

Necessário: 10/11/18

Expo: 16/11/18

TID: 202105059

Tipo de Acesso: Restrito (24 meses)

Handle: 18260

ISCTE IUL

INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

110527

Digital Thesis License Agreement

Name: Miguel Ângelo Martins

E-mail: miguelamartins.24@gmail.com

Phone number: 914823049

Identity card / Passport: 14657402

Nationality: Portuguese

☐ PhD Thesis

☒ Master Dissertation

☐ Master Project

Title: Does ethics in advertisement affect consumption and brand loyalty in the

Portuguese beer market? Millennials vs Generation X Perception

Advisor(s): Prof. Mónica Mendes Ferreira

Designation of 'Masters' or 'PhD':

Management

I declare that the version submitted is the final version approved by the jury. Otherwise it will be delivered after approval by the jury.

I declare that I have read the full version of the Despacho n.º 65/2015* (ISCTE-IUL Open Access Policy: https://repositorio.iscte-iul.pt/documentos/politica_de_acesso_aberto_do_iscte_iul.pdf) which provides, namely, the rules and storage conditions of theses and dissertations in the ISCTE-IUL Repository.

I grant to the ISCTE-IUL and its agents, through its institutional repository, a non-exclusive license to archive and make accessible, under one of the conditions below, my thesis or dissertation, in whole or in part, on electronic format:

☐ No restriction on availability of all work for worldwide access;

☒ Immediate availability of all work for exclusive access at ISCTE-IUL:

☐ 12 months

☒ 24 months

☐ 36 months

15/11/2020

☐ Embargo (Granted on an exceptional basis upon reasoning. Failure to submit evidence to support the request invalidates it.):

☐ up to 18 months

☐ up to 36 months (exclusive PhD)

I retain all other ownership to the copyright of the thesis or dissertation, and the right to use it in future works, such as articles or books, all or part of this thesis or dissertation.

ISCTE-IUL, 28/09/2018

Signature

Miguel Martins

[Início](#)[Doutoramentos](#)[Mestrados](#)[Pesquisa](#)[Contactos](#)[Ajuda](#)[Terminar sessão](#)

O registo foi gravado com sucesso.

Dados de identificação

TID: 202105059

*Nome do Autor: Miguel Ângelo Martins

*Sexo: ☒ Masculino ☐ Feminino

*Data de nascimento: 5 - 2 - 1994

*N.º de identificação: 14657402

*Tipo de identificação: B.I. Nacional/Cartão de Cidadão

*País de nacionalidade: Portugal

Outra nacionalidade:

Morada:

Telefone:

*E-mail: mamo11@iscte-iul.pt

Outro(s) E-mail(s):

Dados do registo de atribuição de grau mestre

Identificador interno atribuído pelo estabelecimento: < Novo

*Estabelecimento: 6800-ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

*Unidade orgânica: 6800-ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

*Curso: 9295-Gestão (M2)

*Especialização: 1000017-Sem especialização

*Título do trabalho: DOES ETHICS IN ADVERTISEMENT AFFECT CONSUMPTION AND BRAND LOYALTY IN THE PORTUGUESE BEER MARKET? MILLENNIALS VS GENERATION X PERCEPTION

Área de educação e formação do curso: Gestão e Administração

*Palavras-chave [Separadas por ';'] : Ethics, Purchase Intention, Brand Loyalty, Millennials, Generation X

*Orientador(es):

	Nome	ORCID	N.º de identificação	Tipo de identificação
1	Mónica Montes Mendes Rocha Ferreir		09452532	B.I. Nacional/Cartão de Cidadão
2				escolher

Coorientador(es):

*Data de concessão do grau: 16 - 11 - 2018

*Classificação final: 15 valores

*Curso em parceria? ☐ Sim ☒ Não

Identificador RCAAP: [http://hdl.handle.net/xxxxx]

Observações:

[Gravar](#)[Cancelar](#)[« Voltar](#)[Remover registo atual](#)