INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

Ciência_Iscte

Perfil Público

Aviso: [2026-11-22 20:54] 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.

Catarina Marques

Professora Associada
BRU-Iscte - Business Research Unit
Departamento de Métodos Quantitativos (IBS)



Contactos

E-mail	catarina.marques@iscte-iul.pt
Gabinete	D2.09
Telefone	217650314 (Ext: 220774)
Cacifo	314

Currículo

Catarina Marques is an Associate Professor at the Department of Quantitative Methods for Management and Economics (DQMME) of Iscte Business School and a researcher of BRU-Iscte's Data Analytics Research Group. She has a BSc in Applied Mathematics, a MSc in Business Administration and a PhD in Quantitative Methods with a specialisation in Statistics and Data Analysis. Her main research has been centred on structural equation modelling. More recently she has used her experience and competencies to research in Data Science.
Catarina participated in the development of the undergraduate programme in Data Science at Iscte, having been Director of the BSc in Data Science (2019-2023). Since November 2023, she has coordinated the Data Science specialisation of the PhD in Management.
She has been a member of the PhD in Tourism Management Scientific Committee since February 2017. She was a member of Iscte's Pedagogical Council (2019-2021), and during 6 years, Catarina coordinated the 2nd year of the BSc in Management. She is currently an alternate member of Iscte's Scientific Council.

Áreas de Investigação

Structural Equation Modelling

PLS-PM
Segmentation Techniques
Statistical Modelling and Data Analysis
Longitudinal data analysis
Tourism Marketing

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-IUL	Doutoramento	Métodos Quantitativos - Especialização em Estatística e Análise de Dados	2010

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2026/2027	2º	Métodos de Aprendizagem Supervisionada	Licenciatura em Ciência de Dados;	Sim
2026/2027	2º	Projeto Final Aplicado em Ciência dos Dados	Licenciatura em Ciência de Dados;	Não
2026/2027	1º	Introdução à Estatística Aplicada	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Não
2026/2027	1º	Modelação Estocástica	Licenciatura em Ciência de Dados;	Sim
2026/2027	1º	Análise de Dados em Gestão de Recursos Humanos I	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2025/2026	1º	Modelação Estocástica	Licenciatura em Ciência de Dados;	Sim
2025/2026	1º	Análise de Dados em Gestão de Recursos Humanos I	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2025/2026	1º	Tese em Gestão	Doutoramento em Gestão;	Não
2024/2025	2º	Projeto Final Aplicado em Ciência dos Dados	Licenciatura em Ciência de Dados;	Não
2024/2025	1º	Modelação Estocástica	Licenciatura em Ciência de Dados;	Sim
2024/2025	1º	Análise de Dados em Gestão de Recursos Humanos I	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim

2024/2025	1º	Tese em Gestão	Doutoramento em Gestão;	Não
2023/2024	2º	Técnicas Quantitativas de Análise de Dados		Sim
2023/2024	2º	Projeto Final Aplicado em Ciência dos Dados	Licenciatura em Ciência de Dados;	Não
2023/2024	1º	Modelação Estocástica	Licenciatura em Ciência de Dados;	Sim
2023/2024	1º	Análise de Dados em Gestão de Recursos Humanos I	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2022/2023	2º	Técnicas Quantitativas de Análise de Dados		Sim
2022/2023	2º	Análise de Dados em Gestão de Recursos Humanos II		Sim
2022/2023	1º	Modelação Estocástica	Licenciatura em Ciência de Dados;	Sim
2022/2023	1º	Análise de Dados em Gestão de Recursos Humanos I	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2021/2022	2º	Técnicas Quantitativas de Análise de Dados		Sim
2021/2022	2º	Análise de Dados em Gestão de Recursos Humanos II		Sim
2021/2022	1º	Modelação Estocástica	Licenciatura em Ciência de Dados (PL); Licenciatura em Ciência de Dados;	Sim
2021/2022	1º	Análise de Dados em Gestão de Recursos Humanos I	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2020/2021	2º	Técnicas Quantitativas de Análise de Dados		Sim
2020/2021	2º	Métodos Qualitativos		Sim
2020/2021	2º	Probabilidades e Estatística	Licenciatura em Informática e Gestão de Empresas (PL);	Não
2020/2021	2º	Tese em Gestão do Turismo		Não
2020/2021	1º	Métodos Estatísticos		Sim
2020/2021	1º	Modelação Estocástica		Sim
2020/2021	1º	Análise de Dados em Gestão de Recursos Humanos I	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim

2019/2020	2º	Técnicas Quantitativas de Análise de Dados		Sim
2019/2020	1º	Modelos de Equações Estruturais Aplicados		Sim
2019/2020	1º	Introdução à Análise de Dados com R		Sim
2019/2020	1º	Fundamentos em Métodos de Aprendizagem Não Supervisionada		Não
2019/2020	1º	Tratamento de Informação		Sim
2018/2019	1º	Análise de Dados para Business Intelligence	Mestrado em Sistemas Integrados de Apoio à Decisão;	Não
2018/2019	1º	Métodos Estatísticos		Sim
2018/2019	1º	Tratamento de Informação		Sim
2017/2018	2º	Seminário em Gestão de Sistemas de Informação 1	Mestrado em Gestão de Sistemas de Informação;	Não
2017/2018	1º	Análise de Dados para Business Intelligence	Mestrado em Sistemas Integrados de Apoio à Decisão;	Não
2017/2018	1º	Estatística I		Não
2016/2017	2º	Seminário em Gestão de Sistemas de Informação 1		Não
2016/2017	1º	Estatística I		Não
2016/2017	1º	Análise de Dados		Não
2015/2016	2º	Estatística II		Não
2015/2016	1º	Desenho de Pesquisa I		Sim
2015/2016	1º	Modelos de Equações Estruturais na Gestão		Sim
2015/2016	1º	Estatística I		Não
2015/2016	1º	Análise de Dados		Não
2014/2015	2º	Complementos de Análise de Dados		Sim
2014/2015	2º	Estatística II	Licenciatura em Finanças e Contabilidade;	Não

2014/2015	2º	Estatística II	Licenciatura em Finanças e Contabilidade;	Não
2013/2014	2º	Complementos de Análise de Dados		Sim
2013/2014	2º	Estatística II		Não
2013/2014	1º	Estatística I		Não

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Helena Filipe Almeida	Setting the Scene for Urban Air Mobility Services: A Service Design Approach and Social Impact Assessment to foster this new Technology Integration	Inglês	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Qiu Jinjun	Impact of Lean Management on Performance of Public Hospitals Under the Diagnosis-Intervention Packet (DIP) —A Case Study of a Public Hospital in Shenzhen	Inglês	Iscte	2026

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Rui Jorge Alves Rodrigues dos Santos	O Impacto do Turismo de Luxo na região de Tróia a Melides	--	Em curso	Iscte
2	Jorge Miguel Santiago Polido	THE IMPACT OF AN MUSIC FESTIVAL ON TOURISM AND RESIDENTS? WELL-BEING: THE CASE OF SUPER BOCK SUPER ROCK IN PORTUGAL	Inglês	Em curso	Iscte
3	Khrystyna Korinets	Marketing plan for a new Nescafé Dolce Gusto product	Inglês	Em curso	Iscte

4	Beatriz Lucas de Almeida Nunes	O Impacto da Sobre-lotação dos Serviços de Urgências na Experiência do Paciente e no Desempenho do Hospital	Inglês	Em curso	Iscte
5	Raquel Nabais Baldo Pereira Lourenço	O Impacto da Segmentação de Clientes nas Vendas B2B da Vodafone Portugal	Inglês	Em curso	Iscte
6	Joana Caetano Alegria	O impacto do Word-of-Mouth no Carnaval de Torres Vedras	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Maria Manuel Martins Costa Ferreira Pacheco	Práticas sustentáveis em hotéis upscale: o impacto nas intenções dos consumidores	Inglês	Iscte	2026
2	Bruno Miguel Roque Caldeira	Os impactos socioculturais dos arrendamentos de curta duração em Lisboa, com foco nas relações entre residentes e turistas, e na identidade local	Inglês	Iscte	2025
3	Neiza Susana Urquizo Gonzales	O Impacto da Autoria e da Transparência na Confiança do Consumidor em Anúncios: O Papel dos Dados Demográficos	Inglês	Iscte	2025
4	João Pedro Nunes dos Santos Osório Gonçalves	Transferência de Coolness: Como os Endorsements de Artistas Musicais Afetam a Brand Coolness e o Comportamento do Consumidor na Indústria da Moda	Inglês	Iscte	2025
5	Sérgio Vasconcelos Ambrósio	Padel e o Wellbeing	Português	Iscte	2024
6	Pedro Miguel Simão da Silva	Evolução dos jogadores jovens e o seu valor de mercado: O estudo da liga de futebol “Championship” na época 22/23	Português	Iscte	2024
7	Flávia Heguedusch Pereira Pesconi	A Intenção de Compra de Produtos Verdes em Portugal: O Papel da Preocupação Ambiental	Português	Iscte	2024
8	Rodrigo Carvalheda Duarte da Fonseca Sarroeira	ML, DL e GenAI para detecção de discurso de ódio.	Inglês	Iscte	2024
9	Valeria Claps	Storytelling no turismo: a atratividade de um destino na era digital. O retrato de Lisboa.	Inglês	Iscte	2024
10	Joana Mirante Matos	A Experiência do Cliente num Hostel em Lisboa: Uma análise baseada nas categorias da Booking.com	Inglês	Iscte	2024

11	João Filipe Matos Cortes de Sá e Almeida	Exploração da Satisfação e Preferências dos Utilizadores nos Serviços de Transporte Público.	Inglês	Iscte	2024
12	João Pedro Evans Matias de Sousa Apolinário	A relação entre Brand Coolness, Brand Love, Loyalty e e-WOM:Uma abordagem baseada em mineração de texto e análise de sentimento focada numa marca de tecnologia (Apple)	Inglês	Iscte	2023
13	Bianca Veiga Gondar	Experiências de cruzeiros no Douro: O papel mediador da cocriação na intenção de revisitar	Inglês	Iscte	2023
14	Beatriz Franco Henriques Malta da Silveira	Relações Consumidor-marca na Eurovisão, um Estudo Sobre as Consequências do Amor pela Marca	Inglês	Iscte	2023
15	Diogo Manuel Sousa da Silva	Explorar as motivações para assistir a eventos de desportos electrónicos: O papel da visita à cidade anfitriã	Inglês	Iscte	2023
16	Godfred Boakye Osei	Os impactos da guest house na experiência de alojamento turístico em Lisboa	Inglês	Iscte	2023
17	Deborah Caterina Condemi	Quais são as motivações para utilizar as redes de redes sociais para procurar e partilhar informações entre os Millennials italianos e portugueses?	Inglês	Iscte	2023
18	Bárbara Teixeira Fernandes Garcez da Costa	The role of Influencers in purchase intention along the context of product involvement	Inglês	Iscte	2022
19	Juliana da Conceição da Silva Pereira	O papel dos influenciadores digitais na intenção de compra do consumidor: setor do turismo	Inglês	Iscte	2022
20	Mariana Vieira Morais de Almeida Soares	Destination Brand Love e Destination Coolness: um estudo sobre Lisboa	Inglês	Iscte	2022
21	Jorge Miguel Santiago Polido	COMO O BEM-ESTAR SUBJETIVO E OS CUSTOS/BENEFÍCIOS PERCEBIDOS DA REALIZAÇÃO DE UM FESTIVAL DE MÚSICA INFLUENCIA O APOIO PERANTE O MESMO	Inglês	Iscte	2022
22	Paulo Ricardo de Oliveira Monteiro	Sistemas de realidade virtual para heranças culturais Museus e Galerias de Arte	Inglês	Iscte	2022
23	Moeko Mitani	Turistas Japoneses em Portugal: Será que o país tem o que procura?	Inglês	Iscte	2022
24	Ana Filipa Monteiro Rodrigues Cardoso	O valor da marca de um destino: uma análise de conteúdo criada pelo utilizador	Inglês	Iscte	2022

25	Wienda Heriana	Portugal como Destino de Turismo Culinário: Determinantes da Revisita e da Recomendação	Inglês	Iscte	2022
26	Irfan Dwikinanda	Influência da marca "cool" no amor à marca, intenção de compra e passa-palavra: Aplicação na Moda desportiva feminina na Indonésia	Inglês	Iscte	2022
27	Isabel Contreras Calado Oitavén	A Perceção de Risco do Consumidor & Intenção de Visitar Restaurantes durante o COVID-19: Uma Análise Empírica em Portugal	Inglês	Iscte	2021
28	Inês Martins da Rocha Velez Monteiro	In-Company Project: Desenvolvimento de um modelo que otimiza o número de flyers produzidos e medição da sua eficiência	Inglês	Iscte	2021
29	Duarte Mota Poseiro Rodrigues Prazeres	Custerização da População Portuguesa em Relação à Adoção e Intenção de Usar UAM	Inglês	Iscte	2021
30	Bruno Rafael Martins da Silva	O impacto das restrições da COVID-19 nas avaliações de hotéis: os casos de Londres e Paris analisados através de Text Mining	Inglês	Iscte	2021
31	Vera Bruna Gonçalves Ferreira	O Impacto da Música no Comportamento dos Consumidores: Aplicado a Anúncios Televisivos de Bens de Consumo Rápido	Inglês	Iscte	2021
32	Filipa Jesus Amaral	Compras Online em Tempos de Pandemia: Os Efeitos do COVID-19 no Comércio Eletrónico	Inglês	Iscte	2021
33	Mafalda Pereira Moura Mendes	Contexto pandémico e implicações para a internacionalização das PMEs portuguesas	Inglês	Iscte	2021
34	Raquel Nabais Baldo Pereira Lourenço	SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES DA VODAFONE PORTUGAL: ESTAMOS A DIRIGIR-NOS ÀS PESSOAS CERTAS?	Inglês	Iscte	2021
35	Rita Alexandre Feliciano	Viagens da geração Millennial: a influência do Instagram no processo de tomada de decisão	Inglês	Iscte	2020
36	Zhang Xin	Marketing Esportivo: Pesquisa sobre a estratégia de marketing da NBA no mercado de basquete chinês	Inglês	Iscte	2020
37	Zhang Peng	Tendências de Conscientização e Comportamentos Anti-consumo na Sociedade Chinesa	Inglês	Iscte	2020

38	Miguel Tavares de Sá	A Influência do Booking nas Reservas de Alojamento - Modelo de Aceitação da Tecnologia	Português	Iscte	2020
39	Maria Carolina Neves Abreu Santos Simões	Inovação no Mercado Vitivinícola em Portugal: Análise da Implementação de Vinho em lata (To-Be)	Português	Iscte	2019
40	Catarina Sofia Vinhas Nunes	Green consumerism: A influência da RSE no consumo de cosmética orgânica	Português	Iscte	2019
41	David Coelho Brito	Patrocínio de Desporto e o impacto na Intenção de Compra e Recomendação de uma Marca: Red Bull, mais que asas	Inglês	Iscte	2019
42	Joana Silva Mateus	O Impacto da Reputação Corporativa na Confiança, Satisfação e Lealdade dos Clientes Bancários: Comparação entre as Marcas Activobank e Millennium BCP	Português	Iscte	2019
43	Miguel Veloso Pinto	Perceber o que leva à falha das Start-ups atraves da criação de um modelo de previsão para as empresas Portuguesas	Inglês	Iscte	2019
44	Manuel Bernardo de Almeida Gabriel Saraiva da Cunha	Internacionalização das PMEs em Portugal: Foco na indústria do calçado em Portugal	Inglês	Iscte	2019
45	Paola de Fátima Montenegro Masello	Análise da Qualidade do Serviço sob a ótica do cliente e bem-estar animal em sítios para cães	Português	Iscte	2019
46	António José Marçalo Pires Trigo	Como Diferentes Culturas respondem a Anúncios Controversos: Um Estudo Intercultural de Três Direções	Inglês	Iscte	2019
47	Bárbara Filipa Nobre Cardoso	Compras olfativas - Como é que o aroma influencia o processo de decisão do consumidor?	Inglês	Iscte	2019
48	Diogo Garcia Martinho	INSTAGRAM COMO FERRAMENTA PARA MOLDAR A PERCEPÇÃO DE REPUTAÇÃO DE COMPANHIAS AÉREAS	Inglês	Iscte	2018
49	Tiago João Grilo Mendes	Fatores críticos de sucesso na Exportação de "Vinho Verde"	Inglês	Iscte	2018
50	Patrick Peter Pohl	From Berlin to Lisbon: Is carsahring a niche or is there to stay	Inglês	Iscte	2018
51	Stanislava Plamenova Antova	A influência da imagem do destino de Sofia na satisfação turística, intenção de recomendar e intenções pós-visita face aos produtos búlgaros: A imagem única é importante?	Inglês	Iscte	2018

52	Ana Filipa Mesquita Vilas Boas	O impacto da comunicação na performance das relações online business-to-business	Inglês	Iscte	2018
53	Rita Meireles Alves Tamagnini Faria	O efeito do rebranding na brand equity de uma marca própria	Inglês	Iscte	2018
54	Jéssica Maria Antunes Teixeira Proença Varão	Relacionamento entre a Confiança e a Adesão à Medicação: O efeito mediador da autoeficácia a da expetativa de resultado	Português	Iscte	2017
55	Maria Margarida Batalha Ribeiro	Setor Bancário Português: Análise da Perceção de Qualidade, Equidade, Valor, Satisfação e Confiança da População Portuguesa	Português	Iscte	2017
56	Maria Rita Estrela Maggioli Esteves Pereira	E-Commerce: Online Consumer, Service Failures and the Service Paradox	Inglês	Iscte	2017
57	Clarisse Marques de Carvalho	A qualidade do Trabalho em PortugalUma comparação entre Portugal, a Europa dos 15 e os 10 países do alargamento	Português	Iscte	2016
58	Marta Gil da Silva Araújo	Comportamentos do Consumidor e a Relação com o Turismo Criativo: Requalificação das Regiões Centro Interior de Portugal	Português	Iscte	2016
59	Joana Filipa Antunes Matela	A Influência da Ética nas Organizações: A mediação do clima ético nas relações de liderança com os resultados atitudinais dos colaboradores	Português	Iscte	2016
60	Cláudia Isabel Rêgo Gonçalves Vajão da Cruz Dias	Gestão do Emprego nas empresas em Portugal: a Incidência de arranjos contratuais flexíveis	Português	Iscte	2016
61	João Carlos Pinto Santos	O Papel dos Social Media no Customer Engagement e Corporate Reputation em Empresas do Setor do Transporte Aéreo - Caso Tap e Easyjet	Português	Iscte	2016
62	Marta Catarina Fernandes Gonçalves	Grocery Consumer Relational Perceptions: Value typologies and environmentally sustainable consumption	Inglês	Iscte	2014

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Pedro André Pinho da Silva	Estratégia de entrada no mercado ibérico para uma nova marca de colchões.	Inglês	Iscte	2019

2	Carlota Maria de Matos Taquenho Galiano Tavares	A Relação Entre o Brand Equity dos Festivais de Música e a Intenção de Visitar a Cidade que os Recebe: O Caso da Eurovisão & NOS Alive	Inglês	Iscte	2018
3	Francisca Maria Pacheco Pinto Remédios	Effects of Rebranding on Brand Equity - Pestana Hotel Group	Inglês	Iscte	2016
4	José Pedro Theotónio Ventura Lopes	Reputação Online: Implicações na Gestão Hoteleira - Caso de estudo: Pestana Group	Português	Iscte	2015
5	Maria João Sabino Barreto de Lara	Influência da Certificação Ambiental no Processo de Decisão de Compra	Português	Iscte	2012
6	Jordan Louis Ferreira	A Fidelização de Clientes no Retalho Electrónico: O caso do mercado de produtos desportivos e de actividade física.	Português	Iscte	2011
7	Duarte Jardim Vital de Evaristo Carvalho	Modelo de Optimização de Gama no Retalho Alimentar	--	Iscte	2011

Total de Citações

Web of Science®	768
Scopus	751

Publicações

- **Revistas Científicas**

- Artigo em revista científica

1	Abreu, C., Marques, C. & Pereira, H. G. (2026). Business models for nature-based tourism companies: The adoption of sustainable requirements. Journal of Rural Studies, 124. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2026.104102 - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Scopus: 1
2	Abreu, C., Marques, C. & Pereira, H. G. (2026). Nature-based tourism: Perceptions of sustainability and innovation in business models. World Development Sustainability, 9. https://doi.org/10.1016/j.wds.2026.100331
3	Querido, L., Fernandes, S., Verhaeghe. A. & Marques, C. (2026). Orthographic knowledge as a predictor of writing composition in European Portuguese: A longitudinal study in Grade 2. Behavioral Sciences, 16(5). https://doi.org/10.3390/bs16050652

4	Abreu, C., Marques, C. & Pereira, H. G. (2025). Understanding sustainability and innovation in nature-based tourism business models: A systematic literature review. Journal of Sustainability Research, 7(4). https://doi.org/10.20900/jsr20250068 - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 7
5	Guerra, R., Carvalho, P., Marques, C., Carmona, M., Sarroeira, R., Batista, F....Silva, C. (2025). Unpacking online hate speech in Portuguese social media: A social-psychological and linguistic-discursive approach. Humanities and Social Sciences Communications, 12. https://doi.org/10.1057/s41599-025-05392-9 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 3
6	Petruzzi, M. & Marques, C. (2024). Peer-to-peer accommodation in COVID-19 period: A segmentation approach from tourist's safety perspective. Journal of Vacation Marketing, 30(1), 72?92. https://doi.org/10.1177/13567667221118638 - N.º de citações Web of Science®: 17 - N.º de citações Scopus: 17
7	Pereira, J., Alturas, B. & Marques, C. (2024). Users' satisfaction evaluation of telemedicine mobile applications based on ISO standards. International Journal of Mobile Communications, 23(3), 376?392. https://doi.org/10.1504/IJMC.2024.10061132 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Google Scholar: 3
8	Ramos, G., Batista, F., Ribeiro, R., Fialho, P., Moro, S., Fonseca, A....Silva, C. (2024). Leveraging transfer learning for hate speech detection in Portuguese social media posts. IEEE Access, 12, 101374?101389. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3430848 - N.º de citações Web of Science®: 13 - N.º de citações Scopus: 20 - N.º de citações Google Scholar: 28
9	Fonseca, A., Pontes, C., Moro, S., Batista, F., Ribeiro, R., Guerra, R....Silva, C. (2024). Analyzing hate speech dynamics on Twitter/X: Insights from conversational data and the impact of user interaction patterns. Heliyon, 10(11). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32246 - N.º de citações Web of Science®: 7 - N.º de citações Scopus: 9 - N.º de citações Google Scholar: 21
10	Petruzzi, M., Marques, C. & Campos, A. C. (2023). Social impacts of peer-to-peer accommodation on host communities. International Journal of Tourism Research, 25(1), 123?136. https://doi.org/10.1002/jtr.2555 - N.º de citações Web of Science®: 14 - N.º de citações Scopus: 16 - N.º de citações Google Scholar: 25
11	Kalakou, S., Marques, C., Prazeres, D. & Agouridas, V. (2023). Citizens' attitudes towards technological innovations: The case of urban air mobility. Technological Forecasting and Social Change, 187. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122200 - N.º de citações Web of Science®: 54 - N.º de citações Scopus: 57 - N.º de citações Google Scholar: 80
12	Petruzzi, M., Sheppard, V. & Marques, C. (2022). Positioning Airbnb and Fairbnb in the sharing-exchange continuum. Current Issues in Tourism, 25(19), 3106?3109. https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1697650 - N.º de citações Web of Science®: 10 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 23

13	Henriques-Calado, J., Gonçalves, B., Marques, C., Moreira, A., Paulino, M., Marques, J.G.,...Pires, R. (2021). In light of the DSM-5 dimensional model of personality: Borderline personality disorder at the crossroads with the bipolar spectrum. Journal of Affective Disorders, 294, 897?907. https://doi.org/10.1016/j.jad.2021.07.047 - N.º de citações Web of Science®: 7 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 10
14	Barroso, M. S., Araújo, B. C., Jacinto, J., Marques, C., Gama, I. & Barros, E. (2021). Association between the insertion type of the uncinate process and the development of frontal sinus mucoceles - is there a relationship?. Acta Otorrinolaringológica Española, 72(4), 246?251. https://doi.org/10.1016/j.otorri.2020.06.008 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 4 - N.º de citações Google Scholar: 10
15	Vinhas da Silva, R., Marques, C., Martinho, D., Teixeira, N. & Crespo de Carvalho, J. (2021). Instagram: A gimmick or a serious reputation builder in the airline business?. Journal of Creative Communications, 16(3), 285?302. https://doi.org/10.1177%2F09732586211031380 - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 11
16	Vicente, P., Marques, C. & Reis, E. (2021). Willingness to pay for environmental quality: The effects of pro-environmental behavior, perceived behavior control, environmental activism, and educational level. SAGE Open, 11(4), 5. https://doi.org/10.1177%2F21582440211025256 - N.º de citações Web of Science®: 51 - N.º de citações Scopus: 54 - N.º de citações Google Scholar: 86
17	Marques, C., Vinhas da Silva, R. & Antova, S. (2021). Image, satisfaction, destination and product post-visit behaviours: How do they relate in emerging destinations?. Tourism Management, 85. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104293 - N.º de citações Web of Science®: 164 - N.º de citações Scopus: 165 - N.º de citações Google Scholar: 278
18	Petruzzi, M. A., Marques, C. & Sheppard, V. (2021). TO SHARE OR TO EXCHANGE: an analysis of the sharing economy characteristics of Airbnb and Fairbnb.coop. International Journal of Hospitality Management, 92. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102724 - N.º de citações Web of Science®: 30 - N.º de citações Scopus: 23 - N.º de citações Google Scholar: 43
19	Querido, L., Fernandes, S., Verhaeghe. A. & Marques, C. (2020). Lexical and sublexical orthographic knowledge: relationships in an orthography of intermediate depth. Reading and Writing, 33(10), 2459?2479. https://doi.org/10.1007/s11145-020-10052-2 - N.º de citações Web of Science®: 11 - N.º de citações Scopus: 11 - N.º de citações Google Scholar: 18
20	Neto, D. D., Baptista, T. M., Marques, C. & Sousa Ferreira, A. (2020). The role of weight perceptions and their impact on health and well-being: a multiple mediation model. Clinical Obesity, 10(4). https://doi.org/10.1111/cob.12362 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 4

21	Marques, C., Vinhas da Silva, R., Davcik, N. & Faria, R. (2020). The role of brand equity in a new rebranding strategy of a private label brand. Journal of Business Research, 117, 497?507. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.022 - N.º de citações Web of Science®: 58 - N.º de citações Scopus: 50 - N.º de citações Google Scholar: 185
22	Marques, C., Mohsin, A. & Lengler, J. (2018). A multinational comparative study highlighting students' travel motivations and touristic trends. Journal of Destination Marketing and Management, 10, 87?100. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.06.002 - N.º de citações Web of Science®: 20 - N.º de citações Scopus: 17 - N.º de citações Google Scholar: 48
23	Eurico, S., Pinto, P., Silva, J. A. & Marques, C. (2018). The ECSI model in higher education in tourism: a segmentation analysis in the Portuguese case. Tourism, 66(2), 208?226. - N.º de citações Web of Science®: 5 - N.º de citações Scopus: 12 - N.º de citações Google Scholar: 22
24	Reis, E., Vicente, P., Rosa, A. & Marques, C. (2017). Methodology to design a Map of Alert for population and housing censuses: the Portuguese case. Methodological Innovations, 10(2), 1?12. https://doi.org/10.1177/2059799117703120
25	Vicente, P., Marques, C. & Reis, E. (2017). Effects of call patterns on the likelihood of contact and of interview in mobile CATI surveys. Survey Methods: Insights from the Field,. https://doi.org/10.13094/SMIF-2017-00003 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Google Scholar: 8
26	Marques, C., Reis, E., Menezes, J. & Salgueiro, M. F. (2017). Modelling preferences for nature-based recreation activities. Leisure Studies, 36(1), 89?107. https://doi.org/10.1080/02614367.2015.1014928 - N.º de citações Web of Science®: 33 - N.º de citações Scopus: 31 - N.º de citações Google Scholar: 51
27	Fernandes, S., Querido, L., Verhaeghe, A., Marques, C. & Araújo, L. (2017). Reading development in European Portuguese: relationships between oral reading fluency, vocabulary and reading comprehension. Reading and Writing, 30(9), 1987?2007. https://doi.org/10.1007/s11145-017-9763-z - N.º de citações Web of Science®: 55 - N.º de citações Scopus: 42 - N.º de citações Google Scholar: 94
28	Vicente, P. & Marques, C. (2017). Do initial respondents differ from callback respondents? Lessons from a mobile CATI survey. Social Science Computer Review, 35(5), 606?618. https://doi.org/10.1177/0894439316655975 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 5
29	Santos, D. J. F., Alberto, I. M. M. & Marques, C. M. V. A. (2016). The structured interview of family assessment risk: convergent validity, inter-rater reliability and structural relations. Child and Adolescent Social Work Journal, 33(6), 487?197. https://doi.org/10.1007/s10560-016-0444-6 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 10

30	Fandiño, A. M., Marques, C., Menezes, R. & Bentes, S. R. (2015). Organizational social capital Scale based on Nahapiet and Ghosal model: development and validation. Review of Contemporary Business Research, 4(2), 25?38. https://doi.org/10.15640/rcbr.v4n2a3 - N.º de citações Web of Science®: 29 - N.º de citações Google Scholar: 63
31	Marques, C. & Reis, E. (2015). How to deal with heterogeneity among tourism constructs?. Annals of Tourism Research, 52, 172?174. https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.03.009 - N.º de citações Web of Science®: 15 - N.º de citações Scopus: 16 - N.º de citações Google Scholar: 22
32	Gonçalves, M., Menezes, J. & Marques, C. (2015). Grocery consumer relational perceptions: in green consumption context. Tourism and Management Studies, 11(1), 160?163. - N.º de citações Google Scholar: 17
33	Lengler, J., Sousa, C. M. P. & Marques, C. (2014). Examining the relationship between market orientation and export performance: the moderating role of competitive Intensity. Advances in International Marketing, 24, 75?102. https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2013)0000024008 - N.º de citações Scopus: 9 - N.º de citações Google Scholar: 17
34	Menezes, J., Santos, M., Reis, E. & Marques, C. (2013). The influence of the consumer perceived value on the satisfaction with the grocery retailer relationship: the mediating effect of the risk of unsustainable consumption. Egitania Sciencia, 13, 199?210. - N.º de citações Google Scholar: 2
35	Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2013). Exploring the linear and quadratic effects of customer and competitor orientation on export performance. International Marketing Review, 30(5), 440?468. https://doi.org/10.1108/IMR-03-2011-0087 - N.º de citações Web of Science®: 55 - N.º de citações Scopus: 46 - N.º de citações Google Scholar: 85
36	Marques, C., Reis, E., Menezes, J. & Salgueiro, M. F. (2010). Modelling the influence of environmental attitudes on the preferences for activities: A SEM approach. Portuguese Journal of Quantitative Methods, 1(1), 119?134. - N.º de citações Google Scholar: 4
37	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2010). Profiling the segments of visitors to Portuguese protected areas. Journal of Sustainable Tourism, 18(8), 971?996. https://doi.org/10.1080/09669582.2010.497222 - N.º de citações Web of Science®: 67 - N.º de citações Scopus: 63 - N.º de citações Google Scholar: 129

- Artigo de revisão

1	Ramos, G., Batista, F., Ribeiro, R., Fialho, P., Moro, S., Fonseca, A....Silva, C. (2024). A comprehensive review on automatic hate speech detection in the age of the transformer. Social Network Analysis and Mining, 14(1). https://doi.org/10.1007/s13278-024-01361-3 - N.º de citações Web of Science®: 28 - N.º de citações Scopus: 53 - N.º de citações Google Scholar: 88

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

1	Monteiro, A., Pinto, G. & Marques, C. (1997). Álgebra Linear e Geometria Analítica - Problemas e Exercícios. Editora McGraw-Hill.

- Capítulo de livro

1	Fernandes, S., Querido, L., Verhaeghe. A. & Marques, C. (2022). THE ROLE OF MORPHOLOGICAL AWARENESS ON LITERACY SKILLS OF PORTUGUESE UNDERGRADUATE COLLEGE STUDENTS. In J.M. Palomares-Rodríguez; (Ed.), Avances en Ciencias de la Educación y Aplicaciones en otra áreas. Volumen I. (pp. 212?212). Dykinson. https://doi.org/10.2307/jj.5076226.211
2	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2012). A finite mixture approach to uncover the heterogeneity in the relationship between visit motivation and activity preferences. In P. E. Oliveira et al. (Ed.), Recent Developments in Modeling and Applications in Statistics, Studies in Theoretical and Applied Statistics (pp. 21?29). Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-642-32419-2_3 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 1

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Ramos, G., Batista, F., Ribeiro, R., Fialho, P., Moro, S., Fonseca, A....Silva, C. (2025). Bypassing the nuances of Portuguese covert hate speech through contextual analysis. In Manuel Filipe Santos, José Machado, Paulo Novais, Paulo Cortez, Pedro Miguel Moreira (Ed.), Progress in artificial intelligence: EPIA 2024 (pp. 241?253). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-73503-5_20 - N.º de citações Google Scholar: 1
2	Fialho, P., Ribeiro, R., Batista, F., Ramos, G., Fonseca, A., Moro, S....Silva, C. (2025). Counter hate speech detection in youtube conversations. In Marie-Jeanne Lesot, Susana Vieira, Marek Z. Reformat, João Paulo Carvalho, Fernando Batista, Bernadette Bouchon-Meunier, Ronald R. Yager (Ed.), Information Processing and Management of Uncertainty in Knowledge-Based Systems. IPMU 2024 (pp. 94?105). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-73997-2_9 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 2
3	Pontes, C., Fonseca, A., Moro, S., Batista, F., Ribeiro, R., Marques, C....Guerra, R. (2025). Unveiling patterns of hate speech in the Portuguese sphere: A social network analysis approach. In Marie-Jeanne Lesot, Susana Vieira, Marek Z. Reformat, João Paulo Carvalho, Fernando Batista, Bernadette Bouchon-Meunier, Ronald R. Yager (Ed.), 20th International Conference on Information Processing and Management of Uncertainty in Knowledge-Based Systems, IPMU 2024 (pp. 70?81). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-73997-2_7 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 4
4	Langaro, D., Cintra, M. & Marques, C. (2024). Exploring the presence and effects of race inclusivity on branded content in social media. In Roland T. Rust (Ed.), 2024 Global Fashion Management Conference at Milan (pp. 510?515). Gamma. https://doi.org/http://db.koreascholar.com/Article/Detail/434629

5	Silva, B., Moro, S. & Marques, C. (2022). Sensing the impact of COVID-19 restrictions from online reviews: The cases of London and Paris unveiled through text mining. In Reis, J. L., Parra López, E., Moutinho, L., and Santos, J. P. M. dos. (Ed.), Marketing and Smart Technologies. Smart Innovation, Systems and Technologies (pp. 223?232). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-9268-0_18 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 5
6	Vilas Boas, A.F., Guerreiro, J. & Marques, C. (2019). Online business-to-business communication and online relationship: The mediator role of trust. Proceedings of the 48th EMAC Conference. EMAC.
7	Santos, M-C. & Marques, C. (2019). Does attending an occasional itinerary music festival drive tourism towards the host city?: The case of Eurovision Song Festival. Proceedings of the 8th ATMC conference: Advances in Tourism Marketing Conference.
8	Santos, M-C. & Marques, C. (2015). The Impact of Environmental Certification on the shoppers' store choice. Proceedings of the Trend Marketing Conference 2015 (14th IMTC 2015).
9	Menezes, J. & Marques, C. (2015). Grocery consumer typologies on environmentally sustainable consumption. 4th International Conference on Multinational Enterprises and Sustainable Development, (MESD'15).
10	Eurico, S., Valle, P., Marques, C. & Silva, J.A. (2015). Uncovering unobserved heterogeneity in the ECSI model: An application in higher education in tourism. Proceedings of the 2nd International Symposium on Partial Least Squares Path Modeling.
11	Aveiro, V., Reis, E., Santos, M-C. & Marques, C. (2014). The Influence of Person-Organization Fit for the Corporate Brand Perception according to the Contractual Situation. Proceedings of the 17th International Academy of Management and Business (IAMB) Conference - IAMB 2014.
12	Rodrigues, A. & Marques, C. (2013). The role of negotiation for long-haul markets in the intention of revisit rural. Proceedings of the 5th Advances in Tourism Marketing Conference (ATMC 2013).
13	Menezes, J., Santos, M-C., Reis, E. & Marques, C. (2012). Value and risk of unsustainable consumption on grocery retailing purchases: a conceptual propose. In elbe 2012 (Ed.), Proceedings of the IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012) (pp. 0?0).
14	Aveiro, V., Reis, E., Santos, M-C. & Marques, C. (2012). O Papel do Colaborador na Transmissão dos Valores da Marca Corporativa aos Clientes. In elbe (Ed.), Proceedings of the IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012) (pp. 0?0).
15	Dias, E.B. & Marques, C. (2012). How far can be some markets with short psychic distance? The Portuguese case. In elbe 2012 (Ed.), Proceedings of the IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012) (pp. 0?0).
16	Dias, E.B. & Marques, C. (2012). SME International Market Selection: An Exploratory Research based on Portuguese New Exporters Market Selection. In Elbe 2012 (Ed.), Proceedings do IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012) (pp. 0?0). - N.º de citações Google Scholar: 4
17	Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2012). Testing for Non-Linear Relationship Between International Pricing Strategy and Export Performance. In emac (Ed.), Proceedings of the 41st Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2012) (pp. 0?0).

18	Reis, E. & Marques, C. (2012). A Model Structure Approach for Market Segmentation: A Comparison to traditional clustering methods. Proceedings of the 41st Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2012) (pp. 0?0). emac 2012.
19	Elisabeth de Azevedo Reis & Marques, C. (2011). Comparison of Visitor Segments to National Parks: the Advantages of Model Structure Segmentation to Marketing. Proceedings of the 18th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science (EIRASS 2011) (pp. 0?0).
20	Marques, C. & Elisabeth de Azevedo Reis (2011). The relationship between environmental attitudes and preferences for activities in nature: A model-based segmentation using a finite mixture PLS approach. In European Institute of Retailing and Services Studies (Ed.), Proceedings of the 18th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science (EIRASS 2011) (pp. 0?0). European Institute of Retailing and Services Studies.
21	Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2011). Export performance and market orientation: Testing for non-linear effects. In EIBA 2011 (Ed.), Proceedings of the 37th Annual Conference of the European International Business Academy (EIBA 2011) (pp. 0?0).
22	Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2011). Examining The Relationship Among Market Orientation Constructs And Export Performance: The Moderating Role Of Competitive Intensity. Proceedings of the 40th Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2011) (pp. 0?0).
23	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2010). Segment comparison of nature-based tourists: Impacts on tourism in national parks. In Conference on Corporate Governance, Innovation, Social and Environmental Responsibility (Ed.), Proceedings of the Conference on Corporate Governance, Innovation, Social and Environmental Responsibility (GIRA 2010) (pp. 0?0). Conference on Corporate Governance, Innovation, Social and Environmental Responsibility.
24	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2010). The influence of Visit Motivation on Preferences for Activities in Natural Parks: A model-based segmentation using a finite mixture PLS approach. In European Marketing Academy (Ed.), Proceedings of the 39th Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2010) (pp. 0?0). European Marketing Academy.
25	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2010). An explanatory model of preferences for activities in Portuguese parks. In European Institute of Retailing and Services Studies (Ed.), Proceedings of the 17th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science (EIRASS 2010) (pp. 0?0). European Institute of Retailing and Services Studies.
26	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2009). O efeito das características sócio-demográficas nas atitudes ambientais: Aplicação de um Modelo MIMIC a indicadores ordinais. In Oliveira, I., E. Correia, F. Ferreira, S. Dias e C. Braumann (Ed.), Estatística: Arte de Explicar o Acaso (pp. 405?416). Edições SPE. - N.º de citações Google Scholar: 1
27	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2008). Análise Factorial Exploratória com Variáveis Ordinais: Uma aplicação dos modelos NOR e POM à motivação de visita das áreas protegidas. In Hill, M.M., M.A. Ferreira, J.G. Dias, M.F. Salgueiro, H. Carvalho, P. Vicente e C. Braumann (Ed.), Estatística: Da Teoria à Prática (pp. 305?314). Edições SPE.
28	Marques, C., Reis, E., Menezes, J. & Salgueiro, M.F. (2008). The influence of environmental attitudes on the preferences for activities in Portuguese protected areas. In III Congresso da Asociatión Hispano-Portuguesa de Economía de los Recursos Naturales y Ambientales (AERNA 2008) (Ed.), Proceedings do III Congresso da Asociatión Hispano-Portuguesa de Economía de los Recursos Naturales y Ambientales (AERNA 2008) (pp. 0?0). - N.º de citações Google Scholar: 1

29	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2008). Market Segmentation in Nature-based Tourism: The case of Portuguese Protected Areas. Proceedings do 2º Encontro Luso-Brasileiro de Estratégia (ELBE 2008) (pp. 0?0). - N.º de citações Google Scholar: 1

- Comunicação em evento científico

1	Marques, C., Langaro, D., Rodrigues, D., Carvalho, J.M. & Cardoso, M. (2026). CUSTOMER RESPONSES TO CHATBOTS AND THEIR IMPACT ON BRAND PERCEPTION IN RETAIL CONTEXTS. Global Fashion Management Conference,.
2	Almeida, H., Kalakou, S. & Marques, C. (2025). Setting the scene for Innovative Air Mobility (IAM) services: a comparative study on citizens' social acceptance through the experience factor. Transportation Research Symposium,.
3	Almeida, H., Kalakou, S. & Marques, C. (2025). Fostering Social Acceptance of Innovative Air Mobility: The development of two indices on acceptability and acceptance. European Transport Conference 2025 - Association for European Transport,.
4	Marques, C., Langaro, D. & Cintra, M. (2025). A Inclusão Racial na Publicidade de Cosméticos no Instagram: Representação e Impacto no Envolvimento dos Utilizadores. XXVII Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
5	Marques, C., Guerra, R., Carvalho, P., Sarroeira, R., Fonseca, A., Batista, F....Moro, S. (2024). Online Hate Speech: How discursive phenomena and rhetorical mechanisms influence negative emotions?. XXXI Meeting of the Portuguese Association of Classification and Data Analysis (JOCLAD 2024),.
6	Langaro, D., Marques, C. & Cintra, M. (2024). Race diversity in social media branded content: Exploring audience responses. EMAC Regional Conference 2024,.
7	Fonseca, A., Moro, S., pontes, C., Batista, F., Ribeiro, R., Marques, C....Guerra, R. (2024). Characterization of user positioning in online social media, application to hate speech conversations. NetSci - International School and Conference on Network Science,.
8	Moro, S., Fonseca, A., pontes, C., Batista, F., Ribeiro, R., Marques, C....Guerra, R. (2024). Unveiling research on social networks in the Portuguese language. NetSci - International School and Conference on Network Science,.
9	Marques, C., Langaro, D. & Cintra, M. (2024). EXPLORING THE PRESENCE AND EFFECTS OF RACE INCLUSIVITY ON BRANDED CONTENT IN SOCIAL MEDIA. Global Fashion Management Conference,.
10	Marques, C., Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2022). Analyzing the Effects of Deviations from Normality on the Latent Growth Curve Models Goodness-of-fit. IFCS,.
11	Silva, B., Moro, S. & Marques, C. (2021). Sensing the impact of COVID-19 restrictions from online reviews: the cases of London and Paris unveiled through Text Mining. Proceedings of the 2021 International Conference on Marketing and Technologies (ICMarkTech21),.
12	Henriques-Calado, J., Gonçalves, B., Marques, C., Paulino, M., Gama Marques, J., Grácio, J....Pires, R. (2021). Predictions based on the dsm-5 personality dimensional model and psychopathology: Differentiating borderline from affective disorders.. 20th WPA World Congress of Psychiatry,.

13	Petruzzi, M., Marques, C. & Sheppard, V. (2020). Assessing the sharing and exchange characteristics of fairbnb.coop. Conferência Internacional “Comunidades e Redes para a Inovação Territorial",. https://doi.org/10.34624/rk1t-t230
14	Vicente, P., Marques, C. & Reis, E. (2020). Willingness to pay for environmental quality in Portugal: an application of SEM. XXVII Jornadas de Classificação e Análise de Dados,.
15	Calapez, T., Marques, C., António, N. & Ribeiro, M. (2020). DO PERCEPTIONS OF QUALITY, EQUITY AND VALUE IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION AND TRUST? THE CASE OF PORTUGUESE BANKING SECTOR. 2020 Global Marketing Conference,.
16	Marques, C., Vinhas da Silva, Rui & Cardoso, B. (2020). DOLLARS & SCENTS: BUILDING BRAND-RELATIONSHIPS IN STORES. 2020 Global Marketing Conference,.
17	Marques, C., Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2020). Deviations from normality: Effects on the goodness-of-fit of latent growth curve models. XXVII Meeting of the Portuguese Association of Classification and Data Analysis,,.
18	Santos, M-C. & Marques, C. (2019). Does attending an occasional itinerary music festival drive tourism towards the host city? The case of Eurovision Song Festival. ATMC 2019 - “MARKETING FOR MORE SUSTAINABLE AND COLLABORATIVE TOURISM”.,.
19	Henriques-Calado, J., Gonçalves, B., Pires, R., Paulino, M., Gama marques, J. & Marques, C. (2019). DSM-5 MALADAPTIVE TRAITS, PERSONALITY AND SOCIODEMOGRAPHIC VARIABLES: PREDICTIVE DIMENSIONAL MODELS IN A PORTUGUESE CLINICAL SAMPLE. 19th WPA World Congress of Psychiatry,.
20	Guerreiro, J., Marques, C. & Vilas Boas, A.F. (2019). Online Business-to-Business Communication and Online Relationship: The Mediator Role of Trust. 48th EMAC Annual Conference May 28 – 31, 2019,.
21	Neto, D. D., Baptista, T. M., Marques, C. & Ferreira, A. S. (2019). WEIGHT PERCEPTIONS AND THEIR IMPACT ON THE RELATIONSHIP BETWEEN WEIGHT AND HEALTH. XVI European Congress of Psychology,.
22	Salgueiro, M.F., Vicente, P.C.R. & Marques, C. (2018). Planned missing designs: Effects on latent growth curve models. IMPS 2018 - International Meeting of the Psychometric Society,.
23	Neto, D. D., Baptista, T. M., Marques, C. & Ferreira, A. S. (2018). The impact of weight perceptions in health and well-being: A multiple mediation model. 32nd Annual Conference of the European Health Psychology Society,.
24	Marques, C., Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2018). DATA DEVIATIONS FROM NORMALITY: EFFECTS ON GROWTH CURVE MODELS. IMPS 2018,.
25	Marques, C., Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2018). O efeito dos desvios face à normalidade da distribuição dos dados nas estimativas de um modelo com trajectória latente linear: Resultados de um estudo de simulação em R. JOCLAD 2018,.
26	Santos, M-C. & Marques, C. (2017). Perceived corporate rebranding and brand equity in a multi-concept global hotel group. XIII Iberian International Business Conference,.
27	Marques, C., Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2017). Simulação de Modelos com Trajectória Latente: R versus Mplus. XXIII Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,.

28	Marques, C., Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2017). DATA DEVIATIONS FROM NORMALITY: EFFECTS ON GROWTH CURVE MODELS ESTIMATES. IMPS 2017,.
29	Araújo, M., Pereira, H. & Marques, C. (2017). Creative Tourists in Rural Regions: How do they behave regarding to creative experiences?. European Marketing Academy Conference - EMAC 2017,.
30	Santos, M-C., Marques, C. & Remédios, F. (2017). ASSESSING THE IMPACT OF LOGO CHANGES ON THE BRAND EQUITY OF A HOTEL GROUP. European Marketing Academy Conference - EMAC 2017,.
31	Marques, C., Lengler, J., Mohsin, A. & Mohsin, A. (2017). A Multinational Study On Perceptions Of Attractions/activities Of Student Tourists From Eight Countries. European Marketing Academy Conference - EMAC 2017,.
32	Batista, M., Reis, E., Marques, C. & Santos, M-C. (2017). A Certificação de Alimentos Orgânicos: Influência na Decisão de Compra do Consumidor Ecologicamente Consciente. XXIII Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,. - N.º de citações Google Scholar: 2
33	Salgueiro, M.F., Marques, C. & Vicente, P.C.R. (2017). Desvios à Normalidade da Distribuição: Efeitos Sobre as Estimativas dos Parâmetros em Modelos com Trajectória Latente. XXIII Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
34	Marques, C. & Neves, J (2016). ENOTOURISM IN THE ALENTEJO, PORTUGAL: PROFILING THE MATURE AND NON-MATURE TRAVELLERS. Tourism & Ageing Conference,.
35	Ribeiro, E. R. & Marques, C. (2016). SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR DOS SERVIÇOS OFERECIDOS PELOS GINÁSIOS PARTICULARES DA CIDADE DE MAPUTO: ANÁLISE DAS CAUSAS E CONSEQUÊNCIAS. XVI Congresso de Ciências do Desporto e Educação Física dos Países de Língua Portuguesa,.
36	Fernandes, S., Querido, L., Verhaeghe, A., Marques, C. & Morais, J. (2016). Relações entre os constituintes da fluência em leitura, vocabulário e compreensão em leitura durante a aprendizagem.. 4th INTERNATIONAL CONGRESS of EDUCATIONAL SCIENCES and DEVELOPMENT,.
37	Querido, L., Fernandes, S., Verhaeghe, A., Marques, C. & Morais, J. (2016). Influência do conhecimento ortográfico lexical e sublexical na composição escrita.. 4th INTERNATIONAL CONGRESS of EDUCATIONAL SCIENCES and DEVELOPMENT,.
38	Santos, M-C. & Marques, C. (2015). The Impact of Environmental Certification on the shoppers' store choice. Trend Marketing Conference 2015 (14th IMTC 2015),.
39	Vicente, P., Marques, C. & Reis, E. (2015). Are callbacks a waste of time in mCATI surveys?. XXII Jornadas de Classificação e Análise de Dados,.
40	Menezes, J. & Marques, C. (2015). GROCERY CONSUMER TYPOLOGIES ON ENVIRONMENTALLY SUSTAINABLE CONSUMPTION. Fourth Multinational Enterprises and Sustainable Development International Conference (MESD'15),.
41	Marques, C. (2015). Tourism in Portuguese Protected Areas. Seminário no Programa Doutoral de Gestão do Turismo,.
42	Eurico, S., Valle, P., Marques, C. & Silva, J.A. (2015). Uncovering unobserved heterogeneity in the ECSI model: An application in higher education in tourism. 2nd International Symposium on Partial Least Squares Path Modeling,.

43	Querido, L., Fernandes, S., Verhaeghe, A., Marques, C. & Morais, J. (2014). Predictors of writing abilities in European Portuguese: evidence from 1st-to 6th-graders. 28th International Congress of Applied Psychology (ICAP2014),.
44	Fernandes, S., Querido, L., Verhaeghe, A., Araújo, L., Marques, C., Carvalho, C....Morais, J. (2014). Relationships between constituent skills of reading fluency, vocabulary and reading comprehension in the first six grades: evidence from European Portuguese.. 28th International Congress of Applied Psychology (ICAP2014),.
45	Marques, C. & Dias, J. G. (2014). The impact of population heterogeneity on factor analysis estimation. XXI Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD2014),.
46	Gonçalves, M., Menezes, J. & Marques, C. (2014). Grocery Consumer Relational Perceptions: In Green Consumption Context. TMS ALGARVE 2014 – MANAGEMENT STUDIES INTERNATIONAL CONFERENCE,.
47	Marques, C. (2014). Factor Mixture Model: an overview. Workshop on Statistics and Applications,.
48	Rodrigues, A. & Marques, C. (2014). Discussion of the development of a scale for astro-tourism motivation. Advances in Tourism Economics,.
49	Ribeiro, E. R. & Marques, C. (2014). Customer satisfaction and loyalty in Mozambican health clubs/ a PLS Path Modeling approach. LTM2014 Life Through Movement International Conference,.
50	Aveiro, V., Reis, E., Santos, M-C. & Marques, C. (2014). The Influence of Person-Organization Fit for the Corporate Brand Perception according to the Contractual Situation. 17th International Academy of Management and Business (IAMB) Conference - IAMB 2014,.
51	Áurea Rodrigues & Marques, C. (2014). Mitigating the Effect of Travel Constraints on the Intention to Visit: The Role of Product Placement. 43rd Annual Conference of the European Marketing Academy – EMAC 2014,.
52	Pral, C., Gonçalves, B & Marques, C. (2014). Depressão e risco de reincidência criminal face à delinquência. XXI Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD2014),.
53	Ribeiro, E. R., Marques, C. & Eduardo Baptista Correia (2014). Os ginásios da Cidade de maputo: Os determinantes da satisfação e da lealdade dos clientes. XXI Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD2014),.
54	Rodrigues, A. & Marques, C. (2013). The Role of Negotiation for Long-Haul Markets in the Intention of Revisit Rural Europe. 5th Advances in Tourism Marketing (ATMC) Conference,.
55	Marques, C. & Dias, J. G. (2013). Optimal strategies in identifying working risk factors. 26th EURO-INFORMS Conference,.
56	Marques, C. & Dias, J. G. (2013). Exploring unobserved heterogeneity in Factor Analysis. XX Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD2013),.
57	Marques, C. & Dias, J. G. (2013). Heterogeneidade Não Observada na Exposição ao Risco no Local de Trabalho: Uma Aplicação dos Modelos de Mistura Factorial a Dados Europeus. XXI Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
58	Lara, M., Marques, C. & Santos, M-C. (2013). Environmental certifications: Are they reaching the consumers?. 5th Annual Global Management Conference,.

59	Menezes, J., Santos, M-C., Reis, E. & Marques, C. (2013). The influence of the consumer perceived value on the satisfaction with the grocery retailer relationship: the mediating effect of the risk of unsustainable consumption. 5th Annual Global Management Conference,.
60	Menezes, J. & Marques, C. (2013). Interrelation Between e-Service Quality, Attitudes and Behaviors. Intentions in Content-Driven e-Service Websites. 5th Annual Global Management Conference,.
61	Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2012). Testing for Non-Linear Relationship Between International Pricing Strategy and Export Performance. 41st Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2012),.
62	Reis, E. & Marques, C. (2012). A Model Structure Approach for Market Segmentation: A Comparison to traditional clustering methods. 41st Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2012),.
63	Aveiro, V., Reis, E., Santos, M-C. & Marques, C. (2012). O Papel do Colaborador na Transmissão dos Valores da Marca Corporativa aos Clientes. IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012),.
64	Marques, C. & Rodrigues, A. (2012). Mediação múltipla inconsistente: O estudo do efeito dos constrangimentos de visita na intenção de visitar. XX Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística (SPE 2012),.
65	Marques, C. & Rodrigues, A. (2012). A anulação de uma relação: O caso da Nostalgia na relação entre os constrangimentos de visita e a intenção de visitar. XIX Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD 2012),.
66	Menezes, J., Santos, M-C., Reis, E. & Marques, C. (2012). Value and risk of unsustainable consumption on grocery retailing purchases: a conceptual propose. IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012),.
67	Dias, E.B. & Marques, C. (2012). How far can be some markets with short psychic distance? The Portuguese case. IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012),.
68	Dias, E.B. & Marques, C. (2012). SME International Market Selection: An Exploratory Research based on Portuguese New Exporters Market Selection. IV Encontro Luso-Brasileiro e I Congresso Ibero-Americano de Estratégia (ELBE 2012),.
69	Reis, E., Aveiro, V., Marques, C. & Santos, M-C. (2012). Organizational values and individual values of employees of a postal service company: Do they really fit?. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science (EIRASS 2012),.
70	Marques, C., Aveiro, V. & Reis, E. (2012). The influence of Person-Organization Fit (POF) on the employees' perception of the corporate brand values of a postal company. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science (EIRASS 2012),.
71	Menezes, J., Marques, C. & Reis, E. (2012). Nature-Tourists service experiences: insights from critical realism. 7th International Service Research Conference (AMA SERVSIG 2012),.
72	Elisabeth de Azevedo Reis & Marques, C. (2011). Comparison of Visitor Segments to National Parks: the Advantages of Model Structure Segmentation to Marketing. 18th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science (EIRASS 2011),.

73	Marques, C. & Elisabeth de Azevedo Reis (2011). The relationship between environmental attitudes and preferences for activities in nature: A model-based segmentation using a finite mixture PLS approach. 18th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science (EIRASS 2011),.
74	Jorge Francisco Lengler, Sousa, C. & Marques, C. (2011). Export performance and market orientation: Testing for non-linear effects. 37th Annual Conference of the European International Business Academy (EIBA 2011),.
75	Lengler, J., Sousa, C. & Marques, C. (2011). Examining The Relationship Among Market Orientation Constructs And Export Performance: The Moderating Role Of Competitive Intensity. 40th Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2011),.
76	Marques, C. & Jorge Francisco Lengler (2011). A influência da orientação para o mercado na performance de exportação: O estudo de efeitos de interacção e quadráticos. XIX Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
77	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2010). Segment comparison of nature-based tourists: Impacts on tourism in national parks. Conference on Corporate Governance, Innovation, Social and Environmental Responsibility (GIRA 2010),.
78	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2010). A influência da motivação de visita nas preferências por actividades: Aplicação da abordagem FIMIX-PLS para identificação da heterogenidade não observada. XVIII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística (SPE 2010),.
79	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2010). The influence of visit motivation on preferences for activities: A finite mixture PLS approach to capture unobserved heterogeneity. XVII Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD 2010),.
80	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2010). An explanatory model of preferences for activities in Portuguese parks. Proceedings of the 17th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science (EIRASS 2010),.
81	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2010). The influence of Visit Motivation on Preferences for Activities in Natural Parks: A model-based segmentation using a finite mixture PLS approach. 39th Conference of the European Marketing Academy (EMAC 2010),.
82	Marques, C., Reis, E., Menezes, J. & Salgueiro, M.F. (2009). Mediators of the relationship between environmental attitudes and preferences for activities: the role of a second-order factor. JOCLAD 2009 (Jornadas da Associação de Classificação e Análise de Dados),.
83	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2008). Market Segmentation in Nature-based Tourism: The case of Portuguese Protected Areas. 2º Encontro Luso-Brasileiro de Estratégia (ELBE 2008),.
84	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2008). The use of the GLLAMM framework to test for factor dimensionality and construct validity. International Conference on Computational Statistics (COMPSTAT 2008),.
85	Marques, C., Reis, E. & Menezes, J. (2008). O efeito das características sócio-demográficas nas atitudes ambientais: Aplicação de um Modelo MIMIC a indicadores ordinais. XVI Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística (SPE 2008),.
86	Marques, C., Reis, E., Menezes, J. & Salgueiro, M.F. (2008). The influence of environmental attitudes on the preferences for activities in the Portuguese protected areas. AERNA 2008 (Conference of the Spanish-Portuguese Association of Natural Resources and Environmental Economics),.

• Outras Publicações

- Working paper

1	Eurico, S., Valle, P., Silva, J.A. & Marques, C. (2012). Segmenting Graduates Consumers of Higher Education in Tourism: An Extension of the ECSI Model. Spatial and Organizational Dynamics Discussion Papers,, 39?51. - N.º de citações Google Scholar: 2

- Outras publicações

1	Marques, C., Salgueiro, M.F. & Vicente, P. (2019). Deviations from normality: Effects on growth curve models. 12th International Conference of the ERCIM WG on Computational and Methodological Statistics (CMStatistics 2019),.
2	Menezes, J. & Marques, C. (2017). Effects of eWoM on Hotel Performance: a Hotel Chain Case Study. The 2017 IBCR International Conference.,.
3	Vicente, P. & Marques, C. (2015). As não-respostas nas sondagens com telemóveis. 1º Seminário DMQGE - ISCTE-IUL,.
4	Marques, C., Vicente, P. & Reis, E. (2015). Não-Respostas nas Sondagens com Telemóveis. XXII Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística - SPE 2015,.
5	Vicente, P., Marques, C. & Reis, E. (2014). Resultados de uma sondagem CATI móvel. XXI Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD2014),.
6	Vicente, P., Marques, C. & Reis, E. (2013). Call-level influences on non-contacts and refusals in a mobile phone survey. 1st Southern European Conference on Survey Methodology,. - N.º de citações Google Scholar: 3
7	Vicente, P. & Marques, C. (2013). Predicting the likelihood of contact in a mobile phone survey. 5th Conference of the European Survey Research Association,.
8	Marques, C. & Vicente, P. (2013). Probabilidade de não-contacto numa sondagem por telemóvel: uma abordagem multinível. XXI Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,.

Projetos de Investigação

Título do Projeto	Papel no Projeto	Parceiros	Período
Identificação e caracterização da dislexia em estudantes universitários portugueses	Investigadora	BRU-Iscte (Data Analytics), CIIEM - (Portugal), FPUL - Líder (Portugal)	2023 - 2024

Impact and capacity Assessment Framework for U-space Societal Acceptance	Investigadora	BRU-Iscte (Gestão) - Líder, Future Needs - (Chipre), KTH - (Suécia), T.U. DELFT - (Países Baixos (Holanda)), ICCS - (Grécia), AFT - (República Checa), EGALEO - (Grécia), USAL - Parceiro Associado (Reino Unido)	2023 - 2026
kNOwing online HATE speech: knowledge + awareness = TacklingHate	Investigadora	CIS-Iscte (PsyChange) - Líder, BRU-Iscte, ISTAR-Iscte, CIES-Iscte, INESC-ID - (Portugal), IST-ID - (Portugal), ILGA Portugal - (Portugal), CBL - (Portugal), CICDR/ACM - (Portugal), SOS RACISMO - (Portugal)	2022 - 2024
Erro de não-resposta nas sondagens telefónicas com telemóveis: causas, efeitos e correcções	Investigadora	BRU-Iscte	2014 - 2015

Cargos de Gestão Académica

Coordenador (2026 - 2029)
Unidade/Área: Doutoramento em Gestão

Coordenador (2026)
Unidade/Área: Doutoramento em Gestão

Coordenador (2024 - 2026)
Unidade/Área: Doutoramento em Gestão

Coordenador (2023 - 2024)
Unidade/Área: Doutoramento em Gestão

Membro (Docente) (2023 - 2027)
Unidade/Área: Comissão Pedagógica

Director (2021 - 2023)
Unidade/Área: Licenciatura em Ciência de Dados

Director (2021 - 2023)
Unidade/Área: Licenciatura em Ciência de Dados (PL)

Director (2019 - 2021)
Unidade/Área: Licenciatura em Ciência de Dados (PL)

Director (2019 - 2021)
Unidade/Área: Licenciatura em Ciência de Dados

Membro (Docente) (2019 - 2021)
Unidade/Área: Comissão Permanente do Conselho Pedagógico

Membro (Docente) (2019 - 2021)
Unidade/Área: Plenário do Conselho Pedagógico

Membro (2018 - 2022)
Unidade/Área: Comissão Científica

Membro (Docente) (2018 - 2022)
Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica

Coordenador do 2º Ano (2016 - 2018)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão

Coordenador do 2º Ano (2016)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão

Membro (2014 - 2018)
Unidade/Área: Comissão Científica

Membro (Docente) (2014 - 2018)
Unidade/Área: Plenário da Comissão Científica

Coordenador do 2º Ano (2014 - 2016)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão

Coordenador do 2º Ano (2014)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão

Prémios

Elsevier Award - The Most Innovative Paper na 18th International Conference on Recent Advances in Retailing (2011)

Associações Profissionais

Membro da Mesa da Assembleia Geral da Associação Portuguesa de Classificação e Análise de Dados (Desde 2020)

Associação Portuguesa de Classificação e Análise de Dados (Desde 2000)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão científica de evento científico	The 2022 International Conference on Marketing and Technologies (ICMarktech'22)	Department of Organisation of Companies and Commercialisation of the Faculty of Economics and Business Administration of the University of Santiago de Compostela	2022
Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) no ISCTE-IUL	International Conference on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS2022)	Babe-Bolyai University, Romania	2022
Membro de comissão científica de evento científico	The 2022 Academy of Marketing Science Annual Conference (AMS2022)	Academy of Marketing Science	2022
Membro de comissão científica de evento científico	XXII Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD2015)	Escola Superior de Tecnologia do Barreiro do Instituto Politécnico de Setúbal	2015
Membro de comissão organizadora de evento científico	XXI Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD2014)	CLAD	2014
Membro de comissão científica de evento científico	XXI Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD2014)	CLAD	2014

Membro de comissão científica de evento científico	Tourism & Ageing Conference	ISCTE-IUL	2014
Membro de comissão organizadora de evento científico	?Sessão convidada da CLAD na Joint Meeting of y-BIS and jSPE, 23-26 July of 2012, FCT ? UNL, Lisbon	CLAD	2012
Membro de comissão organizadora de evento científico	Symposium on Recent Advances in Methods for the Analysis of Panel Data	ISCTE-IUL	2011

Actividades de Edição/Revisão Científica

Tipo de Actividade	Título da Revista	ISSN/Quartil	Período	Língua
Membro de equipa editorial de revista	Sustainability	2071-1050 / Q2	Desde 2019	Inglês