

Aviso: [2026-04-13 19:45] 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.

José Pedro da Cunha Catalão Dionísio

Professor Catedrático

BRU-Iscte - Business Research Unit

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)



Contactos

E-mail	pedro.dionisio@iscte-iul.pt
Gabinete	0E02
Telefone	217650462 (Ext: 220208)
Cacifo	104-B

Currículo

Principais competências - Investigações nas áreas de Marketing Desportivo, Retalho, Marca e Novas Tendências de Marketing.

Competências profissionais - Direção do Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral durante 6 anos; Membro do Comité Científico do Laboratório de Investigação de Marketing Aplicado - Marketing FutureCast Lab

Ambições - Desenvolvimento de atividades de investigação que façam a ligação entre o conhecimento científico e as necessidades da sociedade nos domínios da investigação a que me dedico.

Áreas de Investigação

Marketing Desportivo
Retalho
Marca
Novas tendências de marketing

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Agregação	Gestão	2018
L'École des Hautes Études Commerciales	Doutoramento	Organização e Gestão de Empresas	1992
Jouy-en-Josas	Mestrado	Altos Estudos Comerciais	1988
Universidade de Paris Dauphine	Mestrado	Estratégia Comercial	1987
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Licenciatura	Organização e Gestão de Empresas	1983
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Licenciatura	Sociologia	1978

Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2008	AUDAX ISCTE (Future Cast Lab)	Portugal	Membro Conselho Científico e Investigador
2000 - 2004	IMR	Portugal	
1994 - 2002	Emirec Comunicação	Portugal	
1993 - 1998	Forglo (Tracy Internacional)	Portugal	
1984 - 1985	Fábrica Escola Irmãos Stephens	Portugal	
1983 - 1984	Microbelo	Portugal	
1976 - 1981	COOLI - comercialização de livros	Portugal	

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord
2025/2026	2º	Marketing Desportivo	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2024/2025	2º	Ateliers de Marketing		Não
2024/2025	2º	Projecto de Marketing Empresarial	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Não

2024/2025	2º	Animação de Equipas Comerciais e Negociação		Não
2024/2025	1º	Marketing Político	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2024/2025	1º	Gestão do Marketing		Não
2024/2025	1º	Gestão de Vendas		Sim
2024/2025	1º	Negociação Comercial		Sim
2024/2025	1º	Marketing Desportivo	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2023/2024	2º	Ateliers de Marketing		Sim
2023/2024	2º	Marketing Desportivo		Sim
2023/2024	2º	Placebranding Positioning	Outro em Pós graduação em Placebranding e Placemarketing;	Sim
2023/2024	2º	Webinar Placebranding e Placemarketing	Outro em Pós graduação em Placebranding e Placemarketing;	Não
2023/2024	2º	Projecto de Marketing Empresarial	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2023/2024	2º	Animação de Equipas Comerciais e Negociação		Sim
2023/2024	1º	Marketing Político	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2023/2024	1º	Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2023/2024	1º	Gestão do Marketing		Não
2023/2024	1º	Gestão de Vendas		Sim
2023/2024	1º	Negociação Comercial		Sim
2023/2024	1º	Marketing Desportivo	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2022/2023	2º	Ateliers de Marketing		Sim
2022/2023	2º	Projecto de Marketing Empresarial	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2022/2023	2º	Animação de Equipas Comerciais e Negociação		Sim

2022/2023	1º	Marketing Político		Sim
2022/2023	1º	Gestão de Vendas		Sim
2022/2023	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor		Sim
2022/2023	1º	Negociação Comercial		Sim
2022/2023	1º	Comunicação Integrada em Marketing		Sim
2022/2023	1º	Marketing Desportivo	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2021/2022	2º	Ateliers de Marketing		Sim
2021/2022	2º	Comunicação e Sistemas		Não
2021/2022	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2021/2022	2º	Animação de Equipas Comerciais e Negociação		Sim
2021/2022	1º	Marketing Político	Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política;	Sim
2021/2022	1º	Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2021/2022	1º	Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2021/2022	1º	Comunicação e Sistemas		Não
2021/2022	1º	Gestão de Vendas		Sim
2021/2022	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor		Sim
2021/2022	1º	Negociação Comercial		Sim
2021/2022	1º	Comunicação Integrada em Marketing		Sim
2021/2022	1º	Gestão de Canais de Distribuição		Sim
2021/2022	1º	Marketing Desportivo	Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2021/2022	1º	Marketing Desportivo	Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim

2020/2021	2º	Ateliers de Marketing		Sim
2020/2021	2º	Comunicação e Sistemas		Não
2020/2021	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2020/2021	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2020/2021	2º	Animação de Equipas Comerciais e Negociação		Sim
2020/2021	1º	Marketing Político	Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política;	Sim
2020/2021	1º	Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1	Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1	Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Workshop Omnichannel		Sim
2020/2021	1º	Gestão do Marketing		Sim
2020/2021	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor		Sim
2020/2021	1º	Negociação Comercial	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Comunicação Integrada em Marketing		Sim
2020/2021	1º	Gestão de Canais de Distribuição		Sim
2020/2021	1º	Marketing Desportivo	Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Marketing Desportivo	Curso de Especialização em Gestão e Marketing do Desporto; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2019/2020	2º	Marketing Político		Sim
2019/2020	2º	Comunicação em Marketing		Não
2019/2020	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2019/2020	2º	Animação de Equipas Comerciais e Negociação		Não

2019/2020	1º	Marketing Político	Curso de Pós Graduação em Assessoria de Comunicação e Política;	Sim
2019/2020	1º	Projeto em Gestão e Marketing do Desporto 1	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2019/2020	1º	Gestão de Vendas		Não
2019/2020	1º	Comportamento e Experiência do Consumidor		Sim
2019/2020	1º	Negociação Comercial	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2019/2020	1º	Comunicação Integrada em Marketing		Não
2019/2020	1º	Gestão de Canais de Distribuição		Não
2019/2020	1º	Marketing Desportivo	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Ana Comporta	A influência da comunicação da marca na formação da reputação corporativa	Português	Em curso	Iscte
2	Maria Manuel Guimarães	Valor da marca nos processos de fusão	Inglês	Em curso	Iscte
3	Maria Estarreja	Marca e actividade promocional	Inglês	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Maria Alves Machado de Sousa de Macedo	Influence of different sponsorship contexts in the Bios*-Consumer brand relationship model (BCBR model) mutualism and antagonism clusters and purchase intention	--	Iscte	2017
2	Ma Fei	Cosmeceutical Products in China?s Retail Pharmacies: a Consumers? Satisfaction Study	--	Iscte	2016

3	Ana Maria Vitorino Ferreira Comporta	A influência da avaliação da comunicação da marca na formação da reputação corporativa. A visão dos clientes empresariais	--	Iscte	2015
4	Ana Patrícia Pinto de Lima	A interdependência entre as marcas e as comunidades de marca? Os casos da Vespa e da Harley Davidson	Português	Iscte	2014
5	Luísa Cláudia Lopes Agante	As influências sobre as crianças na escolha de marcas de roupa e calçado	Português	Iscte	2010
6	Joana Pinto Leite César Machado Ortigão de Oliveira	A identidade corporativa em situação de fusão. Como se juntam nomes e logótipos e como as pessoas os percebem	Português	Iscte	2009
7	Ana Filipa da Rocha de Castro e Côrte-Real	A Atitude das Crianças Face Às Mascotes das Marcas	--	Iscte	2007

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Camila Alexandra de Almeida Monteiro Botão	Marketing Político	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Nádia Irine Mendes Gonçalves	A prática do Marketing de Influência no Instagram: O papel do influenciador digital	Português	Iscte	2023
2	Jurrian Martina	Um Vislumbre do Futuro: A Influência da Realidade Virtual e Realidade Aumentada na Indústria de Fitness	Inglês	Iscte	2023
3	Carolina Pereira Perez	O interesse das competições oficiais para as atletas sub-13 do futebol feminino	Português	Iscte	2022
4	Afonso Venes	Impactos da Pandemia Covid-19: Comportamento do Consumidor no Mercado de Café	Inglês	Iscte	2022
5	Hugo Miguel Marques da Costa	Novos Hábitos de Compra e Consumo na Categoria de Produtos de Limpeza após os Confinamentos provocados pela Covid-19	Inglês	Iscte	2022
6	Inês de Castro Côrte-Real Farinha Beirão	O impacto do Covid no comportamento do consumidor: a categoria de produto dos molhos	Inglês	Iscte	2022

7	Vasco Costa Pisa	Mudanças no comportamento do consumidor na compra e no consumo do setor de restaurantes causadas pelo confinamento	Inglês	Iscte	2022
8	Madalena Lucas de Almeida Nunes	O impacto do Patrocínio Desportivo no Valor da Marca	Inglês	Iscte	2022
9	Gabriel Antunes da Encarnação	O Impacto da Produção do Serviço e das Dimensões da Experiência na Lealdade dos visitantes de Festivais de Música Portugueses	Português	Iscte	2021
10	Diogo Matos dos Santos de Magalhães Oliveira	Patrocínios em Marketing Desportivo: Os efeitos de patrocínios desportivos no reconhecimento, exposição, atitude face a um patrocinador, congruência, intenções de compra e patrocínio simultâneo a um clube rival	Inglês	Iscte	2019
11	Maria Eugénia Gorjão Bertrand de Sousa Barriga	Inteligência Artificial Aplicada à Gestão de Marketing - Tendências e Projeções Segundo Especialistas	Inglês	Iscte	2019
12	Gonçalo Gomes Cunha	Avaliação do impacto de grandes provas de corrida em Lisboa	Português	Iscte	2019
13	Catarina Martins Reis	Atracção de Mega Eventos Desportivos para a Cidade de Lisboa	Inglês	Iscte	2018
14	Inês Alexandra Henriques Martins	Lisboa Desporto - Como atrair e manter motivados atletas não profissionais	Inglês	Iscte	2018
15	João Pedro Henriques Magalhães	Otimização do Orçamento de Marketing: Métricas-Chave e Tendências, de Acordo com os Especialistas	Inglês	Iscte	2018
16	Júlio Miguel Moreira Almeida	Sports spectatorship in Lisbon - how leveraging consumers' motivations can increase attendance and community spirit	Inglês	Iscte	2018
17	Raquel Patrícia Matos Sousa	THE IMPACT OF NEW RETAIL TRENDS IN THE CONTEXT OF CONVENIENCE STORES	Inglês	Iscte	2018
18	Mariana Ventura Rodrigues	New Trends In Store Atmosphere: An application to the telecommunication sector	Inglês	Iscte	2017
19	Filipe de Amaral Pedro Bota de Mendonça	New Trends in Marketing: The impact in convenience store's atmosphere	Inglês	Iscte	2017
20	Mafalda dos Santos Simões	New Trends in Store Atmosphere: An Application to the Banking Sector	Inglês	Iscte	2017
21	Filipa Loja Gomes Ferreira Evangelista	The Impact of New Trends in Supermarket Environment: The Case of the Olive Oil Sector	Inglês	Iscte	2017

22	Dharmite Tushar Narendra	The Influence of New Trends in Store Atmospherics on Customer Experience in a Convenience Store Environment in Portugal	Inglês	Iscte	2017
23	Enoque Jerónimo Nhatinombe Massango	Internacionalização como Estratégia de Competitividade: O caso do Grupo Soico	Português	Iscte	2016
24	Marco António Vicente Madeira Barruncho	Estádio 2.0 - O Futebol do Futuro Estudo de caso do Sport Lisboa e Benfica Manchester City	Português	Iscte	2015
25	Pedro Miguel Correia Nunes	Segmentação do Mercado de Acesso à Internet Segundo Critérios Comportamentais	Português	Iscte	2013
26	Pedro Miguel Oliveira de Carvalho	A Importância e o Futuro do E_book no Mercado Livreiro em Portugal	Português	Iscte	2012
27	João Pedro Ferreira Alves dos Santos	O seu Sofá no Estádio do Futuro. Tecnologia - Revolucionando a experiência do adeptos	Português	Iscte	2012
28	Sara Souto	Marketing Tribal	Português	ISCEM	--
29	Mac Vai Ium	Marketing num lugar pequeno	Português	Universidade de Macau	--
30	Miguel Lage	A dimensão tribal do consumo de produtos relacionados com clubes de futebol	Português	ISEG	--
31	Carlos Reis	Efeito da configuração do planograma na rentabilidade do linear	Português	--	--
32	Paula Hortinha	Aplicação do modelo Logit à marca própria de uma cadeia de distribuição retalhista	Português	Universidade Católica de Lisboa	--

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Tiago Rodrigues Peralta	HMS Triathlon Series e a sua Projeção para o ano 2025	Português	Iscte	2024
2	Jéssica Schepens Pires de Melo	Projeto Sport Clube União Torreense: Um carnaval a cada em 15 dias	Inglês	Iscte	2021
3	João Hugo Borges Barreto Silva	Plano de Negócio: Lost Doc, uma forma eficiente de encontrar e entregar itens perdidos aos seus proprietário.	Inglês	Iscte	2021
4	Francisco Martins Bação Saraiva	WHAT CHARACTERISTICS DO SPORTING CP MEMBERS PERCEIVE FOR THE NEXT BOARD PRESIDENT?	Inglês	Iscte	2019

5	André Pinto da Costa	Novas Tendências em Lojas de Conveniência	Inglês	Iscte	2018
6	Tiago Filipe Aleixo da Paula	Recruiting, Educating and Retaining Customers: The Case of Listerine	Inglês	Iscte	2017
7	Felipe Martins Brand da Costa	A Case Study on International Marketing - The challenge of a european fireplace company entering the brazilian market	Inglês	Iscte	2014
8	Ricardo Manuel da Silva Sá Pinto	O Impacto da Liderança do Treinador na Fase de Transição do Futebol de Formação para o Futebol Profissional	Português	Iscte	2013
9	José Miguel Pereira Diamantino de Matos	Apostas Desportivas Online Comportamento e Perfil do Apostador Português	Português	Iscte	2013
10	Amélia Maria de Brito Pires Eusébio	Na Imagem da Marca e na Atitude do Consumidor. Estudo exploratório da transferência da imagem no patrocínio e avaliação do seu impacto na intenção de compra da marca	Português	Iscte	2013
11	Marta Sofia Abrantes Lousada	From bookstores to digital era - How and why the information-seeking behavior is changing in education and which are the main factors that cause those changes and its impacts and challenges on the future of this business	Inglês	Iscte	2012
12	Gonçalo Pedro de Sousa de Leite Peixoto	L'Oréal Professionnel Homme Case Study	Inglês	Iscte	2012
13	Sofia Rodrigues Brito de Abreu	University students: buying behavior of books and illegal copy market	Inglês	Iscte	2012
14	Erika de Melo Monteiro Almeida	Portuguese Online Consumer and Buying Behavior for Home Products	Português	Iscte	2012
15	Filipa Inês da Graça Sousa	Retailtainment - Popota fun experience	Inglês	Iscte	2012
16	Cátia Alexandra dos Santos Reis	O Electronic Word-of-Mouth nas Comunidades Virtuais - Uma análise à presença da Westrags blogues de moda	Inglês	Iscte	2012
17	Daniela Duarte da Silva	Online Buying Behavior in Entertainment Products	Inglês	Iscte	2012
18	Afonso Manuel Costa Gaspar da Silva Domingos	Volvo Ocean Race: O retorno do investimento dos patrocinadores	Português	Iscte	2012
19	Danyel Gil Porato	Construir uma Campanha de Comunicação: Caso Diesel - L'Oreal Brandstorm 2010	Português	Iscte	2012
20	Joana Prieto Afonso de Neville e Lencastre	DIESEL - Reinforcing the Brand with a New Product	Inglês	Iscte	2012

21	Isabel Gonçalves Branco	--	--	Iscte	2011
22	Francisco José Mairois Ferreira	O Impacto da Crise Financeira de 2008 no Comportamento dos Investidores.	--	Iscte	2011
23	João Pedro Real de Sousa Ribeiro	--	--	Iscte	2011
24	José António Serrenho Vinagre	--	--	Iscte	2011
25	Rita António Mendes Rainha	Análise da Regularidade de Participação em Convenções de Fitness. Estudo de caso: Convenção Internacional de actividade física "O Corpo em Movimento" 2007 a 2010	Português	Iscte	2011
26	João Pedro Medeiros Cardoso	Patrocínios Desportivos: A Sagres e a Liga Portuguesa de Futebol Profissional.	--	Iscte	2011
27	Nuno Alexandre dos Reis Teixeira	O papel da recomendação online no processo de tomada de decisão dos jovens portugueses.	--	Iscte	2011
28	Isabel Rita Soromenho Silva Santos Sequeira	Caso Pedagógico Delta Q - Estratégia Integrada de Comunicação.	--	Iscte	2011
29	Luís Miguel de Sousa Sobral	Public e Tendering in Portugal - VortalGOV Case Study.	Português	Iscte	2011
30	Valter Jorge Alcoforado Barreira	Business Networking: As necessidades de aquisição de competências dos executivos em Portugal.	Português	Iscte	2011
31	Carla Cristina Gonçalves Gaspar	Qualidade da Prestação dos Serviços, na Fidelização e Retenção de Clientes do Health Club EVERY.BODY	Português	Iscte	2011
32	Ana Cristina Dinis da Silva Fanha Vicente Soares	Caso: Público - A Comunicação na Era da Mudança.	Português	Iscte	2010
33	Hugo Miguel Ramos Sousa	Patrocínios Desportivos, Dimensões mais Valorizadas numa Celebridade Desportiva por um Patrocinador.	Português	Iscte	2010
34	Marta da Silva Lopes	Corrida Novas Oportunidades - Porquê Participar?	Português	Iscte	2010
35	Cláudia Patrícia Vicente Canedo	Caso Gamebox - Como Inverter a Tendência de Estagnação de Vendas	Português	Iscte	2010
36	Henrique António Cardoso Martins	A Imagem da Arbitragem no Futebol de 11.	Português	Iscte	2010
37	Miguel Vasconcelos Esteves de Azevedo	Patrocínios no Futebol em Portugal - O caso do Sport Lisboa e Benfica.	Português	Iscte	2010

38	Ana Rita Antunes dos Santos	Como Atrair mais Público para os Jogos das Modalidades do Sport Lisboa e Benfica.	Português	Iscte	2009
----	-----------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	-----------	-------	------

Total de Citações

Web of Science®	101
Scopus	295

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	<p>Dionísio, P., Brochado, A., Leal, C. & Bouchet, A. (2022). Stakeholders' perspectives on hosting large-scale sports events. <i>Event Management</i>. 26 (2), 275-295</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 17</p>
2	<p>Brochado, A., Dionísio, P., Leal, M. do C., Bouchet, A. & Conceição, H. (2022). Organizing sports events: The promoters' perspective. <i>Journal of Business and Industrial Marketing</i>. 37 (6), 1291-1298</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 9 - N.º de citações Scopus: 10 - N.º de citações Google Scholar: 16</p>
3	<p>Brochado, A., Dionísio, P. & Leal, M. C. (2018). Sponsoring the football national team. <i>Journal of Business and Industrial Marketing</i>. 33 (5), 625-637</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 11 - N.º de citações Scopus: 10 - N.º de citações Google Scholar: 21</p>
4	<p>Pereira, H. G., Cardoso, M. & Dionísio, P. (2017). The determinants of website purchases: the role of e-customer loyalty and word-of-mouth. <i>International Journal of Electronic Marketing and Retailing</i>. 8 (2), 136-156</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 9</p>
5	<p>Abreu, M. E., Laureano, R. M. S., Sharifah, F. S. A., Vinhas da Silva, R. & Dionísio, J. (2015). Managing volunteerism behaviour: the drivers of donations practices in religious and secular organisations. <i>Journal of General Management</i>. 40 (3), 39-54</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 7 - N.º de citações Scopus: 4 - N.º de citações Google Scholar: 21</p>
6	<p>Abreu, M. E., Laureano, R. M. S., Vinhas da Silva, R. & Dionísio, J. (2015). Volunteerism, compassion and religiosity as drivers of donations practices. <i>International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing</i>. 20 (3), 256-276</p> <p>- N.º de citações Scopus: 25 - N.º de citações Google Scholar: 55</p>

7	Dionísio, J., Leal, M. & Vinhas da Silva, Rui (2014). Tribal marketing in sports. Revista Internacional de Deportes Colectivos. 19, 17-27
8	Dionísio, P., Leal, C., Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2013). Piracy among undergraduate and graduate students: influences on unauthorized book copies. Journal of Marketing Education. 35 (2), 191-200 - N.º de citações Scopus: 12
9	Dionísio, P., Leal, C. & Moutinho, L. (2008). Fandom affiliation and tribal behaviour: A sports marketing application. Qualitative Market Research: An International Journal. 11 (1), 17-39 - N.º de citações Scopus: 132
10	Dionísio, J., Leal, M., Leal, M. Carmo & Moutinho, L. (2008). A Phenomenological Research Study on Sports Fandom in Portugal: A Comparative Study of Surfing and Football. Journal of Euromarketing. 17 (3-4), 233-253 - N.º de citações Scopus: 6
11	Moutinho, L., Dionísio, P. & Leal, C. (2007). Surf tribal behaviour: a sports marketing application. Marketing Intelligence & Planning. 25 (7), 668-690 - N.º de citações Web of Science®: 61 - N.º de citações Scopus: 75

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

1	Dionísio, J., Rodrigues, J., Guerreiro, J., Canhoto, R. & Faria, H. (2024). AI_NOVATOR.
2	Luiz Moutinho, Valarinho, F., Pereira, H., Dionísio, J., Esteves, P. & Rodrigues, J. (2020). Gestão no Pós-Covid19 Exemplos e Tendências Inspiradoras. Lisboa. Prime Books.
3	Baynast, A., Lendrevie, L., Levy, J., Dionísio, J. & Rodrigues, J. (2018). Mercator 25 anos - O Marketing na era digital. Lisboa. D. Quixote.
4	Dionísio, J. & Rodrigues, J. (2015). Mercator da Língua Portuguesa. Alfragide, Portugal. Publicações Dom Quixote.
5	Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2012). Comportamentos de procura de informação e compra online. Lisboa, Portugal. Confederação do Comércio e Serviços de Portugal.
6	Moutinho, L., Dionísio, J., Rodrigues, J. & Pereira, H. (2012). Marketing Trends - Antecipar o futuro para inspirar o presente. Lisboa, Portugal. Bnomics.
7	Dionísio, J. & Leal, M. (2011). 25 Anos da história de distribuição em Portugal. Lisboa. Uniarme.
8	Lendrevie, J., Baynast, A., Dionísio, J. & Rodrigues, J. (2010). Publicitor, comunicação 360º online e offline. Lisboa. Publicações Dom Quixote.
9	Rodrigues, J. & Dionísio, J. (2010). Publicitor 360º. Lisboa. Dom Quixote.
10	Dionísio, J. (2009). Casos de sucesso em Marketing Desportivo. Alfragide, Portugal. Livros d'Hoje.
11	Rodrigues, J. & Dionísio, J. (2009). B-Mercator, Blended Marketing. Lisboa. Dom Quixote.

12	Dionísio, J., Rodrigues, J, Lendrevie, J & Lindon, D (2004). Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing. Dom Quixote.
13	Dionísio, J., Rodrigues, J., Lindon, D & Lendrevie, J (2000). Mercator 2000 – Teoria e Prática do Marketing. Dom Quixote.
14	Dionísio, J., Rodrigues, J., Lendrevie, J. & Brochand, B. (1999). Publicitor. Dom Quixote.
15	Dionísio, J., Rodrigues, J., Lindon, D & Lendrevie, J (1996). Mercator – Teoria e prática de Marketing. Dom Quixote.
16	Dionísio, J., Rodrigues, J., Lindon, D & Lendrevie, J (1992). Teoria e prática de Marketing. Dom Quixote.

- Editor de livro

1	Rodrigues, J., Dionísio, J., Pereira, H. & Crespo de Carvalho, J. (2011). Grupo Nabeiro - Gestão Sustentada e Sucesso Empresarial. Lisboa. B-nomics.
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- Capítulo de livro

1	Leal, C., Dionísio, J. & Brochado, A. (2020). National Team Fans: Is Passion Enough to Leverage Sponsor Brands?. In Multidisciplinary Perspectives on Media Fandom. (pp. 192-218): IGI Global. - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Dionísio, J. (2014). Marketing Desportivo – O Marketing da Paixão. In Novos Horizontes do Marketing.: Dom Quixote.
3	Dionísio, J. (2012). Políticas Públicas para a promoção da imagem externa. In Maria de Lurdes Rodrigues e Pedro Adão e Silva (Ed.), Políticas Públicas em Portugal. (pp. 439-450). Lisboa, Portugal: Imprensa Nacional - Casa da Moeda; ISCTE-IUL.
4	Dionísio, J. (2003). Cordão Humano por Timor. In Novas formas de mobilização popular.: Campo de Letras.
5	Dionísio, J. (2001). A Distribuição como sector de actividade económica. In eBusiness e Distribuição – Sectores em Mudança.: Bertrand Editora.
6	Dionísio, J. & Romero, J. (1993). Cenoura Case. In Cases in Marketing of Services: an International Collection.

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Teixeira, N., Pereira, H. G. & Dionísio, P. (2018). Online consumer generated content it's for real! the rise of social influence marketing. In 7th International Conference on Business and Economic Development, ICBED 2018. (pp. 358-366): The Academy of Business and Retail Management.
2	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. In Tourism and Ageing Conference, 2014. Estoril

3	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. In Stockholm School of Economics (Ed.), Shopper Marketing and Pricing Conference. (pp. 81-84). Stockholm: Stockholm School of Economics.
4	Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. G. M. S. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. In EIRASS. Philadelphia
5	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2013). Lifestyle Products and Services Online. In EIRASS. Philadelphia
6	Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. In International Network of Business and Management Journals. Lisbon
7	Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. In International Network of Business & Management Journals.
8	Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2012). Brand Logo Design: Examining consumer responses to name and logo characteristics. In International Marketing Trends Conference (Ed.), Proceedings of the 11th International Marketing Trends Conference, Venice, 19-21 January 2012. (pp. 0-0). Veneza: International Marketing Trends Conference.
9	Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2012). Brand mergers: How attitudes influence brand identity preferences. In EMAC (Ed.), EMAC: Lisbon, 20-24 May. (pp. 0-0). Lisboa: EMAC.
10	Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012). (pp. 0-0). Banja Luka
11	Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2011). Rebranding mergers: how important is the figurativeness of the brand's signs?. In International Marketing Trends Conference (Ed.), Proceedings of the 10th International Marketing Trends Conference, Paris: ESCP-EAP, 20-22 January 2011. (pp. 0-0). Paris: International Marketing Trends Conference.

- Comunicação em evento científico

1	Brochado, A., Dionísio, J., Leal, C. & Adrien Bouchet (2024). Inside the game: Understanding motivations and constraints in sports4all. European Marketing Academy regional Conference.
2	Leal, M. Carmo & Dionísio, J. (2019). How do the Portuguese choose the bed to lay their heads on? . Navigating the future of Management, International Conference .
3	Pereira, H., Dionísio, J. & Teixeira, N. (2018). Online Consumer Generated Content it's for real! The Rise of Social Influence Marketing. IECBD.
4	Dionísio, J., Brochado, A. & Leal, C. (2017). Sponsoring a nation – brand attributes of the Portuguese national team. 16th International Marketing Trends Conference.
5	Dionísio, J., Leal, M. & Vinhas da Silva, Rui (2014). Tribal Marketing in Sports. II Congreso Internacional de Actividad Física y Deportes.

6	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. Tourism and Ageing Conference, 2014.
7	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. Shopper Marketing and Pricing Conference. 81-84
8	Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. (2013). Lifestyle Products and Services Online. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference.
9	Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
10	Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
11	Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference.
12	Machado, J., Lencastre, P., Dionísio, J. & Vacas-de-Carvalho, L. (2012). Brand mergers: How attitudes influence consumer identity. Marketing to Citizens - Going beyond Customers and Consumers.
13	Dionísio, J. & Leal, M. (2012). Marketing FutureCast Lab - Prospecting Trends for a Better Future. Academy of Marketing Science - World Marketing Congress.
14	Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2012). Brand Logo Design: Examining consumer responses to name and logo characteristics. Proceedings of the 11th International Marketing Trends Conference, Venice, 19-21 January 2012.
15	Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) .
16	Machado, J., Vacas-de-Carvalho, L., Lencastre, P. & Dionísio, J. (2011). Rebranding mergers: how important is the figurativeness of the brand's signs?. Proceedings of the 10th International Marketing Trends Conference, Paris: ESCP-EAP, 20-22 January 2011.
17	Dionísio, J., Côte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2009). A brand triangle to avoid brand myopia. Proceedings of the Thought Leaders International Conference on Brand Management.
18	Dionísio, J., Lencastre, P. & Côte-Real, A.R. (2008). Children Attitudes toward Brand Mascots: Mascots Design and Children Recognition. Proceedings of the 3rd International Conference on Pluridisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption.
19	Dionísio, J., Lencastre, P. & Côte-Real, A.R. (2007). Children and brand mascots. Proceedings of the 6th International Marketing Trends Congress.
20	Dionísio, J., Lencastre, P. & Côte-Real, A.R. (2007). Mascots: an important brand signal among children. ICORIA - European Advertising Academy – 6th International Conference.
21	Dionísio, J., Côte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2007). Names and Logos Memorisation: an empirical research. Proceedings of the Thought Leaders International Conference on Brand Management.

22	Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2006). Mascots Recognition among Children. Proceedings of the Child and Teen Consumption, 2nd International Conference on Pluridisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption.
23	Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2006). Children Attitudes toward brand mascots. Proceedings of the 35th European Marketing Academy Conference (EMAC) .
24	Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2006). Mascots Design and Children Recognition. Proceedings of the Thought Leaders International Conference on Brand Management.
25	Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2006). How children interpret different design characteristics of the brand mascots?. Proceedings of the 36th European Marketing Academy Conference (EMAC).
26	Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2005). Children and brands. Proceedings of the 34th European Marketing Academy Conference (EMAC).
27	Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2005). Brand, mascots and children: a qualitative approach. Proceedings of the 4th International Conference on Research in Advertising, ICORIA.
28	Dionísio, J., Côrte-Real, A.R. & Lencastre, P. (2004). The Figurativeness of Brand Signs. Proceedings of the 33rd European Marketing Academy Conference (EMAC) .

• Outras Publicações

- Artigo sem avaliação científica

1	<p>Sarmiento, S., Pereira, J., Sousa, M., Dionísio, J., Cordeiro, Graça Índias, Pereira, M.F....Luis Monteiro Rodrigues et Al (2016). Gafchromic XR-QA2 film as a complementary dosimeter for hand-monitoring in CTF-guided biopsies. Journal of Applied Clinical Medical Physics. 17 (1), 316-327</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 5 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 6
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Projetos de Investigação

Título do Projeto	Papel no Projeto	Parceiros	Período
Competências digitais e empreendedorismo entre domínios para desafios sociais, KA220-HED - Cooperation partnerships in higher education ERASMUS+ 2021-2023	Investigador	IT-Iscte, BRU-Iscte, Unibo - (Itália), INRAE - (França), UAB - (Espanha), UNIL - (Suíça), TUKE - (Eslováquia), MIUN - (Suécia), CZI - Líder (Polónia), EUBA - (Eslováquia), TAMK - (Finlândia)	2021 - 2023

Cargos de Gestão Académica

<p>Director (2022 - 2024) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral</p>
<p>Director (2022 - 2023) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Director (2022 - 2025) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral</p>
<p>Membro (Docente) (2022 - 2026) Unidade/Área: Comissão Científica</p>
<p>Presidente (2022 - 2025) Unidade/Área: Comissão Científica</p>
<p>Membro (Docente) (2021 - 2023) Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico</p>
<p>Membro (Docente) (2021 - 2025) Unidade/Área: Conselho Geral</p>
<p>Coordenador (2020 - 2021) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing</p>
<p>Coordenador do 2º Ano (2020 - 2022) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Director (2020 - 2022) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Membro (Docente) (2019 - 2021) Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico</p>
<p>Coordenador do 2º Ano (2018 - 2020) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Coordenador (2018 - 2019) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing</p>
<p>Membro (Docente) (2018 - 2022) Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica</p>
<p>Membro (2018 - 2022) Unidade/Área: Comissão Científica</p>
<p>Director (2017 - 2020) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Coordenador (2017 - 2018) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing</p>
<p>Coordenador do 2º Ano (2016 - 2017) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Director (2016 - 2017) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Coordenador do 2º Ano (2016) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>
<p>Membro (2014 - 2018) Unidade/Área: Comissão Científica</p>
<p>Coordenador do 2º Ano (2014 - 2016) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing</p>

Director (2011 - 2013)
Unidade/Área: [058] Marketing e Gestão do Desporto

Director (2011 - 2013)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing

Membro (Docente) (2010 - 2014)
Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico

Director (2010 - 2011)
Unidade/Área: [058] Marketing e Gestão do Desporto

Director (2010 - 2011)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing

Membro (Docente) (2010 - 2014)
Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica

Director (2010 - 2014)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Presidente (2010 - 2014)
Unidade/Área: Comissão Científica

Membro (Docente) (2010 - 2014)
Unidade/Área: Comissão Científica