiança, comunicação e compromisso na dinâmica dos relacionamentos: Estudo de caso do relacionamento clientes certificados – Entidade certificadora no setor têxtil". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39685>.
- 32 Anjo, Joana Dantas Nobre. "O papel do mix comunicacional na gestão de relacionamentos business-to-business: O caso Smartex.ai". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39684>.

- 33 Mações, Mariana Torres. "O processo de cocriação da marca cultural e sustentável "Amor Meu"". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41463>.
- 34 Fonseca, André de Oliveira. ""Conhecimento, atitudes e adesão do consumidor à dieta mediterrânica": Estudo de caso aplicado à marca juliana, promovida pelo pingo doce". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39680>.
- 35 Anjo, Joana Dantas Nobre. "O papel do mix comunicacional na gestão de relacionamentos business-to-business: O caso Smartex.ai". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39684>.
- 36 Pinheiro, Joana Francisca Teixeira. "O papel da confiança, comunicação e compromisso na dinâmica dos relacionamentos: Estudo de caso do relacionamento clientes certificados – Entidade certificadora no setor têxtil". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39685>.
- 37 Fonseca, André de Oliveira. ""Conhecimento, atitudes e adesão do consumidor à dieta mediterrânica": Estudo de caso aplicado à marca juliana, promovida pelo pingo doce". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39680>.
- 38 Mações, Mariana Torres. "O processo de cocriação da marca cultural e sustentável "Amor Meu"". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41463>.
- 39 Araújo, Sara Alexandre Afonso. "O papel do teletrabalho como prática de marketing interno, na promoção da felicidade organizacional: Estudo de caso da Capgemini Engineering Portugal". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/39690>.
- 40 Rebelo, Rafaela Filipa Vieira. "Os gaps de perceção entre as marcas e os influenciadores digitais de moda, beleza e lifestyle". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41336>.
- 41 Sousa, Ana Rita Carreiro de. "O papel dos influenciadores digitais sustentáveis na consciencialização ambiental dos seus seguidores". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41461>.
- 42 Maravalhas, Ana João Gomes. "Fatores explicativos da experiência do consumidor nas lojas de vestuário infantil: Estudo de caso da Ativo". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41459>.
- 43 Valente, Isabel Maria Marques. "O impacto da confiança e da comunicação digital na jornada do consumidor online: o estudo de caso MO". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/42002>.

- 44 Benbelaid, Melissa Oliveira Salgado. "O onboarding como um primeiro passo para o desenvolvimento de uma estratégia de marketing interno: Estudo de caso kpBuS". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/42598>.
- 45 Moura, Matilde Mota Magalhães. "A importância da felicidade organizacional no desenvolvimento de uma estratégia de marketing interno". Mestrado, 2022. <http://hdl.handle.net/10400.26/41333>.
- 46 Silva, Joana Maria Pina da Costa e. "A interação dos seguidores de Instagram no sector do fast fashion: O caso da H&M". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38727>.
- 47 Moreira, Jaqueline Carícia Ribeiro Pacheco da Cunha. "A relação entre a decisão de compra do agregado familiar e a humanização do animal de estimação: Um estudo exploratório no contexto português". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38726>.
- 48 Miranda, Maria Marques. "A influência da estratégia de comunicação interna na perceção dos clientes internos sobre a marca e sua satisfação: o caso da KP". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/36330>.
- 49 Portugal, Benedita Leopoldo. "A influência do ciclo menstrual no comportamento de compra feminino". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/36306>.
- 50 Varandas, Clésia Tatiana Gonçalves Afonso Valbom. "O envolvimento do consumidor na cocriação de uma oferta disruptiva: Estudo do caso Continente Labs, à luz da experiência na comunidade online e do processo de compra em loja física". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38717>.
- 51 Lopes, Inês Pereira Boisson. "O impacto da experiência de compra online na satisfação do consumidor de cosmética: Estudo de caso Pluricosmética". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38636>.
- 52 Carvalho, Daniela Patrícia Patrocínio de. "The dark side of sustainable single-use plastic alternatives". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38597>.
- 53 Gomes, Maria Cristina Castro. "A relação entre a comunicação médico-veterinária e a literacia médico-veterinária do detentor do animal de companhia". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38637>.
- 54 Silva, Inês Soares da Costa Cardoso da. "Make a feminist out of you: Disney's potential to promote behavioural change in gender stereotyping". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38594>.
- 55 Dias, Francisca Baptista Figueiredo. "The perceptions of resident-consumers in Portugal regarding sustainable mobility options". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38574>.

- 56 Miranda, Maria Marques. "A influência da estratégia de comunicação interna na perceção dos clientes internos sobre a marca e sua satisfação: o caso da KP". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/36330>.
- 57 Dias, Francisca Baptista Figueiredo. "The perceptions of resident-consumers in Portugal regarding sustainable mobility options". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38574>.
- 58 Portugal, Benedita Leopoldo. "A influência do ciclo menstrual no comportamento de compra feminino". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/36306>.
- 59 Lopes, Inês Pereira Boisson. "O impacto da experiência de compra online na satisfação do consumidor de cosmética: Estudo de caso Pluricosmética". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38636>.
- 60 Silva, Inês Soares da Costa Cardoso da. "Make a feminist out of you: Disney's potential to promote behavioural change in gender stereotyping". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38594>.
- 61 Moreira, Jaquelina Carícia Ribeiro Pacheco da Cunha. "A relação entre a decisão de compra do agregado familiar e a humanização do animal de estimação: Um estudo exploratório no contexto português". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38726>.
- 62 Silva, Joana Maria Pina da Costa e. "A interação dos seguidores de Instagram no sector do fast fashion: O caso da H&M". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38727>.
- 63 Carvalho, Daniela Patrícia Patrocínio de. "The dark side of sustainable single-use plastic alternatives". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38597>.
- 64 Varandas, Clésia Tatiana Gonçalves Afonso Valbom. "O envolvimento do consumidor na cocriação de uma oferta disruptiva: Estudo do caso Continente Labs, à luz da experiência na comunidade online e do processo de compra em loja física". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38717>.
- 65 Gomes, Maria Cristina Castro. "A relação entre a comunicação médico-veterinária e a literacia médico-veterinária do detentor do animal de companhia". Mestrado, 2021. <http://hdl.handle.net/10400.26/38637>.
- 66 Doria, José Maria Themudo Santos Acciaiuoli. "O desenvolvimento de um modelo de medição de employer value proposition alicerçado na análise das percepções dos clientes internos: estudo de caso do grupo X". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33379>.
- 67 Santos, Bruno. "O comportamento do consumidor de pneus ligeiros em Portugal e a notoriedade da marca Continental Pneus". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33639>.

- 68 Monteiro, Carlos Manuel Pinto. "A relação entre customer centricity e envolvimento com o trabalho como determinante para a criação de valor para o cliente e para a organização". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33363>.
- 69 da Silva, Bruno. "The impact of customer centric sustainability on brand relationship : A study of the Portuguese fast fashion consumers". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33779>.
- 70 Solteiro, Alfredo. "Desperdício alimentar em grandes superfícies de retalho alimentar em Portugal: a importância das estratégias de marketing para obtenção de vantagem competitiva resultante do seu combate". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33638>.
- 71 Silva, Cristiana Victória Tavares da. "Compreensão dos fatores explicativos do customer engagement gerado através das redes sociais". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33154>.
- 72 Pinto, Filipa. "A felicidade organizacional como um Output da implementação de um modelo de gestão de marketing interno: estudo de caso Linde Global Services Portugal Unipessoal Lda". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33640>.
- 73 Santos, Bruno. "O comportamento do consumidor de pneus ligeiros em Portugal e a notoriedade da marca Continental Pneus". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33639>.
- 74 Solteiro, Alfredo. "Desperdício alimentar em grandes superfícies de retalho alimentar em Portugal: a importância das estratégias de marketing para obtenção de vantagem competitiva resultante do seu combate". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33638>.
- 75 da Silva, Bruno. "The impact of customer centric sustainability on brand relationship : A study of the Portuguese fast fashion consumers". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33779>.
- 76 Doria, José Maria Themudo Santos Acciaiuoli. "O desenvolvimento de um modelo de medição de employer value proposition alicerçado na análise das percepções dos clientes internos: estudo de caso do grupo X". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33379>.
- 77 Pinto, Filipa. "A felicidade organizacional como um Output da implementação de um modelo de gestão de marketing interno: estudo de caso Linde Global Services Portugal Unipessoal Lda". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33640>.
- 78 Monteiro, Carlos Manuel Pinto. "A relação entre customer centricity e envolvimento com o trabalho como determinante para a criação de valor para o cliente e para a organização". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33363>.

- 79 Silva, Cristiana Victória Tavares da. "Compreensão dos fatores explicativos do customer engagement gerado através das redes sociais". Mestrado, 2020. <http://hdl.handle.net/10400.26/33154>.
- 80 Póvoa, Cláudia Maria de Lima. "O perfil dos enoturistas que visitam as Caves Taylor´s". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29809>.
- 81 Barros, Beatriz da Conceição Rocha. "O marketing como estratégia para a revitalização do folclore em Portugal". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29719>.
- 82 Oliveira, Rui Manuel Diaz Tavares da Costa. "As perceções dos clientes internacionais sobre a indústria têxtil portuguesa". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29821>.
- 83 Carvalho, Inês Maria Gomes Pinto de. "Motivações de compra dos consumidores de vinho mediante diferentes ocasiões de consumo". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/25706>.
- 84 Esperança, Carolina Marques. "O storytelling como estratégia de comunicação de uma empresa em mercados B2B: o caso da Creative Lemons". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29808>.
- 85 Gaspar, Mariana Soares de Barros. "O marketing social como estratégia de mudança de comportamentos discriminatórios face à comunidade LGBT: o caso da websérie Casa do Cais". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29823>.
- 86 Bonifácio, Daniela Marques. "Fatores que influenciam a intenção de compra de vestuário e/ou calçado verdes: uma perspetiva europeia sobre a intenção de compra online versus offline". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29810>.
- 87 Areosa, André Miguel Comenda. "Será a felicidade organizacional mensurável? Estudo sobre a importância e os impactos da felicidade enquanto dimensão do marketing interno: o caso de uma empresa do grupo Linde". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29822>.
- 88 Oliveira, Mariana Lima de. "Gestão interna da marca de uma fintech: um estudo sobre a employee-based brand equity". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29729>.
- 89 Magalhães, Paulo Gabriel Freitas. "A influência da atmosfera de um brewpub na experiência sensorial de consumo de cerveja artesanal". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29824>.
- 90 Magalhães, Joana Pereira. "O desenvolvimento de campanhas de marketing social para a promoção de comportamentos de consumo sustentáveis: o caso Ambar". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29828>.

- 91 Magalhães, Joana Pereira. "O desenvolvimento de campanhas de marketing social para a promoção de comportamentos de consumo sustentáveis: o caso Ambar". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29828>.
- 92 Barros, Beatriz da Conceição Rocha. "O marketing como estratégia para a revitalização do folclore em Portugal". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29719>.
- 93 Areosa, André Miguel Comenda. "Será a felicidade organizacional mensurável? Estudo sobre a importância e os impactos da felicidade enquanto dimensão do marketing interno: o caso de uma empresa do grupo Linde". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29822>.
- 94 Esperança, Carolina Marques. "O storytelling como estratégia de comunicação de uma empresa em mercados B2B: o caso da Creative Lemons". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29808>.
- 95 Magalhães, Paulo Gabriel Freitas. "A influência da atmosfera de um brewpub na experiência sensorial de consumo de cerveja artesanal". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29824>.
- 96 Oliveira, Mariana Lima de. "Gestão interna da marca de uma fintech: um estudo sobre a employee-based brand equity". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29729>.
- 97 Bonifácio, Daniela Marques. "Fatores que influenciam a intenção de compra de vestuário e/ou calçado verdes: uma perspectiva europeia sobre a intenção de compra online versus offline". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29810>.
- 98 Carvalho, Inês Maria Gomes Pinto de. "Motivações de compra dos consumidores de vinho mediante diferentes ocasiões de consumo". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/25706>.
- 99 Gaspar, Mariana Soares de Barros. "O marketing social como estratégia de mudança de comportamentos discriminatórios face à comunidade LGBT: o caso da websérie Casa do Cais". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29823>.
- 100 Oliveira, Rui Manuel Diaz Tavares da Costa. "As perceções dos clientes internacionais sobre a indústria têxtil portuguesa". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29821>.
- 101 Póvoa, Cláudia Maria de Lima. "O perfil dos enoturistas que visitam as Caves Taylor´s". Mestrado, 2019. <http://hdl.handle.net/10400.26/29809>.
- 102 Costa, Rita Santos. "Gaps de percepção quanto à identidade e imagem da marca museu: estudo de caso do museu de arte contemporânea da fundação serralves". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24433>.

- 103 Machado, Carolina Bicker da Costa Pinto. "A percepção do consumidor Português sobre a atmosfera das lojas de vestuário". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24439>.
- 104 Barros, Joana Santos. "A marca interna do centro hospitalar do porto: o brand equity de uma marca de saúde". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24310>.
- 105 Costa, Fernando Miguel Ferreira da. "A influência dos atributos extrínsecos no comportamento do consumidor para a primeira compra de uma garrafa de vinho". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/25514>.
- 106 Patarata, Ana Rita. "O conhecimento industrial e os seus efeitos na confiança do cliente o caso miligram". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24437>.
- 107 Costeira, Isilda Guedes. "Atitude do consumidor português em relação ao rótulo biológico". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24436>.
- 108 Santarém, Francisco Carmo Pacheco Providência. "Volunteer based brand equity: desenvolvimento de um modelo de gestão da marca centrado no papel do voluntário". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/25632>.
- 109 Barros, Joana Santos. "A marca interna do centro hospitalar do porto: o brand equity de uma marca de saúde". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24310>.
- 110 Costa, Rita Santos. "Gaps de percepção quanto à identidade e imagem da marca museu: estudo de caso do museu de arte contemporânea da fundação serralves". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24433>.
- 111 Costeira, Isilda Guedes. "Atitude do consumidor português em relação ao rótulo biológico". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24436>.
- 112 Machado, Carolina Bicker da Costa Pinto. "A percepção do consumidor Português sobre a atmosfera das lojas de vestuário". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24439>.
- 113 Santarém, Francisco Carmo Pacheco Providência. "Volunteer based brand equity: desenvolvimento de um modelo de gestão da marca centrado no papel do voluntário". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/25632>.
- 114 Patarata, Ana Rita. "O conhecimento industrial e os seus efeitos na confiança do cliente o caso miligram". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/24437>.
- 115 Costa, Fernando Miguel Ferreira da. "A influência dos atributos extrínsecos no comportamento do consumidor para a primeira compra de uma garrafa de vinho". Mestrado, 2018. <http://hdl.handle.net/10400.26/25514>.

- 116 Alas, Jorge Daniel Aguiar Correia. "O papel do storytelling na construção da estratégia e identidade de uma cidade : o caso da cidade do Porto". Mestrado, 2017. <http://hdl.handle.net/10400.26/19633>.
- 117 Cardoso, Rute Daniela Silva. "Marketing relacional interno - o colaborador em primeiro lugar: estudos de caso - Critical Manufacturing e Mindera". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/18289>.
- 118 Fialho, Sílvia Raquel Ferreira. "O perfil do potencial consumidor Slow Food da área metropolitana do Porto". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/18174>.
- 119 Cerqueira, Tânia Filipa Barbosa. "A influência do marketing experiencial na construção da notoriedade das marcas: o caso do NOS Primavera Sound". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/18173>.
- 120 Oliveira, Sofia. "A influência dos parques de estacionamento dos centros comerciais na experiência de compra do consumidor". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/15364>.
- 121 Noite, Miguel. "Os atributos da marca das instituições de ensino superior: o caso do IPAM Porto". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/18172>.
- 122 Cardoso, Rute Daniela Silva. "Marketing relacional interno - o colaborador em primeiro lugar: estudos de caso - Critical Manufacturing e Mindera". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/18289>.
- 123 Fialho, Sílvia Raquel Ferreira. "O perfil do potencial consumidor Slow Food da área metropolitana do Porto". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/18174>.
- 124 Oliveira, Sofia. "A influência dos parques de estacionamento dos centros comerciais na experiência de compra do consumidor". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/15364>.
- 125 Noite, Miguel. "Os atributos da marca das instituições de ensino superior: o caso do IPAM Porto". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/18172>.
- 126 Cerqueira, Tânia Filipa Barbosa. "A influência do marketing experiencial na construção da notoriedade das marcas: o caso do NOS Primavera Sound". Mestrado, 2016. <http://hdl.handle.net/10400.26/18173>.
- 127 Leal, Sandra. "A influência da espiritualidade: nos estilos de decisão de compra do consumidor". Mestrado, 2015. <http://hdl.handle.net/10400.26/13366>.

- 128 Carvalho, Alberta. "O papel do turista internacional que visita o Porto: o caso Douro Azul". Mestrado, 2015. <http://hdl.handle.net/10400.26/10228>.
- 129 Nogueira, Vânia. "A influência do Facebook no brand equity e intenção de compra da marca Ambar". Mestrado, 2015. <http://hdl.handle.net/10400.26/13367>.
- 130 Silvia, Cátia. "Os elementos atrativos da publicidade alimentar dirigida a crianças". Mestrado, 2015. <http://hdl.handle.net/10400.26/10329>.
- 131 Nogueira, Vânia. "A influência do Facebook no brand equity e intenção de compra da marca Ambar". Mestrado, 2015. <http://hdl.handle.net/10400.26/13367>.
- 132 Leal, Sandra. "A influência da espiritualidade: nos estilos de decisão de compra do consumidor". Mestrado, 2015. <http://hdl.handle.net/10400.26/13366>.
- 133 Silvia, Cátia. "Os elementos atrativos da publicidade alimentar dirigida a crianças". Mestrado, 2015. <http://hdl.handle.net/10400.26/10329>.
- 134 Carvalho, Alberta. "O papel do turista internacional que visita o Porto: o caso Douro Azul". Mestrado, 2015. <http://hdl.handle.net/10400.26/10228>.

Outros

Outra produção

- 1 Consumers' clothing disposal behaviour: we do we stand?. The purpose of this article is to provide an overview of current knowledge on consumers' clothing disposal behaviour. This article is based on a literature review on consumers' clothing disposal behaviour, with a review process that resulted of a list of 50 papers. Articles not directly linked with the subject or available for download were excluded, resulting in a final sample of 30 articles. Thi. 2019. Bernardes, J. P.; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda; Ferreira, F.. <http://hdl.handle.net/1822/60649>.
- 2 Consumers' clothing disposal behaviour: we do we stand?. The purpose of this article is to provide an overview of current knowledge on consumers' clothing disposal behaviour. This article is based on a literature review on consumers' clothing disposal behaviour, with a review process that resulted of a list of 50 papers. Articles not directly linked with the subject or available for download were excluded, resulting in a final sample of 30 articles. Thi. 2019. Bernardes, J. P.; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda; Ferreira, F.. <http://hdl.handle.net/1822/60649>.
- 3 The Generation Y's sustainability perceptions and consumption habits in the footwear industry in Portugal. This paper intends to study the attitude that Millennial consumers (or Generation Y) have towards sustainability and sustainable purchasing habits and what they actually do in terms of their green purchasing behaviour regarding footwear. In order to understand this, some internal and external influencing factors were obtained from the literature review which can positively or negatively influence. 2018. Bernardes, João Pedro; Marques, António Dinis; Ferreira, Fernando; Nogueira, Mafalda; Luca, Alexandra. <http://hdl.handle.net/1822/55245>.

- 4 "Do as I say, not as I do" – a systematic literature review on the attitude-behaviour gap towards sustainable consumption of Generation Y. This paper contributes to a consolidation of the field by narrowing down the gap between sustainable consumption "attitudes/intentions" and actual consumption "behaviour". The adopted methodology is based on a systematic literature review with an initial sample of more than 1000 publications, this paper considers the following inclusion and exclusion criteria throughout the review: research scope,. 2018. Bernardes, João Pedro; Ferreira, Fernando; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda. <http://hdl.handle.net/1822/57238>.
10.1088/1757-899X/459/1/012089
- 5 Academic background as an influencing factor in the Gen Y's sustainable consumption habits. The main goal of this paper is to understand if a different academic background can have an influence in the Millennials' perceptions regarding sustainability and their 'green' consumption habits of footwear in Portugal. The research method will be through the analysis of two focus groups, one with marketing students and other with fashion students. The analysis of the focus groups allows a better. 2018. Marques, António Dinis; Bernardes, João Pedro; Ferreira, Fernando; Nogueira, Mafalda. <http://hdl.handle.net/1822/55239>.
10.21125/edulearn.2018.1326
- 6 Millennials: is 'green' your colour ?. Millennials are defined as the group of people born between 1980 and 2000 and maintain a positive attitude in relation to sustainability. However, there is a contradiction between how Millennials think and act when it comes to sustainable consumption. It is interesting to determine which factors can influence their sustainable attitude and behaviour, and those influences can be personal and situat. 2018. Bernardes, João Pedro; Ferreira, Fernando; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda. <http://hdl.handle.net/1822/57236>.
10.1088/1757-899X/459/1/012090
- 7 "Do as I say, not as I do" – a systematic literature review on the attitude-behaviour gap towards sustainable consumption of Generation Y. This paper contributes to a consolidation of the field by narrowing down the gap between sustainable consumption "attitudes/intentions" and actual consumption "behaviour". The adopted methodology is based on a systematic literature review with an initial sample of more than 1000 publications, this paper considers the following inclusion and exclusion criteria throughout the review: research scope,. 2018. Bernardes, João Pedro; Ferreira, Fernando; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda. <http://hdl.handle.net/1822/57238>.
10.1088/1757-899X/459/1/012089
- 8 Millennials: is 'green' your colour ?. Millennials are defined as the group of people born between 1980 and 2000 and maintain a positive attitude in relation to sustainability. However, there is a contradiction between how Millennials think and act when it comes to sustainable consumption. It is interesting to determine which factors can influence their sustainable attitude and behaviour, and those influences can be personal and situat. 2018. Bernardes, João Pedro; Ferreira, Fernando; Marques, António Dinis; Nogueira, Mafalda. <http://hdl.handle.net/1822/57236>.
10.1088/1757-899X/459/1/012090
- 9 Academic background as an influencing factor in the Gen Y's sustainable consumption habits. The main goal of this paper is to understand if a different academic background can have an influence in the Millennials' perceptions regarding sustainability and their 'green' consumption habits of footwear in Portugal. The research method will be through the analysis of two focus

groups, one with marketing students and other with fashion students. The analysis of the focus groups allows a better. 2018. Marques, António Dinis; Bernardes, João Pedro; Ferreira, Fernando; Nogueira, Mafalda. <http://hdl.handle.net/1822/55239>.

10.21125/edulearn.2018.1326

- 10 The Generation Y's sustainability perceptions and consumption habits in the footwear industry in Portugal. This paper intends to study the attitude that Millennial consumers (or Generation Y) have towards sustainability and sustainable purchasing habits and what they actually do in terms of their green purchasing behaviour regarding footwear. In order to understand this, some internal and external influencing factors were obtained from the literature review which can positively or negatively influence. 2018. Bernardes, João Pedro; Marques, António Dinis; Ferreira, Fernando; Nogueira, Mafalda; Luca, Alexandra. <http://hdl.handle.net/1822/55245>.

- 11 OKG: creating and developing an innovative clothing service. IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 254 (2017) 212001. This paper explores the creation, analysis and understanding of the feasibility and potential of an innovative service called OKG, which focuses on the question: "are people willing to use second-hand clothing and/or leased when traveling?". OKG is a rental service for the day-to-day, business, and also cultural clothing, depen. 2017. Bernardes, João Pedro; Nogueira, Mafalda. <http://hdl.handle.net/1822/58983>.
10.1088/1757-899X/254/21/212001

- 12 Innovative approaches to fashion services and sustainability. This paper explores the creation and acceptance of an innovative service called OKG, that is inspired by the 'slow fashion movement', and that focuses on the question: "are people willing to use second-hand clothing and/or leased when traveling?". OKG is a rental service for the day-to-day, business, and also cultural clothing. The creation and development of this service happened through the use. 2017. Bernardes, João Pedro; Marques, António Manuel Dinis Ribeiro; Ferreira, Fernando; Nogueira, Mafalda. <http://hdl.handle.net/1822/46922>.

Atividades

Orientação

	Título/Tema Papel desempenhado	Curso (Tipo) Instituição / Organização
2023 - 2023	The connection between mindfulness, sustainable consumption and consumer well-being Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2023 - 2023	A influência de uma estratégia de employer branding na felicidade organizacional dos clientes internos Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal

2023 - 2023	Experiência do consumidor no ponto de venda: O caso da loja da Universidade do Porto Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2023 - 2023	A ascensão da tribo do skateboarding e a sua influência no mercado de moda streetwear Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2023 - 2023	"I can buy myself flowers or maybe not": Uma análise de clusters ao perfil do consumidor português de flores e plantas ornamentais Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2023 - 2023	A perceção do cliente interno sobre a relação entre o employer value proposition e o turnover: O estudo de caso da Silver Lining Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2023 - 2023	A perceção do consumidor sobre a influência dos fatores da atmosfera em loja na sua experiência de compra no retalho alimentar Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2023 - 2023	As atitudes do consumidor em relação ao marketing pela causa rainbow: Washing or not washing Coorientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	O papel do mix comunicacional na gestão de relacionamentos business-to-business: O caso Smartex.ai Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	O papel do teletrabalho como prática de marketing interno, na promoção da felicidade organizacional: Estudo de caso da Capgemini Engineering Portugal Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	O papel da confiança, comunicação e compromisso na dinâmica dos relacionamentos: Estudo de caso do relacionamento clientes certificados – Entidade certificadora no setor têxtil Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal

2022 - 2022	A importância da felicidade organizacional no desenvolvimento de uma estratégia de marketing interno Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	Os gaps de perceção entre as marcas e os influenciadores digitais de moda, beleza e lifestyle Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	O papel dos influenciadores digitais sustentáveis na consciencialização ambiental dos seus seguidores Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	Fatores explicativos da experiência do consumidor nas lojas de vestuário infantil: Estudo de caso da Ativo Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	O processo de cocriação da marca cultural e sustentável "Amor Meu" Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	Representation matters: LGBTQI+ representation in brands' advertising Orientador	Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	The paradox between sustainability and fashion: Implementation of sustainable education in the fashion industry Orientador	Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	O impacto da confiança e da comunicação digital na jornada do consumidor online: o estudo de caso MO Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal
2022 - 2022	O onboarding como um primeiro passo para o desenvolvimento de uma estratégia de marketing interno: Estudo de caso kpBuS Orientador	Gestão de Marketing (Mestrado) Instituto Português de Administração de Marketing, Portugal

Distinções

Outra distinção

2016 Best lecturer award

2016	Research funding "The Slow Food Project"
2015	Research funding "Portuguese consumer attitudes towards Food Labelling" Organisation mondiale de la Santé pour Afrique, Congo - Brazzaville
2007	Doctoral Scholarship (BD) awarded by the Portuguese Foundation for Innovation and Technology (FCT) in 2007 Fundação para a Ciência e a Tecnologia, Portugal
2007	Doctoral Scholarship (BD) awarded by the Lancaster University, Management School Lancaster University, Reino Unido