

Marcelo Gattermann Perin

List of Publications by Year in descending order

Source: <https://exaly.com/author-pdf/1920634/publications.pdf>

Version: 2024-02-01

44
papers

568
citations

687363

13
h-index

642732

23
g-index

44
all docs

44
docs citations

44
times ranked

533
citing authors

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
1	Retail crowding: meta-analysis of contextual and cultural moderators. <i>Marketing Intelligence and Planning</i> , 2022, 40, 57-71.	3.5	6
2	Gendered Experiences of Software Engineers During the COVID-19 Crisis. <i>IEEE Software</i> , 2021, 38, 38-44.	1.8	26
3	Effects of perceived retail crowding: a meta-analytic study. <i>International Review of Retail, Distribution and Consumer Research</i> , 2020, 30, 411-436.	2.0	12
4	Customer orientation and financial performance relationship: the mediating role of innovative capability. <i>Gestão & Produção</i> , 2020, 27, .	0.5	1
5	The influence of advertisement repetition on price image in the context of higher education services. <i>Journal of Revenue and Pricing Management</i> , 2019, 18, 342-352.	1.1	1
6	Comportamento disfuncional do consumidor e táticas dos funcionários de serviços. <i>Revista De Administração Da UFSM</i> , 2019, 12, 302-316.	0.4	1
7	A influência da Informação Nutricional em Alimentos e Bebidas na Intenção de Compra de Jovens Consumidores. <i>Revista De Administração IMED</i> , 2018, 8, 203.	0.1	1
8	Non-monetary sales promotion effects on credit cards. <i>Journal of Financial Services Marketing</i> , 2017, 22, 3-13.	3.4	6
9	ANÁLISE DA QUALIDADE DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS DA ÁREA DE MARKETING PUBLICADOS NO BRASIL: AS PESQUISAS SURVEY NA DÉCADA DE 2000. <i>REAd: Revista Eletrônica De Administração</i> , 2017, 23, 54-87.	0.2	1
10	Network Effects on Radical Innovation and Financial Performance: An Open-mindedness Approach. <i>BAR - Brazilian Administration Review</i> , 2016, 13, .	0.8	11
11	Moderating Effects of Sales Promotion Types. <i>BAR - Brazilian Administration Review</i> , 2015, 12, 169-189.	0.8	14
12	Corporate brand expressions in business-to-business companies' websites: Evidence from Brazil and India. <i>Industrial Marketing Management</i> , 2015, 51, 59-68.	6.7	37
13	Consumer buying motives and attitudes towards organic food in two emerging markets. <i>International Marketing Review</i> , 2015, 32, 389-413.	3.6	164
14	A study on the geographical distribution of Brazil's prestigious software developers. <i>Journal of Internet Services and Applications</i> , 2015, 6, .	2.1	0
15	Learning Orientation and Radical Innovation as Antecedents of Business Performance. <i>Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science</i> , 2015, , 15-16.	0.2	0
16	Consumption of Eco-Innovative Food: How Values and Attitudes Drive Consumers' Purchase of Organics?. <i>Revista Brasileira De Marketing</i> , 2015, 14, 110-121.	0.2	8
17	Entrepreneurial capacities as antecedents of business performance in Brazilian firms. <i>Canadian Journal of Administrative Sciences</i> , 2014, 31, 90-103.	1.5	13
18	Workplace learning strategies and professional competencies in innovation contexts in Brazilian hospitals. <i>BAR - Brazilian Administration Review</i> , 2013, 10, 121-134.	0.8	9

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
19	Patent Applications on Representative Sectors of Biotechnology in Brazil: an Analysis of the Last Decade. <i>Journal of Technology Management and Innovation</i> , 2013, 8, 15-16.	0.7	1
20	Modeling antecedents of student loyalty in higher education. <i>Journal of Marketing for Higher Education</i> , 2012, 22, 101-116.	3.2	34
21	Students' trust, value and loyalty: evidence from higher education in Brazil. <i>Journal of Marketing for Higher Education</i> , 2012, 22, 83-100.	3.2	33
22	Organizational Factors that Affect the University-Industry Technology Transfer Processes of a Private University. <i>Journal of Technology Management and Innovation</i> , 2012, 7, 104-117.	0.7	7
23	Intervenientes na transferência de tecnologia universidade-empresa: o caso PUCRS. <i>RAC: Revista De Administração Contemporânea</i> , 2012, 16, 59-78.	0.4	25
24	Consumers' values and attitudes and their relation to the consumption of pork products: a study from Q-PorkChains in Brazil. <i>Journal on Chain and Network Science</i> , 2012, 12, 41-54.	1.6	3
25	Pesquisa científica da área de marketing no Brasil: uma revisão da primeira década do século 21. <i>RAC: Revista De Administração Contemporânea</i> , 2012, 16, 459-478.	0.4	4
26	DETERMINANTS OF INNOVATIONS IN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES ADOPTED BY HOSPITALS. <i>RAI: Revista De Administração E Inovação</i> , 2012, 8, .	0.8	1
27	Tríplica - o que nos falta aprender?. <i>RAC: Revista De Administração Contemporânea</i> , 2012, 16, 489-492.	0.4	0
28	Pork consumption in Brazil: challenges and opportunities for the Brazilian pork production chain. <i>Journal on Chain and Network Science</i> , 2011, 11, 99-113.	1.6	14
29	Marketing metrics: Insights from Brazilian managers. <i>Industrial Marketing Management</i> , 2011, 40, 8-16.	6.7	27
30	Fatores visuais de design e sua influência nos valores de compra do consumidor. <i>RAE Revista De Administração De Empresas</i> , 2009, 49, 373-386.	0.3	5
31	The Impact of Management Development in the Organizational Performance from the Viewpoint of the Approach of Competencies. <i>Brazilian Business Review</i> , 2009, 6, 100-116.	0.4	1
32	Personalidade e lealdade: proposições de pesquisa com o modelo metateórico de motivação e personalidade DOI 10.5752/P.1984-6606.2009v9n19p102. <i>E & G Economia E Gestão</i> , 2009, 9, .	0.2	0
33	Indicadores tecnológicos e organizacionais do Customer Relationship Management (CRM): relação entre firma desenvolvedora, firma usuária e preceitos teóricos. <i>Perspectivas Em Ciencia Da Informacao</i> , 2008, 13, 107-129.	0.1	0
34	O IMPACTO DO RELACIONAMENTO NO CONTEXTO DAS RELAÇÕES ENTRE AGÊNCIAS E CLIENTES: proposição e teste de um modelo. <i>REBRAE - Revista Brasileira De Estratégia</i> , 2008, 1, 119.	0.1	1
35	Loyalty's Antecedents: A Cross-Sector Study. <i>Latin American Business Review</i> , 2007, 8, 83-102.	1.3	4
36	Impacto dos recursos da empresa na performance de inovação. <i>RAE Revista De Administração De Empresas</i> , 2007, 47, 1-13.	0.3	17

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
37	Processo de aprendizagem organizacional e desempenho empresarial: o caso da indústria eletroeletrônica no Brasil. RAE Eletrônica, 2006, 5, .	0.1	8
38	Pesquisa científica da Área de marketing: uma revisão histórica. RAC: Revista De Administração Contemporânea, 2006, 10, 179-202.	0.4	21
39	O impacto da orientação para o mercado e da orientação para aprendizagem sobre a inovação de produto: uma comparação entre a indústria eletroeletrônica e o setor de ensino universitário de administração. RAC: Revista De Administração Contemporânea, 2004, 8, 79-103.	0.4	10
40	Re-Evaluation of the MARKOR Scale Dimensions in the Brazilian Context. Latin American Business Review, 2002, 3, 27-48.	1.3	5
41	Inventário de artigos científicos na Área de marketing no Brasil. RAC: Revista De Administração Contemporânea, 2000, 4, 159-173.	0.4	13
42	Análise da qualidade dos artigos científicos da Área de marketing no Brasil: as pesquisas survey na década de 90. RAC: Revista De Administração Contemporânea, 2000, 4, 201-219.	0.4	19
43	A relação entre a intangibilidade, o risco percebido e o conhecimento. Revista De Ciências Da Administração: RCA, 0, , 31-53.	0.1	4
44	Forms of Market Orientation in the Retail Apparel Industry in Brazil. SSRN Electronic Journal, 0, , .	0.4	0