

Aviso: [2024-12-22 02:46] 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

Professor Auxiliar Convidado

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

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
sustentabilidade

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

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord
2024/2025	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão;	Não
2024/2025	2º	Ferramentas de Comunicação de Marketing	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2024/2025	2º	Marketing Relacional	Mestrado em Marketing;	Não
2024/2025	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão Industrial e Logística; Licenciatura em Gestão;	Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Mafalda Dias Lisboa	Põe os teus influencers atrás da câmara: O Papel da Co-criação em Parcerias Autênticas entre Marcas e Influencers	--	Entregue	ISCTE-IUL
2	Adria Nicola Boberschi	Bussines plan: Sustainable T-shirts	--	Em curso	ISCTE-IUL

3	Margarida Pires Lopes	Elementos Visuais vs. Verbais no Marketing de Retalho Alimentar: Efeitos no Comportamento do Consumidor em Contextos de Retalho	--	Em curso	ISCTE-IUL
4	Cristiana Norberto Carapucinha	The Impact of Human and Virtual Influencers on Brand Coolness	--	Em curso	ISCTE-IUL

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Tomás Silvestre de Almeida	Embalagens ecológicas para um futuro sustentável: O impacto de diferentes estímulos na embalagem e preocupações ambientais na tomada de decisão do consumidor.	--	ISCTE-IUL	2024
2	Mariana Aguilar Ferraria	Como os Consumidores Discretos com Traços Psicológicos Específicos Moldam a Percepção de Coolness das Marcas de Luxo	--	ISCTE-IUL	2024
3	Beatriz Ramos Gomes da Assunção	Estudo do Comportamento de Compra de Cosméticos Verdes: uma Abordagem Alargada do Modelo de Comportamento Direcionado por Objetivos com Influências Psicológicas e Morais	--	ISCTE-IUL	2024
4	Carolina Rosa Marcelino	O Dilema do Turismo Sustentável: Explorar o Comportamento Pró-Ambiental dos Turistas	--	ISCTE-IUL	2024
5	Huanzhang Jian	O que influencia as intenções de compra e o comportamento dos veículos elétricos entre os consumidores chineses?	Inglês	ISCTE-IUL	2023
6	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
7	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®	64
Scopus	83

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	<p>Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2024). Boosting heritage recommendations through awe and augmented reality. <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>. 36 (11), 3841-3864</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 1</p>
2	<p>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</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 13 - N.º de citações Scopus: 15 - N.º de citações Google Scholar: 24</p>
3	<p>Nascimento, J. & Loureiro, S. M. C. (2024). Understanding the desire for green consumption: Norms, emotions, and attitudes. <i>Journal of Business Research</i>. 178</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 3</p>
4	<p>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</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 11 - N.º de citações Scopus: 11 - N.º de citações Google Scholar: 20</p>
5	<p>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</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 7 - N.º de citações Scopus: 8 - N.º de citações Google Scholar: 15</p>
6	<p>Loureiro, S. M. C. & Nascimento, J. (2021). Shaping a view on the influence of technologies on sustainable tourism. <i>Sustainability</i>. 13 (22)</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 31 - N.º de citações Scopus: 43 - N.º de citações Google Scholar: 66</p>

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	<p>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</i>. Springer Proceedings in Business and Economics. (pp. 148-156). Lisboa: Springer.</p> <p>- N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 9</p>
---	---

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.), 2023 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings "Marketing & Management Transformation in the Challenging Digital Environment". (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.), ANZMAC 2022: Reconnect & Reimagine: Conference Proceedings. (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.), 14th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Contemporary Business Concepts and Strategies in the new Era. (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.

Projetos de Investigação

Título do Projeto	Papel no Projeto	Parceiros	Período
SMart Industrial Tourism in the Mediterranean	Investigador	BRU-Iscte (Gestão), BRU-Iscte, Prato - Líder (Itália), XATIC - (Espanha), MDT - (Itália), HCIA - (Grécia), eZAVOD - (Eslovénia), EFRI - (Croácia)	2024 - 2026