

**Aviso:** [2024-12-21 18:52] 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.

## José Pedro da Cunha Catalão Dionísio

**Diretor**

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

**Professor Catedrático**

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

**Investigador Associado**

BRU-Iscte - Business Research Unit (IBS)

[Grupo de Marketing]

### Contactos

**E-mail**

pedro.dionisio@iscte-iul.pt

**Gabinete**

D4.20

**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
2024/2025	2º	Ateliers de Marketing		Sim

2024/2025	2º	Projecto de Marketing Empresarial	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	2º	Animação de Equipas Comerciais e Negociação		Sim
2024/2025	1º	Marketing Político	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2024/2025	1º	Gestão de Vendas		Sim
2024/2025	1º	Negociação Comercial		Sim
2023/2024	2º	Ateliers de Marketing		Sim
2023/2024	2º	Marketing Desportivo	Seminário de Especialização em 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	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
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	Curso de Especialização em FORGEP - Formação em Gestão Pública;	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	Curso de Especialização em FORGEP - Formação em Gestão Pública;	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	Curso de Especialização em FORGEP - Formação em Gestão Pública;	Não
2020/2021	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos; Licenciatura em Gestão;	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	Outro em Programa Aplicado Online em Inovação em Marketing;	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		Sim
2019/2020	2º	Retail Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2019/2020	2º	Animação de Equipas Comerciais e Negociação		Sim

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		Sim
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		Sim
2019/2020	1º	Gestão de Canais de Distribuição		Sim
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-IUL
2	Maria Manuel Guimarães	Valor da marca nos processos de fusão	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL
3	Maria Estarreja	Marca e actividade promocional	Inglês	Em curso	ISCTE-IUL

#### - 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-IUL	2017
2	Ma Fei	Cosmeceutical Products in China?s Retail Pharmacies: a Consumers? Satisfaction Study	--	ISCTE-IUL	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-IUL	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-IUL	2014
5	Luísa Cláudia Lopes Agante	As influências sobre as crianças na escolha de marcas de roupa e calçado	Português	ISCTE-IUL	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-IUL	2009
7	Ana Filipa da Rocha de Castro e Côrte-Real	A Atitude das Crianças Face Às Mascotes das Marcas	--	ISCTE-IUL	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-IUL
2	Talita Tamelini	Do Atlântico ao Mediterrâneo	--	Em curso	ISCTE-IUL

### - 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-IUL	2023
2	Jurrian Martina	Um Vislumbre do Futuro: A Influência da Realidade Virtual e Realidade Aumentada na Indústria de Fitness	Inglês	ISCTE-IUL	2023
3	Carolina Pereira Perez	O interesse das competições oficiais para as atletas sub-13 do futebol feminino	Português	ISCTE-IUL	2022
4	Vasco Costa Pisa	Mudanças no comportamento do consumidor na compra e no consumo do setor de restaurantes causadas pelo confinamento	Inglês	ISCTE-IUL	2022
5	Afonso Venes	Impactos da Pandemia Covid-19: Comportamento do Consumidor no Mercado de Café	Inglês	ISCTE-IUL	2022

6	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-IUL	2022
7	Inês de Castro Côrte-Real Farinha Beirão	O impacto do Covid no comportamento do consumidor: a categoria de produto dos molhos	Inglês	ISCTE-IUL	2022
8	Madalena Lucas de Almeida Nunes	O impacto do Patrocínio Desportivo no Valor da Marca	Inglês	ISCTE-IUL	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-IUL	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-IUL	2019
11	Maria Eugénia Gorjão Bertrand de Sousa Barriga	Inteligência Artificial Aplicada à Gestão de Marketing - Tendências e Projeções Segundo Especialistas	Inglês	ISCTE-IUL	2019
12	Gonçalo Gomes Cunha	Avaliação do impacto de grandes provas de corrida em Lisboa	Português	ISCTE-IUL	2019
13	Catarina Martins Reis	Atracção de Mega Eventos Desportivos para a Cidade de Lisboa	Inglês	ISCTE-IUL	2018
14	Júlio Miguel Moreira Almeida	Sports spectatorship in Lisbon - how leveraging consumers' motivations can increase attendance and community spirit	Inglês	ISCTE-IUL	2018
15	Inês Alexandra Henriques Martins	Lisboa Desporto - Como atrair e manter motivados atletas não profissionais	Inglês	ISCTE-IUL	2018
16	João Pedro Henriques Magalhães	Otimização do Orçamento de Marketing: Métricas-Chave e Tendências, de Acordo com os Especialistas	Inglês	ISCTE-IUL	2018
17	Raquel Patrícia Matos Sousa	THE IMPACT OF NEW RETAIL TRENDS IN THE CONTEXT OF CONVENIENCE STORES	Inglês	ISCTE-IUL	2018
18	Mariana Ventura Rodrigues	New Trends In Store Atmosphere: An application to the telecommunication sector	Inglês	ISCTE-IUL	2017
19	Filipe de Amaral Pedro Bota de Mendonça	New Trends in Marketing: The impact in convenience store's atmosphere	Inglês	ISCTE-IUL	2017
20	Filipa Loja Gomes Ferreira Evangelista	The Impact of New Trends in Supermarket Environment: The Case of the Olive Oil Sector	Inglês	ISCTE-IUL	2017



21	Mafalda dos Santos Simões	New Trends in Store Atmosphere: An Application to the Banking Sector	Inglês	ISCTE-IUL	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-IUL	2017
23	Enoque Jerónimo Nhatinombe Massango	Internacionalização como Estratégia de Competitividade: O caso do Grupo Soico	Português	ISCTE-IUL	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-IUL	2015
25	Pedro Miguel Correia Nunes	Segmentação do Mercado de Acesso à Internet Segundo Critérios Comportamentais	Português	ISCTE-IUL	2013
26	Pedro Miguel Oliveira de Carvalho	A Importância e o Futuro do E_book no Mercado Livreiro em Portugal	Português	ISCTE-IUL	2012
27	João Pedro Ferreira Alves dos Santos	O seu Sofá no Estádio do Futuro. Tecnologia - Revolucionando a experiência do adepto	Português	ISCTE-IUL	2012
28	Mac Vai Ium	Marketing num lugar pequeno	Português	Universidade de Macau	--
29	Miguel Lage	A dimensão tribal do consumo de produtos relacionados com clubes de futebol	Português	ISEG	--
30	Carlos Reis	Efeito da configuração do planograma na rentabilidade do linear	Português	--	--
31	Paula Hortinha	Aplicação do modelo Logit à marca própria de uma cadeia de distribuição retalhista	Português	Universidade Católica de Lisboa	--
32	Sara Souto	Marketing Tribal	Português	ISCEM	--

## • Projetos Finais de Mestrado

### - Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Tiago Rodrigues Peralta	HMS Triathlon Series e a sua Projeção para o ano 2025	--	Entregue	ISCTE-IUL

### - Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Jéssica Schepens Pires de Melo	Projeto Sport Clube União Torreense: Um carnaval a cada em 15 dias	Inglês	ISCTE-IUL	2021

2	João Hugo Borges Barreto Silva	Plano de Negócio: Lost Doc, uma forma eficiente de encontrar e entregar itens perdidos aos seus proprietário.	Inglês	ISCTE-IUL	2021
3	Francisco Martins Bação Saraiva	WHAT CHARACTERISTICS DO SPORTING CP MEMBERS PERCEIVE FOR THE NEXT BOARD PRESIDENT?	Inglês	ISCTE-IUL	2019
4	André Pinto da Costa	Novas Tendências em Lojas de Conveniência	Inglês	ISCTE-IUL	2018
5	Tiago Filipe Aleixo da Paula	Recruiting, Educating and Retaining Customers:The Case of Listerine	Inglês	ISCTE-IUL	2017
6	Felipe Martins Brand da Costa	A Case Study on International Marketing - The challenge of a european fireplace company entering the brazilian market	Inglês	ISCTE-IUL	2014
7	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-IUL	2013
8	José Miguel Pereira Diamantino de Matos	Apostas Desportivas Online Comportamento e Perfil do Apostador Português	Português	ISCTE-IUL	2013
9	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-IUL	2013
10	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-IUL	2012
11	Gonçalo Pedro de Sousa de Leite Peixoto	L'Oréal Professionnel Homme Case Study	Inglês	ISCTE-IUL	2012
12	Cátia Alexandra dos Santos Reis	O Electronic Word-of-Mouth nas Comunidades Virtuais - Uma análise à presença da Westrags blogues de moda	Inglês	ISCTE-IUL	2012
13	Daniela Duarte da Silva	Online Buying Behavior in Entertainment Products	Inglês	ISCTE-IUL	2012
14	Sofia Rodrigues Brito de Abreu	University students: buying behavior of books and illegal copy market	Inglês	ISCTE-IUL	2012
15	Erika de Melo Monteiro Almeida	Portuguese Online Consumer and Buying Behavior for Home Products	Português	ISCTE-IUL	2012
16	Filipa Inês da Graça Sousa	Retailtainment - Popota fun experience	Inglês	ISCTE-IUL	2012

17	Afonso Manuel Costa Gaspar da Silva Domingos	Volvo Ocean Race: O retorno do investimento dos patrocinadores	Português	ISCTE-IUL	2012
18	Joana Prieto Afonso de Neville e Lencastre	DIESEL - Reinforcing the Brand with a New Product	Inglês	ISCTE-IUL	2012
19	Danyel Gil Porato	Construir uma Campanha de Comunicação: Caso Diesel - L'Oreal Brandstorm 2010	Português	ISCTE-IUL	2012
20	Francisco José Mairos Ferreira	O Impacto da Crise Financeira de 2008 no Comportamento dos Investidores.	--	ISCTE-IUL	2011
21	Isabel Gonçalves Branco		--	ISCTE-IUL	2011
22	João Pedro Real de Sousa Ribeiro		--	ISCTE-IUL	2011
23	José António Serrenho Vinagre		--	ISCTE-IUL	2011
24	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-IUL	2011
25	João Pedro Medeiros Cardoso	Patrocínios Desportivos: A Sagres e a Liga Portuguesa de Futebol Profissional.	--	ISCTE-IUL	2011
26	Nuno Alexandre dos Reis Teixeira	O papel da recomendação online no processo de tomada de decisão dos jovens portugueses.	--	ISCTE-IUL	2011
27	Isabel Rita Soromenho Silva Santos Sequeira	Caso Pedagógico Delta Q - Estratégia Integrada de Comunicação.	--	ISCTE-IUL	2011
28	Luís Miguel de Sousa Sobral	Public e Tendering in Portugal - VortalGOV Case Study.	Português	ISCTE-IUL	2011
29	Carla Cristina Gonçalves Gaspar	Qualidade da Prestação dos Serviços, na Fidelização e Retenção de Clientes do Health Club EVERY.BODY	Português	ISCTE-IUL	2011
30	Valter Jorge Alcoforado Barreira	Business Networking: As necessidades de aquisição de competências dos executivos em Portugal.	Português	ISCTE-IUL	2011
31	Ana Cristina Dinis da Silva Fanha Vicente Soares	Caso: Público - A Comunicação na Era da Mudança.	Português	ISCTE-IUL	2010
32	Hugo Miguel Ramos Sousa	Patrocínios Desportivos, Dimensões mais Valorizadas numa Celebridade Desportiva por um Patrocinador.	Português	ISCTE-IUL	2010
33	Cláudia Patrícia Vicente Canedo	Caso Gamebox - Como Inverter a Tendência de Estagnação de Vendas	Português	ISCTE-IUL	2010

34	Marta da Silva Lopes	Corrida Novas Oportunidades - Porquê Participar?	Português	ISCTE-IUL	2010
35	Henrique António Cardoso Martins	A Imagem da Arbitragem no Futebol de 11.	Português	ISCTE-IUL	2010
36	Miguel Vasconcelos Esteves de Azevedo	Patrocínios no Futebol em Portugal - O caso do Sport Lisboa e Benfica.	Português	ISCTE-IUL	2010
37	Ana Rita Antunes dos Santos	Como Atrair mais Público para os Jogos das Modalidades do Sport Lisboa e Benfica.	Português	ISCTE-IUL	2009

## Total de Citações

<b>Web of Science®</b>	216
<b>Scopus</b>	250

## Publicações

### • Revistas Científicas

#### - Artigo em revista científica

1	<p>Dionísio, P., Brochado, A., Leal, C. &amp; 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®: 2  - N.º de citações Scopus: 2  - N.º de citações Google Scholar: 4</p>
2	<p>Brochado, A., Dionísio, P., Leal, M. do C., Bouchet, A. &amp; 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 Scopus: 5  - N.º de citações Google Scholar: 7</p>
3	<p>Brochado, A., Dionísio, P. &amp; 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®: 7  - N.º de citações Scopus: 7  - N.º de citações Google Scholar: 15</p>
4	<p>Pereira, H. G., Cardoso, M. &amp; 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 Scopus: 8</p>
5	<p>Abreu, M. E., Laureano, R. M. S., Vinhas da Silva, R. &amp; 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 Web of Science®: 23  - N.º de citações Scopus: 20  - N.º de citações Google Scholar: 44</p>

6	<p>Abreu, M. E., Laureano, R. M. S., Sharifah, F. S. A., Vinhas da Silva, R. &amp; 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</p> <p>- N.º de citações Scopus: 4</p> <p>- N.º de citações Google Scholar: 7</p>
7	<p>Dionísio, J., Leal, M. &amp; Vinhas da Silva, Rui (2014). Tribal marketing in sports. <i>Revista Internacional de Deportes Colectivos</i>. 19, 17-27</p>
8	<p>Dionísio, P., Leal, C., Pereira, H. &amp; Salgueiro, M. F. (2013). Piracy among undergraduate and graduate students: influences on unauthorized book copies. <i>Journal of Marketing Education</i>. 35 (2), 191-200</p> <p>- N.º de citações Scopus: 10</p>
9	<p>Dionísio, J., Leal, M., Leal, M. Carmo &amp; Moutinho, L. (2008). A Phenomenological Research Study on Sports Fandom in Portugal: A Comparative Study of Surfing and Football. <i>Journal of Euromarketing</i>. 17 (3-4), 233-253</p> <p>- N.º de citações Scopus: 6</p>
10	<p>Dionísio, P., Leal, C. &amp; Moutinho, L. (2008). Fandom affiliation and tribal behaviour: A sports marketing application. <i>Qualitative Market Research: An International Journal</i>. 11 (1), 17-39</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 116</p> <p>- N.º de citações Scopus: 118</p>
11	<p>Moutinho, L., Dionísio, P. &amp; Leal, C. (2007). Surf tribal behaviour: a sports marketing application. <i>Marketing Intelligence &amp; Planning</i>. 25 (7), 668-690</p> <p>- N.º de citações Web of Science®: 61</p> <p>- N.º de citações Scopus: 70</p>

## • Livros e Capítulos de Livros

### - Autor de livro

1	<p>Luiz Moutinho, Valarinho, F., Pereira, H., Dionísio, J., Esteves, P. &amp; Rodrigues, J. (2020). <i>Gestão no Pós-Covid19 Exemplos e Tendências Inspiradoras</i>. Lisboa. Prime Books.</p>
2	<p>Baynast, A., Lendrevie, L., Levy, J., Dionísio, J. &amp; Rodrigues, J. (2018). <i>Mercator 25 anos - O Marketing na era digital</i>. Lisboa. D. Quixote.</p>
3	<p>Dionísio, J. &amp; Rodrigues, J. (2015). <i>Mercator da Língua Portuguesa</i>. Alfragide, Portugal. Publicações Dom Quixote.</p>
4	<p>Dionísio, J., Pereira, H. &amp; Cardoso, M. (2012). <i>Comportamentos de procura de informação e compra online</i>. Lisboa, Portugal. Confederação do Comércio e Serviços de Portugal.</p>
5	<p>Moutinho, L., Dionísio, J., Rodrigues, J. &amp; Pereira, H. (2012). <i>Marketing Trends - Antecipar o futuro para inspirar o presente</i>. Lisboa, Portugal. Bnomics.</p>
6	<p>Dionísio, J. &amp; Leal, M. (2011). <i>25 Anos da história de distribuição em Portugal</i>. Lisboa. Uniarme.</p>
7	<p>Lendrevie, J., Baynast, A., Dionísio, J. &amp; Rodrigues, J. (2010). <i>Publicitor, comunicação 360º online e offline</i>. Lisboa. Publicações Dom Quixote.</p>
8	<p>Rodrigues, J. &amp; Dionísio, J. (2010). <i>Publicitor 360º</i>. Lisboa. Dom Quixote.</p>

9	Dionísio, J. (2009). Casos de sucesso em Marketing Desportivo. Alfragide, Portugal. Livros d'Hoje.
10	Rodrigues, J. & Dionísio, J. (2009). B-Mercator, Blended Marketing. Lisboa. Dom Quixote.
11	Dionísio, J., Rodrigues, J, Lendrevie, J & Lindon, D (2004). Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing. Dom Quixote.
12	Dionísio, J., Rodrigues, J., Lindon, D & Lendrevie, J (2000). Mercator 2000 – Teoria e Prática do Marketing. Dom Quixote.
13	Dionísio, J., Rodrigues, J., Lendrevie, J. & Brochand, B. (1999). Publicitor. Dom Quixote.
14	Dionísio, J., Rodrigues, J., Lindon, D & Lendrevie, J (1996). Mercator – Teoria e prática de Marketing. Dom Quixote.
15	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	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.
9	Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference.
10	Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. (2013). Lifestyle Products and Services Online. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference.
11	Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. International Network of Business and Management Journals – INBAM.
12	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.
13	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) .
14	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.
15	Dionísio, J. & Leal, M. (2012). Marketing FutureCast Lab - Prospecting Trends for a Better Future. Academy of Marketing Science - World Marketing Congress.
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., Côrte-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) .

## 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

Director (2022 - 2024) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral
Director (2022 - 2023) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing
Membro (Docente) (2022 - 2026) Unidade/Área: Comissão Científica
Presidente (2022 - 2026) Unidade/Área: Comissão Científica

Director (2022 - 2026) Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral
Membro (Docente) (2021 - 2023) Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico
Membro (Docente) (2021 - 2025) Unidade/Área: Conselho Geral
Coordenador (2020 - 2021) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing
Coordenador do 2º Ano (2020 - 2022) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing
Director (2020 - 2022) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing
Membro (Docente) (2019 - 2021) Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico
Coordenador do 2º Ano (2018 - 2020) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing
Coordenador (2018 - 2019) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing
Membro (2018 - 2022) Unidade/Área: Comissão Científica
Membro (Docente) (2018 - 2022) Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica
Director (2017 - 2020) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing
Coordenador (2017 - 2018) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing
Coordenador do 2º Ano (2016 - 2017) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing
Coordenador do 2º Ano (2016) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing
Director (2016 - 2017) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing
Membro (2014 - 2018) Unidade/Área: Comissão Científica
Coordenador do 2º Ano (2014 - 2016) Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing
Director (2011 - 2013) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão de Marketing
Director (2011 - 2013) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Marketing e Gestão do Desporto
Membro (Docente) (2010 - 2014) Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico
Director (2010 - 2011) Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em 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