

## Profile

### Personal



Name	João Ricardo Paulo Marques Guerreiro
Department	Department of Marketing, Operation and Management
Category	Assistant Professor
Research group	<a href="#">Accounting, Marketing &amp; Management</a>
Last update	Undefined

### Teaching and Research Interests

- Neuromarketing
- Decision Support Systems
- Virtual Reality and Augmented Reality
- Artificial Intelligence implications for Marketing
- Relationship Marketing

### Qualifications

Type	Course	Institution	Year
Doctorate degree	PhD in Marketing	ISCTE-IUL	2015
Master degree	Master in Decision Support Systems	ISCTE-IUL	2009
Undergraduate degree	Computer Engineer	Universidade Independente	2006

### Contacts

E-mail

Office D4.02

Post box 133

Phone 217650591

ORCID Profile [Visit ORCID Profile](#)

Scopus Profile [Visit Scopus Profile](#)

Google Scholar Profile [Visit Google scholar Profile](#)

## Academic activities

### Courses

"Consumer Behavior Analytics"

"Consumer Behaviour and Marketing Research" (Coordinator)

"Master Dissertation in Marketing" (Coordinator)

"E-Business" (Coordinator)

"Strategic Marketing" (Coordinator)

"Marketing Strategy Analytics" (Coordinator)

"Business and Brand Strategy" (Coordinator)

"Brand Expression and Identity" (Coordinator)

"Branding" (Coordinator)

"Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.)" (Coordinator)

"Introduction to Data Science"

"Introduction to Data Science"

"Marketing Analytics" (Coordinator)

"Digital Marketing Analytics"

"New Trends in Marketing" (Coordinator)

"Marketing Information Systems" (Coordinator)

"Advanced Topics in Management I"

### Supervisions

#### Master Thesis

Joana Andrade Dias Posser Villar, "Como experiências multisensoriais num ambiente virtual afectam a intenção de retorno: O papel da flexibilidade cognitiva, do sentimento de poder e das características de personalidade", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2019

Liliane Patrícia Lopes Correia, "O Efeito das Respostas das Empresas ao Word-of-Mouth Negativo nas Redes Sociais: Uma abordagem de text mining", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2019

Mariana Gomes Pacheco, "O impacto da percepção de greenwashing nas intenções de compra verdes: o papel mediador da confiança verde, engagement do consumidor, word-of-mouth verde e o papel moderador do envolvimento com o produto", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2019

Catarina Isabel Neves Pereira da Silva, "Serão os colaboradores comprometidos com a marca para a qual trabalham?", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2019

Pedro Nuno Vaz Policarpo, "Explorando o Desempenho Digital de Novos Artistas Usando o Envolvimento Online das Comunidades", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2019

Sara Filipa Lourenço de Matos, "A influência da tipicidade nos anúncios no sharing intention", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2018

Inês Dias da Silva Pessoa de Amorim, "Experienciar RA no Retalho: A Influência de Moment Marketing e Avatares nos Comportamentos do Consumidor", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2018

Patrícia Gaspar Monteiro, "O impacto da atenção na decisão de compra de vinho: O papel moderador dos prémios e das situações de consumo", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2018

Ana Filipa Mesquita Vilas Boas, "O impacto da comunicação na performance das relações online business-to-business", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2018

Tomás Marques da Costa Góis Rodrigues, "O Papel da Atenção e das Emoções em Campanhas Online de Retargeting", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2018

Diogo Gonçalves Calvo André, "O Impacto da Publicidade In-Game na Recordação e Reconhecimento da Marca em Videojogos Não-Lineares", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2018

Myron Guftometros, "Marketing de mídia social nas culturas: como o comportamento do consumidor nas páginas de marca do Facebook é diferente entre as culturas.", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2018

Gonçalo Ramos Braz Mergulhão Mendes, "O impacto das expressões faciais da emoção na decisão de compra do consumidor.", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2018

Pedro Alexandre Pina Caniço Albano, "O Impacto de Reviews em Formatos de Vídeo VS. Texto na Decisão de Compra do Consumidor", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2017

Ricardo Gil Fonseca Caetano, "Main Drivers for Microtransactions as Impulse Purchases in E-Commerce", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2017

Muhamad Sabbir Mussá Omarji, "Private Label Brands vs. National Brands: The effect of taste on consumers' emotions, perceived taste and willingness to Buy", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2017

Ana Rebello de Andrade da Costa, "A Text-Mining based model to detect unethical biases in online reviews: A Case-Study of Amazon.com", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2017

Marta Alpedrinha Ramos de Almeida Nave, "Influência dos sentimentos dos turistas nos social media para o desenvolvimento do Turismo.", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2016

Carolina Leana Lopes dos Santos, "Melhoria da atratividade internacional das Instituições de ensino superior através de Análise de Sentimentos.", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2016

Águeda Cabral Moreno, "Análise de Sentimentos na classificação de comentários online aplicando técnicas de Text Mining", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Master Thesis, Concluded, 2015

### Final Project

Thiago Rodrigues Zafalon, "On Stage - Conectando músicos à pessoas", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Final Project, Concluded, 2018

Marta Soares Gonçalves da Costa Martins, "How TripAdvisor's Reviewers Level of Expertise Influence their Online Rating Behaviour and the Usefulness of Reviews", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Final Project, Concluded, 2017

Emilie Bekhoej Uttrup, "A Digital Communication Plan for Quiksilver, Portugal", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Final Project, Concluded, 2017

Heidi Maria Tuulikki Sonne, "Increasing Awareness and Reputation of Merck S.A. Portugal through Employee Advocacy", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Final Project, Concluded, 2017

Paulo Alexandre Rodrigues Ferreira, "Implementação de Realidade Aumentada numa Plataforma de Mobile-Commerce na LUF Surf CO", João Ricardo Paulo Marques Guerreiro, Final Project, Concluded, 2016

## Scientific Activities

### Scientific Articles in International Journals

Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J. & Faizan Ali (2020). 20 years of research on virtual reality and augmented reality in tourism context: A text-mining approach. *Tourism Management*. 77, 104028, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS)

Pina, L. S., Loureiro, S. M. C., Rita, P., Sarmiento, E. M., Bilro, R. G. & Guerreiro, J. (2019). Analysing consumer-brand engagement through appreciative listening on social network platforms. *Journal of Promotion Management*. 25 (3), 304-313, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS)

Loureiro, S. M. C., Serra, J. & Guerreiro, J. (2019). How fashion brands engage on social media: a netnography approach. *Journal of Promotion Management*. 25 (3), 367-378, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS)

Costa, A., Guerreiro, J., Moro, S. & Henriques, R. (2019). Unfolding the characteristics of incentivized online reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 47, 272-281, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS/ISI)

Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J., Eloy, S., Langaro, D. & Panchapakesan, P. (2019). Understanding the use of Virtual Reality in Marketing: a text mining-based review. *Journal of Business Research*. 100, 514-530, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS/ISI)

Bilro, R. G., Loureiro, S. M. C. & Guerreiro, J. (2019). Exploring online customer engagement with hospitality products and its relationship with involvement, emotional states, experience and brand advocacy. *Journal of Hospitality Marketing and Management*. 28 (2), 147-171, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS/ISI)

Guerreiro, J. & Rita, P. (2019). How to predict explicit recommendations in online reviews using text mining and sentiment analysis. Journal of Hospitality and Tourism Management. N/A, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS)

Santos, C. L., Rita, P. & Guerreiro, J. (2018). Improving international attractiveness of higher education institutions based on text mining and sentiment analysis. International Journal of Educational Management. 32 (3), 431-447, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS/ISI)

Nave, M., Rita, P. & Guerreiro, J. (2018). A decision support system framework to track consumer sentiments in social media. Journal of Hospitality Marketing and Management. 27 (6), 693-710, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS/ISI)

Guerreiro, J. & Moro, S. (2017). Are Yelp's tips helpful in building influential consumers?. Tourism Management Perspectives. 24, 151-154, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS/ISI)

Guerreiro, J., Rita, P. & Trigueiros, D. (2016). A text mining-based review of cause-related marketing literature. Journal of Business Ethics. 139 (1), 111-128, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS/ISI)

Guerreiro, J., Rita, P. & Trigueiros, D. (2015). Attention, emotions and cause-related marketing effectiveness. European Journal of Marketing. 49 (11-12), 1728-1750, [Ciência-IUL](#), Indexada (SCOPUS/ISI)

## Book Chapters

João Guerreiro, Sandra Loureiro (2020) "Unraveling E-WOM Patterns Using Text Mining and Sentiment Analysis", Guerreiro, J. & Loureiro, S. M. C. (2020). Unraveling E-WOM Patterns Using Text Mining and Sentiment Analysis. In Exploring the Power of Electronic Word-of-Mouth in the Services Industry. (pp. 88-100)., [Ciência-IUL](#)

Sandra Loureiro, João Guerreiro (2018) "Psychological behavior of generation Y: living between real and virtual reality", NOVALoureiro, S. M. C. & Guerreiro, J. (2018). Psychological behavior of generation Y: living between real and virtual reality. In Megan Gerhardt and Joy VanEck Peluchette (Ed.), Millennials: Characteristics, Trends and Perspectives. New-York: NOVA., [Ciência-IUL](#)

## International Communications

### Oral Presentation

Guerreiro, J. (2014). Predictive Analytics in Hospitality and Tourism Management. SAS Forum Lisbon 2014., [Ciência-IUL](#)

Guerreiro, J., Rita, P. & Trigueiros, D. (2013). Predicting Consumer Decision Making Process: The interplay between emotions and attention during the purchase of cause-related products . Academy of Marketing., [Ciência-IUL](#)

Cardoso, E., Guerreiro, J. & Rita, P. (2013). O contributo do MSIAD para a formação de profissionais de BI em Portugal. SAS Forum Lisboa 2013., [Ciência-IUL](#)

Guerreiro, J. (2012). The interplay between emotions and attention during the purchase of cause-related products. EDAMBA Summer Academy 2012., [Ciência-IUL](#)

Guerreiro, J. (2011). Consumer Decision-Making Process: Using Graph Mining and Eye-Tracking to Capture Decision Strategies. EMAC Doctoral Colloquium., [Ciência-IUL](#)

Guerreiro, J. (2009). Modelos de Maturidade de Business Intelligence. Microstrategy Business Intelligence Conference 2009., [Ciência-IUL](#)

Guerreiro, J. (2009). Customer Intelligence: Acções radicais para a gestão do cliente por valor. SAS Fórum Lisbon 2009., [Ciência-IUL](#)

Guerreiro, J. (2009). Extracção de Regras de Redes Neurais Artificiais. SAS Fórum Lisbon 2009., [Ciência-IUL](#)

Guerreiro, J. (2009). Customer Intelligence na estratégia das organizações. UAL - Business Intelligence Workshop 2009., [Ciência-IUL](#)

Guerreiro, J. (2008). Data Mining in Public Administration - Case Study. SAS Fórum Lisbon 2008., [Ciência-IUL](#)

#### Organization and Coordination Events

EURAM 2019 (2019) , Membro de comissão organizadora de evento científico (International)

CISTI 2016 (2016) , Membro de comissão científica de evento científico (International)

## Other Activities

#### Professional Activities

GTBC - Global Technologies and Business Consulting, Business Manager / Project Director (2008/2012)

INDEG-IUL, Invited Teacher (lecturing courses in Marketing Simulation, Business Analytics and Business Analytics for Human Resources (2015/))

IPAM, Invited Teacher (lecturing Decision Support Systems in Marketing) (2015/2015)

Universidade Europeia, Invited Teacher (lecturing a Data Mining for Marketing course) (2012/2013)

Victoria Seguros, Data Warehouse Manager (2012/2013)

#### Academic Management Positions

Coordenador da unidade curricular Estratégia e Métodos de Business Analytics (2015/2015)

Coordenador da unidade curricular Métodos Analíticos nos Recursos Humanos (2016/2016)

Coordenador da unidade curricular E-Business (2016/2016)

Coordenador da unidade curricular Web Marketing e Comércio Electrónico (2016/2016)

Coordenador da unidade curricular Sistemas de Informação de Marketing e Apoio à Decisão (2016/2016)

Coordenador da unidade curricular Tendências e Inovação (2016/2016)

Coordenador da unidade curricular Simulador de Marketing (2016/2016)

Coordenador do 3º Ano da Licenciatura em Gestão de Marketing (2016/2018)

Coordenador da unidade curricular Estratégia e Métodos de Business Analytics (2016/2016)

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Negócio e da Marca (2017/2017)

Coordenador da unidade curricular Simulador de Marketing (2017/2017)

Coordenador da unidade curricular Inovação e Criatividade em Marketing (2017/2017)

Coordenador da unidade curricular Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.) (2017/2017)

Coordenador da unidade curricular Tendências e Inovação (2017/2017)

Coordenador da unidade curricular Animação de Equipas Comerciais e Negociação (2017/2017)

Coordenador da unidade curricular Marketing 3.0 (2017/2017)

Membro da Comissão Pedagógica da Escola de Gestão (2017/2019)

Director do Mestrado em Marketing (2017/2019)

Coordenador da unidade curricular Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.) (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular E-Business (2018/2018)

Coordenador do 3º Ano da Licenciatura em Gestão de Marketing (2018/2020)

Coordenador da unidade curricular Estratégia e Métodos de Business Analytics (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Marketing (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular Sistemas de Informação de Marketing e Apoio à Decisão (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular Web Marketing e Comércio Electrónico (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular Marketing 3.0 (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Negócio e da Marca (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular Tendências e Inovação (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular Inovação e Criatividade em Marketing (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular Animação de Equipas Comerciais e Negociação (2018/2018)

Coordenador da unidade curricular E-Business (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Comportamento do Consumidor e Marketing Research (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Sistemas de Informação de Marketing e Apoio à Decisão (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Gestão de Marcas (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Marketing (2019/2019)

Director do Mestrado em Marketing (2019/2021)

Coordenador da unidade curricular Marketing Analytics (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.) (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Novas Tendências do Marketing (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Negócio e da Marca (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Tendências e Inovação (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Expressão e Identidade da Marca (2019/2019)

Coordenador da unidade curricular Internet Marketing (Ch, 6 Ects, Sem.) (2020/2020)

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Negócio e da Marca (2020/2020)

Coordenador da unidade curricular Novas Tendências do Marketing (2020/2020)

Coordenador da unidade curricular Expressão e Identidade da Marca (2020/2020)

Coordenador da unidade curricular Estratégia de Marketing com Métodos Analíticos (2020/2020)

Coordenador da unidade curricular Marketing Analytics (2020/2020)

#### Awards

ISCTE-IUL Scientific Awards 2016 - 2016

ISCTE-IUL Scientific Awards 2018 - 2018

Best Paper Award GAMMA-Fashion 2019 - 2019 (International)

(c) bru-unide.iscte-iul.pt // 2019-12-06