

Aviso: [2026-06-13 21:53] 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.

Informação Desatualizada: A informação contida neste perfil público poderá estar desatualizada.

Samson Ajayi

Total de Citações

Web of Science®	10
Scopus	15

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	<p>Ajayi, S., Loureiro, S. M. C. & Souto, D. (2023). Internet of things and consumer engagement on retail: State-of-the-art and future directions. <i>EuroMed Journal of Business</i>. 18 (3), 397-423</p> <ul style="list-style-type: none"> - N.º de citações Web of Science®: 10 - N.º de citações Scopus: 15 - N.º de citações Google Scholar: 36
---	--

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Ajayi, S., Loureiro, S. M. C. & Langaro, D. (2024). Consumer engagement dynamics through SST and IoT innovations in diverse markets. In AMA conference proceedings: AMA Summer Academic Conference 2024 . (pp. 217-234). Boston: American Marketing Association.
2	Ajayi, S., Loureiro, S. M, C. & Langaro, D. (2022). Implications of new technologies on consumer engagement. In Flavián-Blanco, Carlos ; Orús, Carlos ; Belanche, Daniel (Ed.), Proceedings of AIRSI 2022: Technologies 4.0 in tourism, service and marketing. (pp. 270-275). Zaragoza: University of Zaragoza. - N.º de citações Google Scholar: 1

- Comunicação em evento científico

1	Ajayi, S., Loureiro, S. M. C. & Langaro, D. (2023). Innovation and New Technology on Sustainable Consumption in Africa: A Conceptual Framework. 10th RMER Conference: Sustainable and Responsible Management- A decade of Integrating Knowledge and Creating Societal Impact through Innovation and Entrepreneurship.
2	Ajayi, S., Loureiro, S. M. C. & Langaro, D. (2022). Internet of things and consumer engagements in retail. 10th. AIM-AMA Sheth Foundation Doctoral Consortium.
3	Ajayi, S., Loureiro, S. M. C. & Langaro, D. (2022). Implications of new technologies on consumer engagement. AIRSI 2022 Technologies 4.0 in Tourism, Services and Marketing .