Aviso: [2026-11-06 13:08] 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.

Luis Pedro Miguel

Professor Auxiliar Convidado
BRU-Iscte - Business Research Unit
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)

Contactos

E-mail	Luis_Pedro_Miguel@iscte-iul.pt
Gabinete	AA3.27

Áreas de Investigação

- Marketing
- Comportamento do consumidor
- Agro Marketing
- Agro Business
- Retalho

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE Business School	Doutoramento	Gestão-Especialização Marketing	2021
ISCTE	Pós-graduação	Marketing Management	2010

ISCTE	Outro tipo de qualificação	Gestão Empresarial	2003
Universidade de Trás os Montes e Alto Douro	Licenciatura	Engenharia Zootecnica	1998
University College North Wales	Outro tipo de qualificação	World Animal Production	1994
Escola Superior Agraria de Santarem	Outro tipo de qualificação	Engenharia de Produção Animal	1992

Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2023	Universidade Europeia	Portugal	Pós Graduação Online Comunicação estratégica
Desde 2021	IADE-Universidade Europeia	Portugal	Docente nas cadeiras de Comportamento do Consumidor e Relações Publicas e Gestão de Eventos
Desde 2003	DM2 Martins, SL	Espanha	

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2026/2027	2º	Escrita de Textos Técnicos e Científicos	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2026/2027	2º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2026/2027	2º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2026/2027	1º	Escrita de Textos Técnicos e Científicos	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2026/2027	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2026/2027	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2026/2027	1º	Orientação de Mestrado	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2025/2026	2º	Escrita de Textos Técnicos e Científicos	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2025/2026	2º	Orientação de Mestrado	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não

2025/2026	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2025/2026	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2024/2025	2º	Escrita de Textos Técnicos e Científicos	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2024/2025	2º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2024/2025	1º	Escrita de Textos Técnicos e Científicos	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2024/2025	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2024/2025	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2024/2025	1º	Fim de semana intensivo final	Outro em Pós-graduação em ESG: Reporting e Gestão Sustentável;	Não
2023/2024	2º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2023/2024	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2023/2024	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2023/2024	1º	Organização Pessoal e Gestão do Tempo		Não
2023/2024	1º	Responsabilidade Social e Voluntariado		Não
2023/2024	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2022/2023	2º	Métodos e Técnicas de Estudo		Não
2022/2023	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2022/2023	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2022/2023	1º	Organização Pessoal e Gestão do Tempo		Não
2022/2023	1º	Responsabilidade Social e Voluntariado		Não
2022/2023	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2021/2022	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não

2021/2022	2º	Responsabilidade Social e Voluntariado		Não
2021/2022	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2021/2022	1º	Organização Pessoal e Gestão do Tempo		Não
2021/2022	1º	Responsabilidade Social e Voluntariado		Não
2021/2022	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2020/2021	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2020/2021	2º	Responsabilidade Social e Voluntariado		Não
2020/2021	2º	Gestão da Imagem Pessoal		Não
2020/2021	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2020/2021	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2020/2021	1º	Organização Pessoal e Gestão do Tempo		Não
2020/2021	1º	Responsabilidade Social e Voluntariado		Não
2020/2021	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2019/2020	2º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2019/2020	2º	Organização Pessoal e Gestão do Tempo		Não
2019/2020	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2019/2020	2º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2019/2020	1º	Organização Pessoal e Gestão do Tempo		Não
2019/2020	1º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2019/2020	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2018/2019	2º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não

2018/2019	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2018/2019	2º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2018/2019	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2018/2019	1º	Responsabilidade Social e Voluntariado		Não
2018/2019	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2017/2018	2º	Organização Pessoal e Gestão do Tempo		Não
2017/2018	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2017/2018	2º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2017/2018	1º	Métodos e Técnicas de Estudo	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2017/2018	1º	Gestão da Imagem Pessoal	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2016/2017	2º	Métodos e Técnicas de Estudo		Não
2016/2017	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2016/2017	2º	Gestão da Imagem Pessoal		Não
2016/2017	1º	Métodos e Técnicas de Estudo		Não
2016/2017	1º	Gestão da Imagem Pessoal		Não
2015/2016	2º	Métodos e Técnicas de Estudo		Não
2015/2016	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2015/2016	2º	Gestão da Imagem Pessoal		Não
2015/2016	1º	Métodos e Técnicas de Estudo		Não
2015/2016	1º	Pesquisa Bibliográfica e Análise da Informação		Não
2014/2015	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Daniela Marques Teixeira	O impacto da divulgação de conteúdo IA na autenticidade percebida, na confiança do consumidor e na intenção de compra em relação a influenciadores	--	Em curso	Iscte
2	Lara Clemente	Branding Urbano, Perceção e Overtourism: Um Estudo dos Imaginários dos Residentes em Veneza	Inglês	Entregue	Iscte
3	Cláudia Castro Soares Tomé	Prestígio em Segunda-mão: Anticonsumo, Ideologia Política e Sinalização de Estatuto Social no Mercado de Artigos de Luxo em Segunda mão	Inglês	Em curso	Iscte
4	Tiago Cordeiro Rodrigues	Publicidade em Aplicativos Móveis: As empresas devem investir nesta estratégia	Inglês	Entregue	Iscte
5	Inês Correia Nunes	A gestão do paradoxo entre popularidade e exclusividade na moda de luxo: o caso da Gucci	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	João Maria Bentes Pimenta Baptista Rodrigues	O Impacto da Perceção dos Consumidores na Relação de Lealdade com um Artista Musical	--	Iscte	2025
2	Winnie Siziba	Turismo médico	Inglês	Iscte	2024
3	Vanja Abramovic	Efeito da Responsabilidade Social Corporativa na Confiança e Fidelidade do Cliente na Indústria de Combustíveis no Varejo em Montenegro	Inglês	Iscte	2024
4	Anita Yona Chenga	Sinais sustentáveis, mentes cépticas: Sondagem dos factores publicitários que conduzem à perceção do greenwashing	Inglês	Iscte	2024
5	Ilka Stauvermann	Análise do Impacto Atual e Potencial dos Operadores de Turismo de Vida Selvagem Marinha na Conservação Marinha nos Açores	Inglês	Iscte	2024

6	Ana Cláudia Gouveia Caires	A Influência das Práticas Sustentáveis na Satisfação dos Clientes	Inglês	Iscte	2023
7	Ana Carolina Pão Mole Asper Simão	Micro-influencers: como é que os consumidores os percecionam, em termos de confiança e engagement, relativamente a sustentabilidade	Inglês	Iscte	2023
8	Kornilia Eleftheria Magkou	Estratégias de comunicação de marketing dos museus gregos para atrair turistas. Práticas comuns e tendências emergentes	Inglês	Iscte	2023
9	Winnie Siziba	Fatores que afetam a seleção de um destino de turismo médico	Inglês	Iscte	2022
10	Despoina Katsipi	Por que velejar durante o cruzeiro? As motivações para a escolha do turismo de vela; um estudo de caso na Grécia.	Inglês	Iscte	2022

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Gonçalo José Pacheco Plácido dos Santos	Da Prática à Estratégia: A Sustentabilidade ESG na Realidade da Prisca	Português	Iscte	2026

Total de Citações

Web of Science®	57
Scopus	81

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Miguel, L., Marques, S. & Duarte, A. P. (2023). Characterising the fruit and vegetables consumer ethnocentrism in a southern european country: an assesment of the reliability and validity of the CETSCALE in Portugal. Food Quality and Preference,(105). https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104770 - N.º de citações Web of Science®: 18 - N.º de citações Scopus: 17 - N.º de citações Google Scholar: 35

2	Miguel, L., Marques, S. & Duarte, A. P. (2022). The influence of consumer ethnocentrism on purchase of domestic fruit and vegetables in Portugal: Application of the extended theory of planned behaviour. British Food Journal, 124(13), 599?618. https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2021-1208 - N.º de citações Web of Science®: 39 - N.º de citações Scopus: 39

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Casaca, L. & Miguel, L. (2024). The influence of personalization on consumer satisfaction: Trends and challenges. In Albérico Travassos Rosário, Rui Nunes Cruz, and Luis Bettencourt Moniz (Ed.), Data-driven marketing for strategic success (pp. 256?292). Igi-Global. https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3455-3.ch010 - N.º de citações Scopus: 25

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Cavalinhos, S., Bilro, R. G. & Miguel, L. (2022). How veganism impacts tourists attitudes toward tourism destinations: An empirical study. Proceedings of the 51st Annual EMAC Conference (EMAC 2022). EMAC.
2	Bilro, R. G., Serras, S., Cavalinhos, S., Miguel, L. & Marques, S. (2022). How cool is to be engaged with Drunk Elephant? An analysis of usergenerated content campaigns on Instagram. Proceedings of the 51st Annual EMAC Conference (EMAC 2022). EMAC. - N.º de citações Google Scholar: 1
3	Casquilho-Martins, I. , Belchior-Rocha, H. & Miguel, L. (2021). Looking at b-learning and online experience in higher education during COVID-19. In Gómez Chova, L., López Martínez, A., and Candel Torres, I. (Ed.), EDULEARN21 Proceedings (pp. 7171?7180). IATED Academy. https://doi.org/10.21125/edulearn.2021.1448 - N.º de citações Google Scholar: 4
4	Miguel, L. & Marques, S. (2018). Exploring purchase behavior of country of origin labelled products using the theory of planned behavior: testing the moderating effect of product category. EIRASS-Recent Advances in retailing and consumer services.
5	Miguel, L. & Marques, S. (2018). Exploring purchase behaviour of country of origin: “Producers club” brand. 25th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science.
6	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. Academy of Marketing 2016.
7	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. International Conference on Innovation & Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour 2016.

- Comunicação em evento científico

1	Bilro, R.G., Serras, S., Cavalinhos, S., Miguel, L. & Marques, S. (2022). How cool is to be engaged with Drunk Elephant? An analysis of usergenerated content campaigns on Instagram. European Marketing Academy annual conference - EMAC 2022,.

2	Casquilho-Martins, I., Belchior-Rocha, H. & Miguel, L. (2021). Looking at b-learning and online experience in higher education during COVID-19. EDULEARN21 - 13th annual International Conference on Education and New Learning Technologies,.
3	Miguel, L. & Marques, S. (2018). Exploring purchase behavior of country of origin labelled products using the theory of planned behavior: Testing the moderating effect of product category. EIRASS-Recent advances in retailing and consumer services,.
4	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. Academy of Marketing 2016,.
5	Miguel, L. & Marques, S. (2016). Purchase intentions and behaviour for quality labelled PGI/PDO brands. International Conference on Innovation & Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour 2016,.

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão organizadora de evento científico	7th International XR conference	University of Manchester-ISCTE	2022

Actividades de Difusão

Tipo de Actividade	Título do Evento	Descrição da Actividade	Ano
Publicação de difusão geral para a sociedade (periódicos generalista, jornais, etc.)	Saber fazer, um olhar distanciado	Publicação no nº 1 da revista Print is Back, do IADE	2021