Aviso: [2026-11-13 16:12] 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.

Pedro Miguel Oliveira

Professor Auxiliar Convidado
BRU-Iscte - Business Research Unit
Núcleo de Competências Transversais



Contactos

E-mail	pedro.oliveira@iscte-iul.pt
Gabinete	AA3.27

Áreas de Investigação

- Neurociências
- Neuromarketing
- Advertising
- Topic Models
- Tourism
- Consumer Behaviour
- Statistics
- Econometrics
- Text Mining
- Inteligência Artificial

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
Universidade Europeia	Pós-graduação	Educação Digital	2025
ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa	Doutoramento	Gestão	2024
Instituto de Arte Design e Empresa - Universitário	Outro tipo de qualificação	Marketing and Advertising	2015
Instituto de Arte Design e Empresa - Universitário	Outro tipo de qualificação	Marketing and Advertising	2015
Universidade de Lisboa - Instituto Superior de Economia e Gestao	Mestrado	Econometria Aplicada e Previsão	2007
Universidade de Lisboa - Instituto Superior de Economia e Gestao	Pós-graduação	Marketing Research	2000
Universidade Nova de Lisboa - Nova School of Business and Economics	Licenciatura	Economia	1999

Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2023	NOVA Information Management School	Portugal	Docente da UC de Market Research
Desde 2018	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	Portugal	Docente de Introdução ao Excel, Excel avançado, Gestão de Marketing, Finanças Pessoais, Organização Pessoal e Gestão do Tempo
2017 - 2017	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	Portugal	Docente da Unidade Curricular de Excel Avançado. Criação de conteúdos, e gravação em estúdio do curso de b-learning de Excel Avançado
Desde 2017	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	Portugal	
2014 - 2017	Brand Gallery	Portugal	Gestão executiva e financeira; New business; Gestão de serviço a clientes; Análise da performance das campanhas nos meios Above the Line; Modelação econométrica para estudos de Return on Investment
2010 - 2023	IADE - Universidade Europeia	Portugal	Docente das Unidades Curriculares Planeamento de Meios e Audiências, bem como Tratamento e Análise de Dados (incluindo módulo de SPSS)

2010 - 2013	Ebiquity	Portugal	Gestão executiva do escritório em Portugal; New business; Gestão de clientes; Desenvolvimento de métricas para análise de resultados de campanhas publicitárias nos meios de comunicação Above the Line; Modelação econométrica para estudos de Return on Investment
2006 - 2010	Accenture	Portugal	Análise da performance de campanhas publicitárias nos meios de comunicação Above the Line; Gestão de projetos internacionais; Desenvolvimento de oferta de serviços na área de Marketing Optimization
2004 - 2006	Universal McCann	Portugal	Planeamento de meios estratégico e tático do grupo Bacardi-Martini; Negociação com os diversos meios / suportes de comunicação; Participação em projetos de new business; Colaboração na implementação do software de gestão e faturação Medialog
2003 - 2003	Sociedade Independente de Televisão (SIC)	Portugal	Análise de audiências dos breaks publicitários; Controlo de investimentos publicitários no canal; Tabelação dos preços dos diversos espaços comerciais
1999 - 2003	Omnicom Media Group	Portugal	Planeamento de meios estratégico e tático de diversos anunciantes, tais como, PT Comunicações, PT Prime, PT SGPS, Lego, Grupo Auchan e Parmalat; Negociação com os diversos meios / suportes de comunicação; Participação em projetos de new business

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2026/2027	2º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2026/2027	2º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2026/2027	2º	Fundamentos de Marketing	Licenciatura em Gestão;	Não
2026/2027	2º	Marketing de Serviços	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2026/2027	1º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2026/2027	1º	Fundamentos de Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Não
2026/2027	1º	Orientação de Mestrado	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2026/2027	1º	Marketing Internacional		Não
2025/2026	2º	Excel Avançado		Não

2025/2026	2º	Introdução ao Excel		Não
2025/2026	2º	Fundamentos de Marketing	Licenciatura em Gestão;	Não
2025/2026	2º	Orientação de Mestrado	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2025/2026	2º	Processamento de Linguagem Natural	Outro em Pós-graduação em Inteligência Artificial para a Gestão;	Não
2025/2026	2º	Marketing de Serviços	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2025/2026	1º	Excel Avançado		Não
2025/2026	1º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2025/2026	1º	Orientação de Mestrado	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2024/2025	2º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Sim
2024/2025	2º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais;	Sim
2024/2025	2º	Gestão do Marketing		Não
2024/2025	1º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Sim
2024/2025	1º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais;	Sim
2023/2024	2º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2023/2024	2º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2023/2024	2º	Gestão do Marketing		Não
2023/2024	1º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2023/2024	1º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais; Licenciatura em Sociologia;	Não
2022/2023	2º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2022/2023	2º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2022/2023	1º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2022/2023	1º	Introdução ao Excel		Não

2021/2022	2º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2021/2022	2º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2021/2022	1º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2021/2022	1º	Introdução ao Excel	Curso Institucional em Competências Transversais; Licenciatura em Ciência Política; Licenciatura em Sociologia; Licenciatura em Sociologia (PL);	Não
2020/2021	2º	Gestão de Conflitos	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2020/2021	1º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2020/2021	1º	Introdução ao Excel	Licenciatura em Ciência Política; Licenciatura em Sociologia; Licenciatura em Sociologia (PL);	Não
2019/2020	2º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2019/2020	1º	Introdução ao Excel		Não
2019/2020	1º	Finanças Pessoais I		Não
2018/2019	2º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2018/2019	2º	Organização Pessoal e Gestão do Tempo		Não
2018/2019	2º	Escrita de Relatórios Técnicos		Não
2018/2019	2º	Finanças Pessoais I		Não
2018/2019	1º	Gestão de Conflitos	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2018/2019	1º	Organização Pessoal e Gestão do Tempo		Não
2017/2018	2º	Excel Avançado	Curso Institucional em Competências Transversais;	Não
2016/2017	2º	Excel Avançado		Não

Orientações

- **Dissertações de Mestrado**

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Euda Simone Gonçalves Lopes	Investigação em neurociência no marketing digital: revisão sistemática da literatura e agenda de investigação futura	Português	Entregue	Iscte
2	Veronica Malqui Robles	How Far Should Personalization Go? Personalization Intensity in Luxury Experiential Partnerships	--	Em curso	Iscte
3	João Filipe Gomes de Oliveira	Rethinking Brand Trust within Sportswear branding	Inglês	Em curso	Iscte
4	Siddharth Santosh Salve	Inteligência Artificial e Tomada de Decisão Estratégica em Empresas Multinacionais: Uma Análise Exploratória de Divulgações Corporativas Públicas	Inglês	Entregue	Iscte
5	Kenny Yosafat Mariyanto	Divulgação da IA na publicidade: como a transparência influencia a avaliação dos consumidores	Inglês	Entregue	Iscte
6	Hanyin Cao	Respostas dos Consumidores à Publicidade de Skincare Gerada por IA: Características Percebidas e Envolvimento com o Produto	Inglês	Em curso	Iscte
7	Jialan Liang	O Impacto da Identidade de Status Social e da Construção da Identidade de Gênero	--	Em curso	Iscte
8	Érica Durão de Sousa	Ativação de marca sob proibição publicitária: A IQOS nos festivais de música portugueses	Inglês	Entregue	Iscte
9	Maria Inês Severino de Macedo	A Sazonalidade como Recurso: Congruência de Pistas Sazonais na Publicidade a Gelados fora de Época	Inglês	Entregue	Iscte
10	Francisco Chaves Cerol Caldeira	How Streetwear Brands Generate Perceived Coolness Beyond Functionality: A Neuromarketing Perspective	--	Em curso	Iscte
11	Sára Galová	Correlação entre indicadores de crescimento económico e microtendências nas redes sociais	Inglês	Em curso	Iscte

12	Maria Inês Aranha Cordeiro	O Papel de Paid, Owned e Earned Media na Construção de Brand Awareness entre Consumidores Digitais no Instagram	--	Em curso	Iscte
13	Maria Alves Fonseca	Desenvolvimento de Estratégias de Marketing mais Eficazes: Uma análise das Respostas Inconscientes dos Consumidores	--	Em curso	Iscte
14	Carla Sofia Soares Gomes Tavares	Qualidade do serviço de bagagem e satisfação do passageiro na TAP Air Portugal	Inglês	Em curso	Iscte
15	Tomás Pedrosa Feio	Consumer Perceptions of Cannabis-Derived Pharmaceuticals: A Portuguese and non-Portuguese perspective	Inglês	Entregue	Iscte
16	Luís Henrique Oliveira Bidarra	Thesis Dissertation	--	Em curso	Iscte
17	Maria da Silva Pina Pedro	Sistemas de Recomendação Inteligentes vs. Privacidade: Limites da Confiança do Consumidor em Inteligência Artificial	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Gonçalo Brandão Almeida Santos	The metaverse paradigm: Consumer behavior, trust, and the implications of digital identity	Inglês	Iscte	2024
2	Nádia Melissa Nobre Cardoso	The Impact of Online Reviews on Purchasing Intention	Inglês	Iscte	2024
3	Margarida Machado Resendes Baldaia Paim	Digital Disruption in Financial Services: A Comparative Study of Customer Loyalty in Traditional Banks versus Digital Banks	Inglês	Iscte	2024
4	Inês Soromenho Santos Ramos Sequeira	Social media influencer's expertise role in consumer brand engagement in the music industry	Inglês	Iscte	2024
5	Mariana Seixas Barreto Neutel e Sousa	How do users choose which movies/series to watch when faced with FOBO?	Inglês	Iscte	2024
6	Sarah Mekkaoui	O Papel e Impacto da Estratégia de Influencer Marketing em Empresas de Moda - Caso de Estudo Farfetch	Inglês	Iscte	2022

7	Liu Yang	Tendências Digitais para uma Comunicação Corporativa Eficaz: Projecto em Parceria com a Adega Alemã Römmerts Weinwelt	Inglês	Iscte	2022

• Projetos Finais de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Xiaolan Ji	SeedBridge: Um Serviço Europeu Ágil e Baseado em Comunidades para a Validação de Mercado e Ativação de Marcas Chinesas Emergentes de Running	Inglês	Entregue	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Liu Yang	Tendências Digitais para uma Comunicação Corporativa Eficaz: Projecto em Parceria com a Adega Alemã Römmerts Weinwelt	Inglês	Iscte	2022

Total de Citações

Web of Science®	103
Scopus	105

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Rita, P., Ramos, R., Oliveira, P. M. & Simões, M. N. (N/A). Playing to win: The impact of gamified loyalty programs in grocery retail. Spanish Journal of Marketing - ESIC, N/A. https://doi.org/10.1108/SJME-10-2024-0276 - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Oliveira, P. M., Oliveira, P., Amin, I., Abreu, R. & Figueiredo, R. (2026). 'Yes, I am a slave to AI': Critical perspectives of generative AI in co-creation and problem-solving. Journal of Creative Communications, 21(3), 354?369. https://doi.org/10.1177/09732586261459522

3	Quintal, S., Ramos, R. F., Rita, P. & Oliveira, P. (2025). AR smart glasses: The feeling of groundedness mediator effect. International Journal of Human–Computer Interaction, 41(17), 10674?10684. https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2436043 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 6
4	Lima, D., Ramos, R. F. & Oliveira, P. M. (2024). Customer satisfaction in the pet food subscription-based online services. Electronic Commerce Research, 24(2), 745?769. https://doi.org/10.1007/s10660-024-09807-8 - N.º de citações Web of Science®: 26 - N.º de citações Scopus: 21 - N.º de citações Google Scholar: 40
5	Oliveira, P. M., Guerreiro, J. & Rita, P. (2022). Neuroscience research in consumer behavior: A review and future research agenda. International Journal of Consumer Studies, 46(5), 2041?2067. https://doi.org/10.1111/ijcs.12800 - N.º de citações Web of Science®: 51 - N.º de citações Scopus: 54 - N.º de citações Google Scholar: 86
6	Lemos, C., Ramos, R. F., Moro, S. & Oliveira, P. M. (2022). Stick or Twist – The raise of blockchain applications in marketing management. Sustainability, 14(7). https://doi.org/10.3390/su14074172 - N.º de citações Web of Science®: 20 - N.º de citações Scopus: 25 - N.º de citações Google Scholar: 49

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Oliveira, P. M., Guerreiro, J. & Rita, P. (2022). What if we took a holiday?: Enriching advertising with intelligent voice assistants. In Flávian, C. (Ed.), Proceedings of AIRSI 2022: Technologies 4.0 in tourism, service and marketing (pp. 244?248). University of Zaragoza.
2	Oliveira, P. M., Rita, P. & Guerreiro, J. (2017). Playing with the Brain Through Advertising: Neurophysiological Methods' Application to Tourism. European Advertising Academy ICORIA 2017 Doctoral Colloquium.

- Comunicação em evento científico

1	Oliveira, P. M., Guerreiro, J. & Rita, P. (2022). What if we took a holiday? Enriching Advertising with Intelligent Voice Assistants. AIRSI 2022 - Technologies 4.0 in Tourism, Services & Marketing,.

Projetos de Investigação

Título do Projeto	Papel no Projeto	Parceiros	Período

Insights Comportamentais para Destinos Regenerativos e Turismo Sustentável com base em Avaliações de Neuromarketing	Investigador	BRU-Iscte (Marketing), BOKU - (Áustria), CVTT - (Portugal), UVEG - Líder (Espanha), IULM - (Itália), UNComa - Parceiro associado (Argentina), UNICEN - Parceiro associado (Argentina), UNC - Parceiro associado (Argentina), Municipalidad de Córdoba - Parceiro associado (Argentina), Agencia Córdoba Turismo - Parceiro associado (Argentina), USP - Parceiro associado (Brasil), IDTI - Parceiro associado (Argentina), MM - Parceiro associado (Argentina)	2026 - 2030

Prémios

Best Student Reviewer (2020)