

Aviso: [2025-12-26 07:59] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Informação Desatualizada: A informação contida neste perfil público poderá estar desatualizada.

Cristina Oliveira



Áreas de Investigação

Comportamento do Consumidor, Qualidade do Serviço, Social Media

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE/IUL	Doutoramento	PhD in Tourism Management	2019
INDEG-IUL	Pós-graduação	Gestão de Produtos Turísticos	2001
Cardiff University, Wales, UK	Mestrado	Mestrado em Educação	1992

Total de Citações

Web of Science®	210
Scopus	304

Publicações

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

1	<p>Ting, Y., Moro, S., Rita, P. & Oliveira, C. (2022). Insights from sentiment analysis to leverage local tourism business in restaurants. <i>International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research</i>. 16 (1), 321-336</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 11</p> <p>- N.º de citações Scopus: 16</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 25</p>
2	<p>Oliveira, C., Rita, P. & Moro, S. (2021). Unveiling island tourism in Cape Verde through online reviews. <i>Sustainability</i>. 13 (15)</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 4</p> <p>- N.º de citações Scopus: 7</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 8</p>
3	<p>Oliveira, C., Brochado, A., Moro, S. & Rita, P. (2019). Consumer perception of tourist experience through online reviews. <i>Worldwide Hospitality and Tourism Themes</i>. 11 (6), 696-717</p> <p>- N.º de citações Scopus: 23</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 30</p>
4	<p>Moro, S., Rita, P., Esmerado, J. & Oliveira, C. (2019). Unfolding the drivers for sentiments generated by Airbnb experiences. <i>International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research</i>. 13 (4), 430-442</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 12</p> <p>- N.º de citações Scopus: 18</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 29</p>
5	<p>Moro, S., Batista, F., Rita, P., Oliveira, C. & Ribeiro, R. (2019). Are the States United? An analysis of US hotels' offers through TripAdvisor's eyes. <i>Journal of Hospitality and Tourism Research</i>. 43 (7), 1112-1129</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 14</p> <p>- N.º de citações Scopus: 13</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 22</p>
6	<p>Brochado, A., Oliveira, C., Rita, P. & Oliveira, F. (2019). Shopping centres beyond purchasing of luxury goods: A tourism perspective. <i>Annals of Leisure Research</i>. 22 (4), 484-505</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 17</p> <p>- N.º de citações Scopus: 18</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 30</p>
7	<p>Brochado, A., Rita, P., Oliveira, C. & Oliveira, F. (2019). Airline passengers' perceptions of service quality: Themes in online reviews. <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>. 31 (2), 855-873</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 101</p> <p>- N.º de citações Scopus: 106</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 190</p>
8	<p>Moro, S., Rita, P. & Oliveira, C. (2018). Factors influencing hotels' online prices. <i>Journal of Hospitality Marketing and Management</i>. 27 (4), 443-464</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 51</p> <p>- N.º de citações Scopus: 50</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 85</p>
9	<p>Moro, S., Rita, P., Oliveira, C., Batista, F. & Ribeiro, R. (2018). Leveraging national tourist offices through data analytics. <i>International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research</i>. 12 (4), 420-426</p> <p>- N.º de citações Scopus: 7</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 12</p>
10	<p>Oliveira, C., Brochado, A. & Correia, A. (2018). Seniors in international residential tourism: Looking for quality of life. <i>Anatolia</i>. 29 (1), 11-23</p> <p>- N.º de citações Scopus: 37</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 59</p>

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

1	Rita, P. & Oliveira, C. (2019). Web Marketing. Porto. Sociedade Portuguesa de Inovação.
2	Rita, P. & Oliveira, C. (2006). O marketing no negócio electrónico. Porto. SPI – Sociedade Portuguesa de Inovação. - N.º de citações Google Scholar: 68

- Capítulo de livro

1	Tiago, F., Oliveira, C., Brochado, A. & Moro, S. (2019). Mapping island tourism research. In Kavoura, A., Kefallonitis, E., and Theodoridis, P. (Ed.), Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics. (pp. 71-79). Northern Aegean: Springer Science and Business Media B.V. - N.º de citações Scopus: 9 - N.º de citações Google Scholar: 15
---	--

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Comunicação em evento científico

1	Oliveira, C., Brochado, A. & Moro, S. (2018). Island Tourism Experiences. Global Marketing Conference, Tokyo, Japan.
2	Oliveira, C., Brochado, A. & Moro, S. (2017). Critical Review of Research on Islands as Tourist Destinations: preliminary findings. 13th Iberian International Business Conference - ISCTE-IUL, Lisbon, Portugal.
3	Brochado, A., Oliveira, C., Oliveira-Brochado, F. & Rita, P. (2017). Main Dimensions of Airline Passengers' Experience. 4th World Research Summit for Tourism and Hospitality - University of Central Florida, Orlando, USA .
4	Oliveira, C., Brochado, A. & Moro, S. (2017). Critical review of research in Islands as tourist destinations - Preliminary findings. XIII Iberian International Business Conference.
5	Oliveira, C., Brochado, A. & Moro, S. (2017). Island Tourism Research: A Literature Review. 4th World Research Summit for Tourism and Hospitality - University of Central Florida, Orlando, USA.
6	Oliveira, C., Brochado, A. & Moro, S. (2017). Islands as Tourism Destination Research Review: A Text Analytics Approach. PhD Doctoral Colloquium - University of Malta.
7	Oliveira, C., Brochado, A. & Correia, A. (2016). Quality of life of Senior Residential Tourists: A Literature Review and Future Research. Tourism and Ageing Conference - ISCTE-IUL, Lisbon, Portugal.