

**Aviso:** [2019-06-24 09:50] 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.

## João Ricardo Paulo Marques Guerreiro

### Professor Auxiliar

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

### Investigador Integrado

UNIDE-IUL - Unidade de Investigação em Desenvolvimento Empresarial (IBS)  
[Contabilidade, Marketing e Gestão]

### Investigador Associado

ISTAR-IUL - Centro de Investigação em Ciências da Informação, Tecnologias e Arquitetura (ISTA)  
[Information Systems]



## Contactos

<b>E-mail</b>	Joao.Guerreiro@iscte-iul.pt
<b>Gabinete</b>	D4.02
<b>Telefone</b>	217650591 (Ext: 221369)
<b>Cacifo</b>	133

## Currículo

João Guerreiro, PhD Marketing (ISCTE-IUL, Portugal), Professor Auxiliar de Marketing e Diretor do Mestrado em Marketing no ISCTE-IUL. Experiência profissional durante vários anos como consultor sénior na área de banca em projetos de Business Intelligence. Interesses de Investigação: Consumer Behavior/Neuromarketing, Digital Marketing, Business Intelligence. Publicações principais em revistas com revisão por pares: e.g. Journal of Business Ethics, European Journal of Marketing.

## Áreas de Investigação

Neuromarketing

Sistemas de Apoio à Decisão

Responsabilidade Social Corporativa
Decision Support Systems
Corporate Social Responsibility
Virtual Reality and Augmented Reality

## Outras Actividades Profissionais

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2015	INDEG-IUL	Portugal	Professor Convidado (unidades curriculares de Marketing Simulation, Business Analytics and Business Analytics for Human Resources)
2015 - 2015	IPAM	Portugal	Professor Convidado (unidades curriculares de Decision Support Systems in Marketing)
2012 - 2013	Victoria Seguros	Portugal	Gestor de Data Warehouse
2012 - 2013	Universidade Europeia	Portugal	Professor Convidado (unidades curriculares de Marketing Intelligence)
2008 - 2012	GTBC - Global Technologies and Business Consulting	Portugal	Business Manager / Project Director

## Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-IUL	Doutoramento	PhD in Marketing	2015
ISCTE-IUL	Mestrado	Master in Decision Support Systems	2009
Universidade Independente	Licenciatura	Computer Engineer	2006

## Unidades Curriculares Lecionadas (no ano lectivo corrente)

Ano Letivo	Semestre	Nome da Unidade Curricular	Coordenador
2018/2019	1º	Tópicos Avançados de Gestão I	Não
2018/2019	1º	Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.)	Sim
2018/2019	1º	Estratégia e Métodos de Business Analytics	Sim
2018/2019	1º	Web Marketing e Comércio Electrónico	Sim
2018/2019	1º	Sistemas de Informação de Marketing e Apoio à Decisão	Sim

2018/2019	1º	E-Business	Sim
2018/2019	1º	Estratégia de Marketing	Sim
2018/2019	2º	Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.)	Sim
2018/2019	2º	Expressão e Identidade da Marca	Sim
2018/2019	2º	Novas Tendências do Marketing	Sim
2018/2019	2º	Estratégia de Negócio e da Marca	Sim
2018/2019	2º	Tendências e Inovação	Sim
2018/2019	2º	Marketing Analytics	Sim

## Orientações

### • Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Orientador	Manuel Pereira Augusto	O COMPROMISSO ONLINE ENTRE O CONSUMIDOR E AS MARCAS UNILEVER EM PORTUGAL	--	Em curso	ISCTE-IUL
2	Orientador	Pedro Nuno Vaz Policarpo	Explorando o Desempenho Digital de Novas Bandas Usando o Envolvimento Online do Consumidor: Um Estudo Longitudinal	--	Em curso	ISCTE-IUL
3	Orientador	Mariana Gomes Pacheco	O Impacto da percepção de Greenwashing na Intenção de Compra do Consumidor	--	Em curso	ISCTE-IUL
4	Co-Orientador	Ana Margarida Lopes dos Santos	Como Reduzir a Vulnerabilidade Social aos Desastres Naturais - Uma Análise à Responsabilidade Social Corporativa	--	Em curso	ISCTE-IUL
5	Orientador	Joana Andrade Dias Posser Villar	Explorar como diferentes cheiros influenciam o comportamento do consumidor numa experiência em realidade virtual	--	Em curso	ISCTE-IUL

6	Orientador	Liliane Patrícia Lopes Correia	O que inverte a comunicação do word-of-mouth eletrónico negativo para positivo?	--	Em curso	ISCTE-IUL
7	Co-Orientador	Thomas Rodrigo Sande Lemos Azcue	Desenvolvimento de aplicação facilitadora para prestação de serviços	--	Em curso	ISCTE-IUL

#### - Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Co-Orientador	Catarina Isabel Neves Pereira da Silva	Serão os colaboradores comprometidos com a marca para a qual trabalham?	Inglês	ISCTE-IUL	2019
2	Co-Orientador	Sara Filipa Lourenço de Matos	A influência da tipicidade nos anúncios no sharing intention	Inglês	ISCTE-IUL	2018
3	Orientador	Inês Dias da Silva Pessoa de Amorim	Experienciar RA no Retalho: A Influência de Moment Marketing e Avatares nos Comportamentos do Consumidor	Inglês	ISCTE-IUL	2018
4	Orientador	Tomás Marques da Costa Góis Rodrigues	O Papel da Atenção e das Emoções em Campanhas Online de Retargeting	Inglês	ISCTE-IUL	2018
5	Orientador	Patrícia Gaspar Monteiro	O impacto da atenção na decisão de compra de vinho: O papel moderador dos prémios e das situações de consumo	Inglês	ISCTE-IUL	2018
6	Orientador	Ana Filipa Mesquita Vilas Boas	O impacto da comunicação na performance das relações online business-to-business	Inglês	ISCTE-IUL	2018
7	Orientador	Diogo Gonçalves Calvo André	O Impacto da Publicidade In-Game na Recordação e Reconhecimento da Marca em Videojogos Não-Lineares	Inglês	ISCTE-IUL	2018
8	Orientador	Myron Guftometros	Marketing de mídia social nas culturas: como o comportamento do consumidor nas páginas de marca do Facebook é diferente entre as culturas.	Inglês	ISCTE-IUL	2018
9	Orientador	Gonçalo Ramos Braz Mergulhão Mendes	O impacto das expressões faciais da emoção na decisão de compra do consumidor.	Inglês	ISCTE-IUL	2018
10	Orientador	Pedro Alexandre Pina Caniço Albano	O Impacto de Reviews em Formatos de Vídeo VS. Texto na Decisão de Compra do Consumidor	Português	ISCTE-IUL	2017

11	Co-Orientador	Ricardo Gil Fonseca Caetano	Main Drivers for Microtransactions as Impulse Purchases in E-Commerce	Inglês	ISCTE-IUL	2017
12	Co-Orientador	Muhamad Sabbir Mussá Omarji	Private Label Brands vs. National Brands: The effect of taste on consumers' emotions, perceived taste and willingness to Buy	Inglês	ISCTE-IUL	2017
13	Orientador	Ana Rebello de Andrade da Costa	A Text-Mining based model to detect unethical biases in online reviews: A Case-Study of Amazon.com	Inglês	ISCTE-IUL	2017
14	Co-Orientador	Carolina Leana Lopes dos Santos	Melhoria da atratividade internacional das Instituições de ensino superior através de Análise de Sentimentos.	Português	ISCTE-IUL	2016
15	Co-Orientador	Marta Alpedrinha Ramos de Almeida Nave	Influência dos sentimentos dos turistas nos social media para o desenvolvimento do Turismo.	Português	ISCTE-IUL	2016
16	Co-Orientador	Águeda Cabral Moreno	Análise de Sentimentos na classificação de comentários online aplicando técnicas de Text Mining	Português	ISCTE-IUL	2015

## • Projetos Finais de Mestrado

### - Terminadas

	Tipo de Orientação	Nome do Estudante	Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Orientador	Thiago Rodrigues Zafalon	On Stage - Conectando músicos à pessoas	Inglês	ISCTE-IUL	2018
2	Orientador	Marta Soares Gonçalves da Costa Martins	How TripAdvisor´s Reviewers Level of Expertise Influence their Online Rating Behaviour and the Usefulness of Reviews	Inglês	ISCTE-IUL	2017
3	Orientador	Emilie Bekhoej Utrup	A Digital Communication Plan for Quiksilver, Portugal	Português	ISCTE-IUL	2017
4	Orientador	Heidi Maria Tuulikki Sonne	Increasing Awareness and Reputation of Merck S.A. Portugal through Employee Advocacy	Inglês	ISCTE-IUL	2017
5	Orientador	Paulo Alexandre Rodrigues Ferreira	Implementação de Realidade Aumentada numa Plataforma de Mobile-Commerce na LUFU Surf CO	Português	ISCTE-IUL	2016

## Total de Citações

Web of Science®	39
Scopus	60

## Publicações

### • Revistas Científicas

#### - Artigo em revista científica

1	Pina, L. S., Loureiro, S. M. C., Rita, P., Sarmiento, E. M., Bilro, R. G. & Guerreiro, J. (2019). Analysing consumer-brand engagement through appreciative listening on social network platforms. <i>Journal of Promotion Management</i> . 25 (3), 304-313
2	Bilro, R. G., Loureiro, S. M. C. & Guerreiro, J. (2019). Exploring online customer engagement with hospitality products and its relationship with involvement, emotional states, experience and brand advocacy. <i>Journal of Hospitality Marketing and Management</i> . 28 (2), 147-171 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2
3	Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J., Eloy, S., Langaro, D. & Panchapakesan, P. (2019). Understanding the use of Virtual Reality in Marketing: a text mining-based review. <i>Journal of Business Research</i> . 100, 514-530 - N.º de citações Scopus: 1
4	Costa, A., Guerreiro, J., Moro, S. & Henriques, R. (2019). Unfolding the characteristics of incentivized online reviews. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> . 47, 272-281
5	Loureiro, S. M. C., Serra, J. & Guerreiro, J. (2019). How fashion brands engage on social media: a netnography approach. <i>Journal of Promotion Management</i> . 25 (3), 367-378
6	Santos, C. L., Rita, P. & Guerreiro, J. (2018). Improving international attractiveness of higher education institutions based on text mining and sentiment analysis. <i>International Journal of Educational Management</i> . 32 (3), 431-447 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 1
7	Nave, M., Rita, P. & Guerreiro, J. (2018). A decision support system framework to track consumer sentiments in social media. <i>Journal of Hospitality Marketing and Management</i> . 27 (6), 693-710 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 7
8	Guerreiro, J. & Moro, S. (2017). Are Yelp's tips helpful in building influential consumers?. <i>Tourism Management Perspectives</i> . 24, 151-154 - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Scopus: 5
9	Guerreiro, J., Rita, P. & Trigueiros, D. (2016). A text mining-based review of cause-related marketing literature. <i>Journal of Business Ethics</i> . 139 (1), 111-128 - N.º de citações Web of Science®: 15 - N.º de citações Scopus: 24

10	<p>Guerreiro, J., Rita, P. &amp; Trigueiros, D. (2015). Attention, emotions and cause-related marketing effectiveness. <i>European Journal of Marketing</i>. 49 (11-12), 1728-1750</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 12</p> <p>- N.º de citações Scopus: 15</p>
----	---

## • Livros e Capítulos de Livros

### - Capítulo de livro

1	<p>Loureiro, S. M. C. &amp; Guerreiro, J. (2018). Psychological behavior of generation Y: living between real and virtual reality. In Megan Gerhardt and Joy VanEck Peluchette (Ed.), <i>Millennials: Characteristics, Trends and Perspectives</i>. New-York: NOVA.</p>
---	---

## • Conferências/Workshops e Comunicações

### - Publicação em atas de evento científico

1	<p>Pina, L. S., Loureiro, S. M. C., Rita, P., Sarmento, E. M., Bilro, R. G. &amp; Guerreiro, J. (2018). The perception of active listening practice on social networks. In <i>Global Marketing Conference</i>. (pp. 1098-1106). Tokyo: Global Alliance of Marketing and Management Associations.</p>
2	<p>Loureiro, S. M. C., Serra, J. &amp; Guerreiro, J. (2018). Fashion brands communicating and interacting in Instagram: a netnography approach. In <i>Global Marketing Conference</i>. (pp. 1352-1362).: Global Alliance of Marketing and Management Associations.</p>
3	<p>Guerreiro, J., Eloy, S. &amp; Dias, M. S. (2018). Using mixed realities to explore consumers behaviors. In Sara Eloy, Manuel Alberto M. Ferreira, Maria João Oliveira (Ed.), <i>Winter School 2018 ISTAR-IUL Applied Transdisciplinary Research</i>. (pp. 14-15). Lisboa: Information Sciences, Technologies and Architecture Research Center (ISTAR-IUL).</p>
4	<p>Sonne, H., Guerreiro, J. &amp; Wohlschlegel, B. (2018). Increasing awareness and reputation of MERCK S.A. Portugal through employee advocacy. In <i>Academy of Marketing Science World Marketing Congress</i>. Porto</p>
5	<p>Bilro, R. G., Loureiro, S. M. C. &amp; Guerreiro, J. (2018). Analysing customer engagement on social network platforms devoted to tourism and hospitality. In <i>Global Marketing Conference</i>. (pp. 239-240). Tokyo: Global Alliance of Marketing and Management Associations.</p>
6	<p>Guerreiro, J. (2017). Understanding the drivers of tourists explicit recommendations . In <i>7th International Conference on Tourism Management and Related Issues</i>. Milan: European Institute for Advanced Studies in Management.</p>
7	<p>Oliveira, P., Rita, P. &amp; Guerreiro, J. (2017). PLAYING WITH THE BRAIN THROUGH ADVERTISING:Neurophysiological Methods' Application to Tourism. In <i>European Advertising Academy ICORIA 2017 Doctoral Colloquium</i>.</p>

### - Comunicação em evento científico

1	<p>Guerreiro, J., Marques, C. &amp; Vilas Boas, A.F. (2019). Online Business-to-Business Communication and Online Relationship: The Mediator Role of Trust. <i>48th EMAC Annual Conference</i> May 28 – 31, 2019 .</p>
2	<p>Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J., Eloy, S., Souto, D. &amp; Panchapakesan, P. (2019). Understanding the use of virtual reality in Marketing: A text-mining based review. <i>Research Seminars BRU-IUL</i> .</p>

3	Sonne, H., Guerreiro, J. & Wohlschlegel, B. (2018). Increasing Awareness and Reputation of MERCK S.A. Portugal through Employee Advocacy. 2018 Academy of Marketing Science World Marketing Congress.
4	Bilro, R.G., Loureiro, S. M. C. & Guerreiro, J. (2018). Analysing Customer Engagement on Social Network Platforms Devoted to Tourism and Hospitality. 2018 Global Marketing Conference at Tokyo.
5	Guerreiro, J., Eloy, S. & Dias, J. (2018). Using mixed realities to explore consumers behaviors. Winter School 2018 ISTAR-IUL.
6	Loureiro, S. M. C., Serra, J. & Guerreiro, J. (2018). Fashion Brands Communicating and Interacting in Instagram: A Netnography Approach. 2018 Global Marketing Conference at Tokyo.
7	Guerreiro, J. (2017). UNDERSTANDING THE DRIVERS OF TOURISTS EXPLICIT RECOMMENDATIONS. ICTMRI 2017 - INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM MANAGEMENT & RELATED ISSUES.
8	Guerreiro, J. (2014). Predictive Analytics in Hospitality and Tourism Management. SAS Forum Lisbon 2014.
9	Cardoso, E., Guerreiro, J. & Rita, P. (2013). O contributo do MSIAD para a formação de profissionais de BI em Portugal. SAS Forum Lisboa 2013.
10	Guerreiro, J., Rita, P. & Trigueiros, D. (2013). Predicting Consumer Decision Making Process: The interplay between emotions and attention during the purchase of cause-related products . Academy of Marketing.
11	Guerreiro, J. (2012). The interplay between emotions and attention during the purchase of cause-related products. EDAMBA Summer Academy 2012.
12	Guerreiro, J. (2011). Consumer Decision-Making Process: Using Graph Mining and Eye-Tracking to Capture Decision Strategies. EMAC Doctoral Colloquium.
13	Guerreiro, J. (2009). Customer Intelligence na estratégia das organizações. UAL - Business Intelligence Workshop 2009.
14	Guerreiro, J. (2009). Customer Intelligence: Acções radicais para a gestão do cliente por valor. SAS Fórum Lisbon 2009.
15	Guerreiro, J. (2009). Extracção de Regras de Redes Neuronais Artificiais. SAS Fórum Lisbon 2009.
16	Guerreiro, J. (2009). Modelos de Maturidade de Business Intelligence. Microstrategy Business Intelligence Conference 2009.
17	Guerreiro, J. (2008). Data Mining in Public Administration – Case Study. SAS Fórum Lisbon 2008.

## • Outras Publicações

### - Outras publicações

1	Guerreiro, J. & Trigueiros, D. (2010). A Unified Approach to the Extraction of Rules from Artificial Neural Networks and Support Vector Machines. Advanced Data Mining and Applications. 6441, 34-42 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 5
---	---



## Cargos de Gestão Académica

Coordenador da unidade curricular Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.) (2019)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Expressão e Identidade da Marca (2019)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Marketing Analytics (2019)  
Unidade/Área: Marketing

Director do Mestrado em Marketing (2019 - 2021)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Novas Tendências do Marketing (2019)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Negócio e da Marca (2019)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Tendências e Inovação (2019)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Web Marketing e Comércio Electrónico (2018)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Sistemas de Informação de Marketing e Apoio à Decisão (2018)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.) (2018)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular E-Business (2018)  
Unidade/Área: Gestão Geral

Coordenador da unidade curricular Estratégia e Métodos de Business Analytics (2018)  
Unidade/Área: Estatística e Análise de Dados

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Marketing (2018)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador do 3º Ano da Licenciatura em Gestão de Marketing (2018 - 2020)  
Unidade/Área: Gestão de Marketing

Coordenador da unidade curricular Animação de Equipas Comerciais e Negociação (2018)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Marketing 3.0 (2018)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Negócio e da Marca (2018)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Inovação e Criatividade em Marketing (2018)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Tendências e Inovação (2018)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Tendências e Inovação (2017)  
Unidade/Área: Marketing

Coordenador da unidade curricular Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.) (2017)  
Unidade/Área: Marketing

Director do Mestrado em Marketing (2017 - 2019) Unidade/Área: Marketing
Coordenador da unidade curricular Estratégia de Negócio e da Marca (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenador da unidade curricular Simulador de Marketing (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenador da unidade curricular Inovação e Criatividade em Marketing (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenador da unidade curricular Marketing 3.0 (2017) Unidade/Área: Marketing
Coordenador da unidade curricular Animação de Equipas Comerciais e Negociação (2017) Unidade/Área: Marketing
Membro da Comissão Pedagógica da Escola de Gestão (2017 - 2019) Unidade/Área: Comissão Pedagógica
Coordenador da unidade curricular Web Marketing e Comércio Electrónico (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenador do 3º Ano da Licenciatura em Gestão de Marketing (2016 - 2018) Unidade/Área: Gestão de Marketing
Coordenador da unidade curricular E-Business (2016) Unidade/Área: Gestão Geral
Coordenador da unidade curricular Sistemas de Informação de Marketing e Apoio à Decisão (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenador da unidade curricular Estratégia e Métodos de Business Analytics (2016) Unidade/Área: Estatística e Análise de Dados
Coordenador da unidade curricular Métodos Analíticos nos Recursos Humanos (2016) Unidade/Área: Recursos Humanos
Coordenador da unidade curricular Simulador de Marketing (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenador da unidade curricular Tendências e Inovação (2016) Unidade/Área: Marketing
Coordenador da unidade curricular Estratégia e Métodos de Business Analytics (2015) Unidade/Área: Estatística e Análise de Dados

## Prémios

Prémios Científicos do ISCTE-IUL 2018 (2018)
Prémios Científicos do ISCTE-IUL 2016 (2016)

## Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
---------------------------------	------------------	-----------------------	-----

Membro de comissão organizadora de evento científico	EURAM 2019	ISCTE-IUL	2019
Membro de comissão científica de evento científico	CISTI 2016	CISTI 2016	2016