

Aviso: [2024-10-02 06:41] este documento é uma impressão do portal Ciência-IUL e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência-IUL nessa data.

Informação Desatualizada: A informação contida neste perfil público poderá estar desatualizada.

Carlos Manuel Súcia Búrcio

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Búrcio, C. M. S., Vinhas da Silva, R. & Salgueiro, M. F. (2016). Country personality scale: is a five-dimensional model a better methodological instrument?. <i>Tourism Analysis</i> . 21 (5), 497-511 - N.º de citações Google Scholar: 2
2	Búrcio, C., Vinhas da Silva, R. & Salgueiro, M. F. (2015). The influence of country personality dimensions on intentions to recommend visiting: the preponderance of assiduousness and wickedness. <i>Transnational Marketing Journal</i> . 3 (1), 61-80 - N.º de citações Google Scholar: 3
3	Búrcio, C., Vinhas da Silva, Rui & Salgueiro, M. F. (2014). The direct and indirect impact of country personality on behavioral intentions for travelling: the full mediation effective of the affective country image. <i>International Journal of Business and Economic Development</i> . 2 (3), 1-12 - N.º de citações Google Scholar: 33

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Comunicação em evento científico

1	Búrcio, C., Vinhas da Silva, Rui & Salgueiro, M.F. (2015). An integrated model for measuring country image: personality, cognition, emotion and their influence on bahavioral intentions. <i>Global Business Conference - Summer 2015</i> .
---	---

2	Búrcio, C., Vinhas da Silva, Rui & Salgueiro, M.F. (2014). The Impact of Country Personality on Behavioral Intentions: Five Dimensions Rather Than the Original Six Dimensions Scale. West East Institute Conference – WEI 2014.
3	Búrcio, C., Vinhas da Silva, Rui & Salgueiro, M.F. (2014). On the country personality scale: is a five-dimensions model better than the original six dimensions? . Global Business Conference – GBC_Summer 2014.
4	Búrcio, C., Vinhas da Silva, Rui & Salgueiro, M.F. (2014). The direct and indirect impact of country personality on behavioral intentions for travelling: the full mediation effect of the affective country image. Global Business Conference – GBC_Summer 2014.