

**Aviso:** [2026-06-14 22:14] 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.

## Yang Gu

### Assistente de Investigação

BRU-Iscte - Business Research Unit

## Contactos

### E-mail

Yang\_Gu@iscte-iul.pt

## Áreas de Investigação

Teoria da Organização, Governação Empresarial, Teoria Institucional

## Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
SKEMA Business School	Mestrado	Research Master in Management and Innovation	2022
Université Côte d'Azur	Mestrado	Master 2 in Research in Management and Innovation	2022
City University of Macau	Bacharelato	Bachelor of Business Administration	2021

## Total de Citações

### Web of Science®

7

## Publicações

### • Revistas Científicas

#### - Artigo em revista científica

1	Gary, J., Gu, Y., Wang, H., Zhou, X., Yan, F. & Moreira, A. C. (2026). How music–video metaphors build destination brand resonance: Dyadic affect, meaning access, and cultural cues. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> . 89 (Part B)
2	Gary, F., Zhou, X., Tang, Y. M., Gu, Y. & Moreira, A. C. (2025). Augmented reality in retail: Technical and emotional factors after experience: E-commerce consumption decision. <i>Journal of Global Information Management</i> . 33 (1) - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 4
3	Gary, J., Lu, J., Yan, F., Wang, Z., Gu, Y., Chuah, S.-C....Moreira, A. C. (2025). The subtle power of nudging: Consumer choice in ethical and sustainable retailing. <i>Journal of Marketing Analytics</i> . N/A - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Scopus: 4