

Aviso: [2024-08-24 18:14] 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.

Jorge Nascimento

Assistente de Investigação

BRU-Iscte - Business Research Unit (IBS)
[Grupo de Marketing]



Contactos

E-mail

Jorge_Nascimento@iscte-iul.pt

Gabinete

2W15

Currículo

Jorge Nascimento conduz investigação multidisciplinar na Business Research Unit (BRU-IUL), e lecciona no ISCTE Business School (ISCTE-IUL). Tem mais de 20 anos de experiência empresarial em funções de Comissão Executiva, comunicação, marketing digital, promocional, e gestão de equipas e produtos, em sectores diversos como Indústria, Retalho, Electrónica de Consumo e Telecomunicações.

A sua pesquisa na área do comportamento do consumidor, sustentabilidade, gestão de marcas e disrupção tecnológica encontram-se publicadas em revistas científicas internacionais diversas, de ranking Scopus Q1 e ABS. Adicionalmente, os seus interesses de pesquisa também incluem os aspectos emocionais e sociais dos processos de tomada de decisão do consumidor.

O Jorge colabora como revisor em diversas revistas e conferências internacionais, contribuiu para capítulos de livros, e apresentou o seu trabalho em eventos internacionais tais como a GAMMA/Global Marketing Conference, ANZMAC, and Euromed Academy of Business.

Áreas de Investigação

comportamento do consumidor

relações consumidor-marca

emoções

influências sociais

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa	Doutoramento	Gestão	2024
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa	Mestrado	Marketing	2007
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa	Licenciatura	Organização e Gestão de Empresas	2001

Orientações

• Dissertações de Mestrado - Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Huanzhang Jian	O que influencia as intenções de compra e o comportamento dos veículos elétricos entre os consumidores chineses?	Inglês	ISCTE-IUL	2023
2	Ana Margarida de Matos Fernandes	COMO É QUE O COMPORTAMENTO AUTO-EXPRESSIVO DOS CONSUMIDORES SE TRADUZ EM COMPORTAMENTO REAL NO QUE TOCA A PRODUTOS SUSTENTÁVEIS E QUAIS SÃO OS SEUS PRINCIPAIS GATILHOS	Inglês	ISCTE-IUL	2023
3	Maria Rita Nogueira da Silva Afonso	Os efeitos do Awe no Turismo Religioso: Poderá a Realidade Aumentada ter um papel importante?	Inglês	ISCTE-IUL	2022

Total de Citações

Web of Science®	51
Scopus	67

Publicações

• Revistas Científicas - Artigo em revista científica

1	Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2024). Boosting heritage recommendations through awe and augmented reality. <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i> . N/A
2	Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2024). Mapping the sustainability branding field: Emerging trends and future directions. <i>Journal of Product and Brand Management</i> . 33 (2), 234-257 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 7 - N.º de citações Google Scholar: 9
3	Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2024). Understanding the desire for green consumption: Norms, emotions, and attitudes. <i>Journal of Business Research</i> . 178 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 1
4	Guerreiro, J., Loureiro, S. M. C., Nascimento, J. & Duarte, M. (2023). How to earn a premium price: The effect of green marketing and brand coolness. <i>Journal of Communication Management</i> . 27 (1), 35-63 - N.º de citações Web of Science®: 9 - N.º de citações Scopus: 9 - N.º de citações Google Scholar: 17
5	Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2022). The PSICHE framework for sustainable consumption and future research directions. <i>EuroMed Journal of Business</i> . N/A - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 9 - N.º de citações Google Scholar: 12
6	Loureiro, S. M. C. & Nascimento, J. (2021). Shaping a view on the influence of technologies on sustainable tourism. <i>Sustainability</i> . 13 (22) - N.º de citações Web of Science®: 29 - N.º de citações Scopus: 38 - N.º de citações Google Scholar: 54

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2023). The impact of augmented and virtual reality for sustainable tourism. In Timothy Jung, M. Claudia tom Dieck, Sandra Maria Correia Loureiro (Ed.), <i>Extended Reality and Metaverse. XR 2022. Springer Proceedings in Business and Economics</i> . (pp. 148-156). Lisboa: Springer. - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 7
2	Nascimento, J., Afonso, M. R. N. da S. & Loureiro, S. M. C. (2023). The influence of awe and augmented reality (AR) for driving tourists' loyalty towards religious destinations. In Rust, R. T., Peres, R., Robinson, L., Nishio, C., and Garrett, T. (Ed.), <i>2023 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings "Marketing & Management Transformation in the Challenging Digital Environment"</i> . (pp. 640-645). Seoul, Republic of Korea: Global Alliance of Marketing and Management Associations.
3	Nascimento, J. & Loureiro, S. (2022). Three routes for sustainable consumer behaviours. In Harrigan, P., and Brush, G. (Ed.), <i>ANZMAC 2022: Reconnect & Reimagine: Conference Proceedings</i> . (pp. 95-98). Perth: ANZMAC.
4	Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2021). Green purchase behavior: A systematic review. In Vrontis, D., Weber, Y., and Tsoukatos, E. (Ed.), <i>14th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Contemporary Business Concepts and Strategies in the new Era</i> . (pp. 920-924). Online: EuroMed Press.

- Comunicação em evento científico

1	Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2023). Disruptive technologies in traditional heritage tourism: How to leverage loyalty with AR. AIRSI2023: The metaverse conference.
2	Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2022). The impact of Augmented and Virtual Reality for Sustainable Tourism . 7th XR international conference 2022.