INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

Ciência_Iscte

Perfil Público

Aviso: [2026-11-06 02:12] 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.

Fernando Jorge Almeida Oliveira Brochado



Contactos

E-mail	Fernando.Oliveira@iscte-iul.pt
Gabinete	AA2.39
Telefone	217903918

Currículo

Fernando Oliveira-Brochado, the dynamic force in our Marketing, Operations, and General Management Department at ISCTE-IUL, brings a splash of expertise to our academic realm. As an invited lecturer, he orchestrates a symphony of knowledge in courses such as Marketing Management, Fundamentals of Management, and the art of Quantitative Data Analysis in Marketing, both at the undergraduate and master's levels.
Venturing beyond the classroom, Fernando proudly wears the badge of an associate member of the academic and scientific research unit ADVANCE, where ideas flourish and innovation takes flight. His influence extends further as a distinguished member of the advisory board for the European Journal of Management Studies.
Fernando has taken on the challenge of teaching Research and Applied Research Techniques in the international Doctoral Business and Administration Program (iDBA), showcasing his commitment to nurturing the next generation of business leaders.
With a keen eye for continuous improvement and career development, and a knack for unraveling the complexities of quantitative data in the realms of marketing and management, Fernando doesn't just teach – he orchestrates a symphony of knowledge. His expertise isn't confined to the classroom; he plays a pivotal role in supporting the management team at IBS.
Fernando Oliveira-Brochado: where education meets innovation, and business meets brilliance.His research in tourism management and service hospitality is a must-read for those delving into the intricacies of the industry. With a keen focus on advancing our understanding of tourism dynamics and enhancing service excellence in the hospitality sector, his work stands as a beacon for researchers, students, and professionals alike. Through meticulous exploration and insightful analyses, Fernando Oliveira-Brochado contributes invaluable insights that not only shape the scholarly landscape but also have practical applications for those navigating the ever-evolving world of tourism and hospitality. His commitment to elevating the field is evident in every page, making his research an indispensable resource for anyone passionate about the

future of these vital sectors.

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 PhD	2018
Institute of Biomedical Sciences Abel Salazar - ICBAS/UPorto	Doutoramento	Behavioral Sciences PhD	2013

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Julieta Belarmina José David	A Proliferação de Universidades e seu Impacto na Qualidade do Ensino Superior	Português	Iscte	2017
2	Marta de Bragança Barahona Mendes Pinto	Chic by Choice - Customer Loyalty Programme	Inglês	Iscte	2016
3	Hashim Ibrahem	Corporate Branding Dimensions & Customers' Willingness to Share Brand Content Online	Inglês	Iscte	2016
4	ANTÓNIO ALVES DA LUZ (Marketing)	DETERMINANTES DA COMPRA DE IMITAÇÕES DE PRODUTOS DE LUXO	Português	--	--
5	MARIA MARGARIDA DOS SANTOS REVESSO (Marketing)	A importância dos Blogues de Moda e Beleza no desenvolvimento da Compras Online	Português	--	--
6	ANA MARTA FERNANDES (Marketing)	MOTIVAÇÕES DE PROCURA DE INFORMAÇÃO EM BLOGS E IMPACTO NA INTENÇÃO DE COMPRA E INTENÇÃO DE PASSA-A-PALAVRA	Português	--	--

7	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	ANA JORGE COUTINHO (Marketing)	DETERMINANTES DA COMPRA DE IMITAÇOES DE PRODUTOS DE LUXO	Português	--	--
9	MIGUEL SILVEIRA (Marketing)	PERFIL DO E-ADEPTO DO SPORT LISBOA E BENFICA	Português	--	--
10	SARA MARGARIDA CARVALHO (Marketing)	ATITUDES FACE AO DINHEIRO, COMPRA POR IMPULSO, COMPRA COMPULSIVA E MATERIALISMO NUMA AMOSTRA DE JOVENS CONSUMIDORES	Português	--	--
11	ANA ROSA ANTUNES (Marketing)	ATITUDES DOS LEITORES DE BLOGUES DE MODA E BELEZA PERANTE AS PUBLICAÇÕES PATROCINADAS: INTENÇÃO DE COMPRA E EWOM	Português	--	--
12	RUI MANUEL MARTINS (Marketing)	ESTUDO DA ATITUDE DOS CONSUMIDORES FACE A PRODUTOS DE MARCA DE DISTRIBUIDOR EM ELETRÓNICA DE CONSUMO	Português	--	--
13	SUSANA MARTINS PACHECO (Marketing)	CARACTERIZAÇÃO DA COMPRA OFFLINE E ONLINE DOS CLIENTES DE UMA MULTINACIONAL DE RETALHO	Português	--	--

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

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

Total de Citações

Web of Science®	386
Scopus	545

Publicações

- **Revistas Científicas**

- Artigo em revista científica

1	Brochado, A., Souto, J. & Brochado, F. (2021). Dimensions of sustainable tour experiences. Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, 22(5), 625?648. https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1827479 - N.º de citações Web of Science®: 7 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 14
2	Brochado, A., Brito, C., Bouchet, A. & Oliveira-Brochado, F. (2021). Dimensions of football stadium and museum tour experiences: The case of Europe's most valuable brands. Sustainability, 13(12). https://doi.org/10.3390/su13126602 - N.º de citações Web of Science®: 15 - N.º de citações Scopus: 14 - N.º de citações Google Scholar: 33
3	Brochado, A., Troilo, M., Rodrigues, H. & Oliveira-Brochado, F. (2020). Dimensions of wine hotel experiences shared online. International Journal of Wine Business Research, 32(1), 59?77. https://doi.org/10.1108/IJWBR-12-2018-0072 - N.º de citações Scopus: 39 - N.º de citações Google Scholar: 61
4	Brochado, A., Oliveira, C., Rita, P. & Oliveira, F. (2019). Shopping centres beyond purchasing of luxury goods: A tourism perspective. Annals of Leisure Research, 22(4), 484?505. https://doi.org/10.1080/11745398.2018.1522594 - N.º de citações Web of Science®: 17 - N.º de citações Scopus: 20 - N.º de citações Google Scholar: 35
5	Brochado, A. & Brochado, F. (2019). What makes a glamping experience great?. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 10(1), 15?27. https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2017-0039 - N.º de citações Web of Science®: 77 - N.º de citações Scopus: 77 - N.º de citações Google Scholar: 181
6	Brochado, A., Rita, P., Oliveira, C. & Oliveira, F. (2019). Airline passengers' perceptions of service quality: Themes in online reviews. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31(2), 855?873. https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2017-0572 - N.º de citações Web of Science®: 119 - N.º de citações Scopus: 116 - N.º de citações Google Scholar: 227
7	Brochado, A. & Oliveira, F. (2018). Brand equity in the Portuguese vinho verde "green wine" market. International Journal of Wine Business Research, 30(1), 2?18. https://doi.org/10.1108/IJWBR-07-2016-0023 - N.º de citações Scopus: 23 - N.º de citações Google Scholar: 57

8	Brochado, A., Santos, M., Oliveira, F. & Esperança, J. (2018). Gambling behavior: Instant versus traditional lotteries. Journal of Business Research, 88, 560?567. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.001 - N.º de citações Web of Science®: 18 - N.º de citações Scopus: 15 - N.º de citações Google Scholar: 29
9	Oliveira-Brochado, A., Brito, P. Q. & Oliveira-Brochado, F. (2017). Correlates of adults' participation in sport and frequency of sport. Science and Sports, 32(6), 355?363. https://doi.org/10.1016/j.scispo.2017.03.005 - N.º de citações Web of Science®: 30 - N.º de citações Scopus: 27 - N.º de citações Google Scholar: 67
10	Brochado, A., Teiga, N. & Oliveira-Bochado, F. (2017). The ecological conscious consumer behaviour: Are the activists different?. International Journal of Consumer Studies, 41(2), 138?146. https://doi.org/10.1111/ijcs.12321 - N.º de citações Web of Science®: 93 - N.º de citações Scopus: 96 - N.º de citações Google Scholar: 170
11	Oliveira-Brochado, F., Brochado, A. & Caldeira, T. (2015). Os determinantes psicológicos do consumidor verde. Tourism and Management Studies, 11(2), 104?111. https://doi.org/10.18089/tms.2015.11213 - N.º de citações Web of Science®: 10 - N.º de citações Google Scholar: 40
12	Brochado, A., Oliveira-Brochado, F. & Brito, P. Q. (2010). Effects of personal, social and environmental factors on physical activity behavior among adults. Revista Portuguesa de Saúde Pública, 28(1), 7?17. - N.º de citações Google Scholar: 66

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Brochado, A., Maite Sena & Oliveira-Brochado, F. (2022). Wine tasting and appreciation experiences at wineries. Routledge Handbook of Wine Tourism (pp. 498?506). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003143628-44 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Oliveira-Brochado, F. (2021). Excellent cuisine worth a detour: Dimensions of luxury dining experiences. In Paula Rodrigues, Ana Pinto Borges (Ed.), Building consumer-brand relationship in luxury brand management. IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4369-6.ch006 - N.º de citações Scopus: 1

• 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. GIKA 2016.
2	Oliveira-Brochado, F. & Brochado, A. (2014). Assessing pharmaceutical service quality: an examination of expectations and perceived quality. TMS Conference Series (2014) Perspetivas Contemporâneas em Marketing (pp. 5?20).

3	Brochado, F., Figueiredo, V. & Brochado, A. (2014). Entrepreneurial Intentions among students of health sciences. In Margarida Jesus , Celísia Isabel Domingues Batista , Francisco Serra (Ed.), TMS Conference Series (2014) Perspetivas Contemporâneas em Recursos Humanos e Empreendedorismo (pp. 419?430). Escola Superior de Turismo da Universidade do Algarve.
4	Brochado, F. & Brochado, A. (2014). Using HEdPERF to assess service quality assessment in higher education. TMS Algarve 2014: Management studies international conference (pp. 443?456). UA.

- 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-C., 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., 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,.
6	Oliveira-Brochado, F. & Brochado, A. (2015). 'The Ecological Conscious Consumer Behavior: Are the Activists Different?'.. Multinational Enterprises and Sustainable Development International Conference - MESD 15,.
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,. - N.º de citações Google Scholar: 1
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,.

• Outras Publicações

- Outras publicações

1	Brochado, A., Oliveira-Brochado, F. & Moro, S. (2018). Island Tourism Experiences. 2018 Global Marketing Conference, Tokyo, Japan,. - N.º de citações Scopus: 110

Cargos de Gestão Académica

Secretário(a) (2025 - 2029)
Unidade/Área: Escola de Gestão

Secretário(a) (2024 - 2025)
Unidade/Área: Escola de Gestão

Secretário(a) (2023 - 2024)
Unidade/Área: Escola de Gestão

Secretário(a) (2022 - 2023)
Unidade/Área: Escola de Gestão

Prémios

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

Associações Profissionais

Ordem dos Psicólogos - Membro Efetivo (Desde 2013)