Aviso: [2026-11-04 17:10] 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
Université Côte d'Azur	Mestrado	Master 2 in Research in Management and Innovation	2022
SKEMA Business School	Mestrado	Research Master in Management and Innovation	2022
City University of Macau	Bacharelato	Bachelor of Business Administration	2021

Total de Citações

Web of Science®	24

Scopus	23

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®: 11 - 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®: 2 - N.º de citações Scopus: 2 - 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: 14