Aviso: [2026-11-25 04:15] 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®	26

Scopus	24

Publicações

- **Revistas Científicas**

- Artigo em revista científica

1	Gary, J., Lu, J., Yan, F., Wang, Z., Gu, Y., Chuah, S.-C....Moreira, A. C. (N/A). The subtle power of nudging: Consumer choice in ethical and sustainable retailing. Journal of Marketing Analytics, N/A. https://doi.org/10.1057/s41270-025-00427-1 - N.º de citações Web of Science®: 12 - N.º de citações Scopus: 10
2	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. Journal of Retailing and Consumer Services, 89(Part B). https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104637 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 4
3	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. Journal of Global Information Management, 33(1). https://doi.org/10.4018/JGIM.394246 - N.º de citações Web of Science®: 11 - N.º de citações Scopus: 11 - N.º de citações Google Scholar: 15