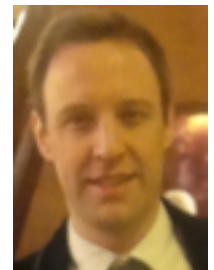


Aviso: [2019-08-23 09:41] este documento é uma impressão do portal Ciência-IUL e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência-IUL nessa data.

Fernando Jorge Almeida Oliveira Brochado

Contactos

E-mail	Fernando.Oliveira@iscte-iul.pt
Gabinete	AA2.30
Telefone	217903918



Currículo

Fernando Oliveira-Brochado is an invited lecturer of ISCTE-IUL, in the Marketing, Operations and General Management Department. He teaches curricular units such as Marketing Management, Fundamentals of Management and Quantitative Data Analysis in Marketing (BsC and MSc). He is an associate member of an academic and scientific research unit - ADVANCE; and a member of European Journal of Management Studies advisory board. Recently, he has also taught Research and Applied Research Techniques, in iDBA (international Doctoral Business and Administration Program). Now, he works on Career Development at IBS Career Services.

Áreas de Investigação

Consumer Psychology, Consumer Behavior, Hospitality and Tourism Management, Marketing Research, Psychometrics, Quantitative and Qualitative Analysis, Social Media Marketing Research.

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-IUL	Doutoramento	Tourism Management	2018
Institute of Biomedical Sciences Abel Salazar - ICBAS/UPorto	Doutoramento	Behavioral Sciences	2013

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Julieta Belarmina José David	A Proliferação de Universidades e seu Impacto na Qualidade do Ensino Superior	Português	ISCTE-IUL	2017
2	Orientador	Marta de Bragança Barahona Mendes Pinto	Chic by Choice - Customer Loyalty Programme	Inglês	ISCTE-IUL	2016
3	Orientador	Hashim Ibrahim	Corporate Branding Dimensions & Customers' Willingness to Share Brand Content Online	Inglês	ISCTE-IUL	2016
4	Orientador	RUI MANUEL MARTINS (Marketing)	ESTUDO DA ATITUDE DOS CONSUMIDORES FACE A PRODUTOS DE MARCA DE DISTRIBUIDOR EM ELETRÓNICA DE CONSUMO	Português	--	--
5	Orientador	ANTÓNIO ALVES DA LUZ (Marketing)	DETERMINANTES DA COMPRA DE IMITAÇÕES DE PRODUTOS DE LUXO	Português	--	--
6	Orientador	MARIA MARGARIDA DOS SANTOS REVESSO (Marketing)	A importância dos Blogues de Moda e Beleza no desenvolvimento da Compras Online	Português	--	--
7	Orientador	STOVER EDUARDO EZEQUIAS (Marketing)	A qualidade do serviço na TAAG - linhas aereas de angola: satisfação do cliente, intenções de recompra e passa-palavra	Português	--	--
8	Orientador	ANA MARTA FERNANDES (Marketing)	MOTIVAÇÕES DE PROCURA DE INFORMAÇÃO EM BLOGS E IMPACTO NA INTENÇÃO DE COMPRA E INTENÇÃO DE PASSA-A-PALAVRA	Português	--	--
9	Orientador	ANA JORGE COUTINHO (Marketing)	DETERMINANTES DA COMPRA DE IMITAÇÕES DE PRODUTOS DE LUXO	Português	--	--
10	Orientador	MIGUEL SILVEIRA (Marketing)	PERFIL DO E-ADEPTO DO SPORT LISBOA E BENFICA	Português	--	--
11	Orientador	ANA ROSA ANTUNES (Marketing)	ATITUDES DOS LEITORES DE BLOGUES DE MODA E BELEZA PERANTE AS PUBLICAÇÕES PATROCINADAS: INTENÇÃO DE COMPRA E EWOM	Português	--	--
12	Co-Orientador	SUSANA MARTINS PACHECO (Marketing)	CARACTERIZAÇÃO DA COMPRA OFFLINE E ONLINE DOS CLIENTES DE UMA MULTINACIONAL DE RETALHO	Português	--	--

13	Orientador	SARA MARGARIDA CARVALHO (Marketing)	ATITUDES FACE AO DINHEIRO, COMPRA POR IMPULSO, COMPRA COMPULSIVA E MATERIALISMO NUMA AMOSTRA DE JOVENS CONSUMIDORES	Português	--	--
----	------------	-------------------------------------	---	-----------	----	----

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Marion Agnès Dorotheé Blondel	Implementing a New Business Concept to Develop Virtual Reality Systems Accessibility	Inglês	ISCTE-IUL	2017
2	Orientador	Samuel Charles Einstein	Surfscholar Business Plan: Quality Reigns Supreme	Inglês	ISCTE-IUL	2016
3	Orientador	LUIS FILIPE FERREIRA (Marketing)	PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING PARA A EMPRESA EXTRA TIME SOLUTIONS, LDA	Português	--	--
4	Orientador	CARLA COSTA DE SOUSA (Marketing)	PLANO DE MARKETING PARA A PRODUTORA "MUSIC"	Português	--	--
5	Orientador	LAURA TEIXEIRA DE MIGUEL (Marketing)	Plano de Marketing para a empresa DIMA-Distribuição Madeira, LDA	Português	--	--
6	Orientador	JOANA GONÇALVES QUILHO (Marketing)	PLANO DE MARKETING: THE SKINNY BAGEL	Português	--	--

Total de Citações

Web of Science®	9
Scopus	12

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Brochado, A. & Brochado, F. (2019). What makes a glamping experience great?. Journal of Hospitality and Tourism Technology. 10 (1), 15-27
---	---

2	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 - N.º de citações Scopus: 1
3	Brochado, A., Santos, M., Oliveira-Brochado, F. & Esperança, J. (2018). Gambling behavior: instant versus traditional lotteries. <i>Journal of Business Research</i> . 88, 560-567 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 1
4	Brochado, A., Oliveira, C., Rita, P. & Oliveira-Brochado, F. (2018). Shopping centres beyond purchasing of luxury goods: a tourism perspective . <i>Annals of Leisure Research</i> . N/A
5	Brochado, A. & Oliveira-Brochado, F. (2018). Brand equity in the Portuguese vinho verde "green wine" market. <i>International Journal of Wine Business Research</i> . 30, 2-18 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 2
6	Brochado, A., Teiga, N. & Oliveira-Brochado, F. (2017). The ecological conscious consumer behavior: are the activists different?. <i>International Journal of Consumer Studies</i> . 41 (2), 138-146 - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Scopus: 4
7	Oliveira-Brochado, A., Brito, P. & Oliveira-Brochado, F. (2017). Correlates of adults' participation in sport and frequency of sport. <i>Science and Sports</i> . 32 (6), 355-363 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 4
8	Oliveira-Brochado, F., Brochado, A. & Caldeira, T. (2015). Os determinantes psicológicos do consumidor verde. <i>Encontros Científicos - Tourism and Management Studies</i> . 11 (2), 104-111
9	Brochado, A., Oliveira-Brochado, F. & Brito, P. Q. (2010). Effects of personal, social and environmental factors on physical activity behavior among adults. <i>Revista Portuguesa de Saúde Pública</i> . 28 (1), 7-17

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Brochado, A., Kang, W. & Oliveira-Brochado, F. (2018). Evaluating perceived CSR image in Brazil and Portugal in the food and drug retail industry . In <i>CSR and Climate Change Implications for Multinational Enterprises</i> . (pp. 137-161): EElgar.
---	--

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Oliveira-Brochado, A. & Oliveira-Brochado, F. (2016). Identifying the main dimensions of a consumer experience based on user generated contents. In <i>GICA 2016</i> . Valência
2	Oliveira-Brochado, F. & Brochado, A. (2014). Assessing pharmaceutical service quality: an examination of expectations and perceived quality. In <i>TMS Conference Series (2014) Perspetivas Contemporâneas em Marketing</i> . (pp. 5-20).

3	Oliveira-Brochado, F. & Figueiredo, V. (2014). Entrepreneurial Intentions among students of health sciences. In TMS Conference Series (2014) Perspetivas Contemporâneas em Recursos Humanos e Empreendedorismo. (pp. 419-430).
4	Oliveira-Brochado, F. & Brochado, A. (2014). Using HEdPERF to assess service quality assessment in higher education. In TMS Conference Series (2014) Perspetivas Contemporâneas em Tecnologias de Informação e Comunicação em Estratégia. (pp. 443-456).

- Comunicação em evento científico

1	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 .
2	Brochado, A., Santos, M., Oliveira-Brochado, F. & Esperança, J. (2017). Correlates of Lottery Gambling. GIKA 17.
3	Oliveira-Brochado, F., Kang, W. & Brochado, A. (2016). Assessing Corporate Social Responsibility Perceived Image. International Conference on Innovation & Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior.
4	Oliveira-Brochado, F. & Brochado, A. (2016). 'Identifying the main dimensions of a consumer experience based on user generated contents'. GIKA 16 - Valência.
5	Oliveira-Brochado, F. & Brochado, A. (2015). 'The Ecological Conscious Consumer Behavior: Are the Activists Different?'. Multinational Enterprises and Sustainable Development International Conference - MESD 15.
6	Oliveira-Brochado, F., Kang, W. & Brochado, A. (2015). 'Evaluating CSR Perceived Image in Brazil and Portugal in the Retail Industry'. Multinational Enterprises and Sustainable Development International Conference - MESD15.
7	Oliveira-Brochado, F., Brochado, A. & Figueiredo, V. (2014). Entrepreneurial Intentions among students of health sciences. TMS Algarve 2014: Management Studies International Conference.
8	Oliveira-Brochado, F. & Brochado, A. (2014). The psychological determinants of the green consumer. TMS Algarve 2014: Management Studies International Conference.
9	Oliveira-Brochado, F. & Oliveira-Brochado, A. (2014). Using HEdPERF to assess service quality assessment in higher education. TMS Algarve 2014: Management Studies International Conference.
10	Oliveira-Brochado, F. & Brochado, A. (2014). Assessing pharmaceutical service quality: an examination of expectations and perceived quality. TMS Algarve 2014: Management Studies International Conference.

Cargos de Gestão Académica

Coordenador da unidade curricular Marketing Social (2017)
Unidade/Área: Marketing

Prémios

Bolsa de Investigação Ph.D - FCT/Portugal (2005)

Associações Profissionais

Ordem dos Psicólogos (Desde 2013)