

Aviso: [2024-12-22 04:59] 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.

Graça Trindade

Professora Auxiliar

Departamento de Métodos Quantitativos para Gestão e Economia (IBS)

Investigadora Associada sem Financiamento FCT

BRU-Iscte - Business Research Unit (IBS)



Contactos

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| E-mail | graca.trindade@iscte-iul.pt |
| Gabinete | AA2.11 |
| Telefone | 217650243 (Ext: 220119) |
| Cacifo | 203-B |

Áreas de Investigação

| |
|--------------------------------------|
| Mixture models for longitudinal data |
| Optimization Methods |
| Multivariate Data Analysis |
| Statistical Analysis |

Qualificações Académicas

| Universidade/Instituição | Tipo | Curso | Período |
|---|--------------|-----------------------|---------|
| ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa | Doutoramento | Métodos Quantitativos | 2007 |

| | | | |
|---|--------------|------------------|------|
| University of Arizona | Mestrado | Economia Agrária | 1990 |
| Instituto Superior de Economia e Gestão - UTL | Licenciatura | Economia | 1982 |

Atividades Letivas

| Ano Letivo | Sem. | Nome da Unidade Curricular | Curso(s) | Coord |
|------------|------|---|---|-------|
| 2024/2025 | 2º | Metodologias de Segmentação de Mercados | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2024/2025 | 1º | Análise de Dados em Hotelaria e Turismo | Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo; | Sim |
| 2024/2025 | 1º | Análise de Dados Exploratória | Mestrado em Métodos Analíticos para Gestão; | Sim |
| 2023/2024 | 2º | Metodologias de Segmentação de Mercados | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2023/2024 | 1º | Análise de Dados para Business Intelligence | Mestrado em Sistemas Integrados de Apoio à Decisão; | Sim |
| 2023/2024 | 1º | Análise de Dados Exploratória | Mestrado em Métodos Analíticos para Gestão; | Sim |
| 2023/2024 | 1º | Análise de Dados em Marketing | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 2º | Metodologias de Segmentação de Mercados | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2022/2023 | 2º | Modelos em Investigação de Mercados | Curso Institucional em Escola de Gestão; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Análise de Dados para Business Intelligence | Mestrado em Sistemas Integrados de Apoio à Decisão; | Sim |
| 2022/2023 | 1º | Análise de Dados Exploratória | Mestrado em Métodos Analíticos para Gestão; | Sim |
| 2021/2022 | 2º | Metodologias de Segmentação de Mercados | Licenciatura em Gestão de Marketing; | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Análise de Dados Multivariada | | Sim |
| 2021/2022 | 1º | Estatística | | Sim |
| 2020/2021 | 2º | Estatística e Análise de Dados I | Licenciatura em Psicologia; | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Análise de Dados Exploratória | Mestrado em Métodos Analíticos para Gestão; | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|--|---|-----|
| 2020/2021 | 1º | Estatística | | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2020/2021 | 1º | Análise de Dados | Mestrado em Gestão; | Não |
| 2019/2020 | 2º | Estatística | | Sim |
| 2019/2020 | 2º | Análise de Dados | | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2019/2020 | 1º | Análise de Dados | Mestrado em Gestão; | Não |
| 2018/2019 | 2º | Estatística | | Sim |
| 2018/2019 | 2º | Análise de Dados | | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2018/2019 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2017/2018 | 2º | Técnicas Quantitativas de Análise de Dados | Curso de Pós Graduação em Informática Aplicada às Organizações; | Não |
| 2017/2018 | 2º | Estatística | | Sim |
| 2017/2018 | 2º | Análise de Dados | | Sim |
| 2017/2018 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2017/2018 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2017/2018 | 1º | Análise de Dados I | | Não |
| 2016/2017 | 2º | Técnicas Quantitativas de Análise de Dados | Curso de Pós Graduação em Informática Aplicada às Organizações; | Não |
| 2016/2017 | 2º | Estatística | | Sim |
| 2016/2017 | 2º | Análise de Dados | | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Introdução à Estatística Aplicada | | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2016/2017 | 1º | Análise de Dados I | | Não |
| 2015/2016 | 2º | Estatística | | Sim |

| | | | | |
|-----------|----|---------------------------------|---|-----|
| 2015/2016 | 2º | Análise de Dados | | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Estatística | | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2015/2016 | 1º | Análise de Dados I | | Não |
| 2014/2015 | 2º | Estatística | | Sim |
| 2014/2015 | 1º | Estatística | | Sim |
| 2014/2015 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2014/2015 | 1º | Análise de Dados I | | Não |
| 2014/2015 | 1º | Métodos Quantitativos Aplicados | Mestrado em Gestão de Recursos Humanos; | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Análise de Dados | | Sim |
| 2013/2014 | 1º | Análise de Dados I | | Não |
| 2012/2013 | 2º | Estatística | | Sim |

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Estado | Instituição |
|---|------------------------------------|--|--------|----------|-------------|
| 1 | Ma Jindi | Comportamento de Compra de Produtos de Beleza Online entre Consumidores de Guangzhou e Macau: Um Estudo com Base no Modelo TAM | -- | Entregue | ISCTE-IUL |
| 2 | Márcia Henriques Pimentel Jerónimo | Análise de Doações Alimentares: O Impacto das Condições Económicas, Sociais e Demográficas | -- | Em curso | ISCTE-IUL |
| 3 | Ana Rita Amaro Marques | Comportamento do Consumidor em Marcas Próprias: Uma Abordagem Analítica no Retalho Alimentar Português | -- | Em curso | ISCTE-IUL |

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|----|---|--|---------------|--------------------|-------------------------|
| 1 | Francisco Teixeira Santos | Como é que a associação a uma marca e o envolvimento dum produto influenciam a confiança dos consumidores numa marca na presença de greenwashing? | -- | ISCTE-IUL | 2024 |
| 2 | Veronika Bakhchevan | Impacto da perceção da crise de guerra no comportamento de compra dos consumidores: o caso da segmentação dos consumidores em Odesa | -- | ISCTE-IUL | 2024 |
| 3 | João Baptista Tavares Moreira | Impacto do turismo no Bem-Estar Subjetivo dos residentes: O caso do bairro Belém, em Lisboa | -- | ISCTE-IUL | 2024 |
| 4 | Diogo Alberto Pereira Figueiredo | Impacto de características de consumo na perceção dos utilizadores: Conteúdo televisivo e cinematográfico | Português | ISCTE-IUL | 2022 |
| 5 | Pedro Fernandes de Sales Vieira | Uma explicação multidimensional do tempo de escuta de audiobooks | Inglês | ISCTE-IUL | 2022 |
| 6 | Ziru Hong | A influência do comércio eletrónico online de celebridades ao vivo na intenção de compra dos consumidores | Inglês | ISCTE-IUL | 2022 |
| 7 | Philippe Charles-Louis Fernand Coulombier | Escolha da Plataforma de Jogos Online como Moderadora entre Interação Social ou Flexibilidade de Tempo e Intenção de Compra Contínua: O caso do Fortnite | Inglês | ISCTE-IUL | 2022 |
| 8 | Anna Caterina Mustacchi | Confiança e gestão do relacionamento social com o cliente Consequências na intenção do doador de doar através das plataformas de redes sociais | Inglês | ISCTE-IUL | 2021 |
| 9 | Emanuel António Mendes Tavares | Será que menos 1 dia de trabalho por semana poderia aumentar a nossa Felicidade? | Inglês | ISCTE-IUL | 2021 |
| 10 | Mariana Helena Almeida Ferreira Gomes | Revenda Online de Produtos de Luxo - O novo luxo | Inglês | ISCTE-IUL | 2021 |
| 11 | Vera Faßbender | Os fatores da intenção de continuidade de uso dos aplicativos fitness adotando uma abordagem de gamificação | Inglês | ISCTE-IUL | 2021 |
| 12 | Ana Filipa Beites Salgado | Os Impactos da Experiência com a Marca do Empregador no Compromisso Afetivo: Um múltiplo estudo de caso | Inglês | ISCTE-IUL | 2020 |

| | | | | | |
|----|--|--|-----------|-----------|------|
| 13 | Carla Patrícia Nobre Marques Carvalho | Estratégias de Gestão Aeroportuária na Recuperação de Perturbações nos Vãos Aéreos: O caso no Aeroporto Humberto Delgado, em Lisboa | Inglês | ISCTE-IUL | 2019 |
| 14 | António Alexandre Rodrigues Teixeira | A Relação entre o Product Placement e o Brand Love, e Consequente Resultado para a Marca/Produto | Português | ISCTE-IUL | 2016 |
| 15 | Marta Sofia Vitorino Galinha | Marcas de Luxo e Fatores que Influenciam a sua Compra na Recessão Económica | Português | ISCTE-IUL | 2016 |
| 16 | Tiago Miguel Teixeira Campos Silva | Determinantes do Sucesso do Crowdfunding: O caso da plataforma portuguesa PPL | Português | ISCTE-IUL | 2016 |
| 17 | Rita Isabel Esteves Silva | Factores Determinantes nas Decisões de Outsourcing. Análise de uma situação real | Português | ISCTE-IUL | 2012 |
| 18 | Cláudia Sofia da Cruz Rita | Da Reclamação de Clientes à Recuperação do Serviço | Português | ISCTE-IUL | 2012 |
| 19 | ?Sara Midões | O Impacto da Congruência entre os Valores da Marca Institucional e os Valores Pessoais na Comunicação Externa da Marca pelos Colaboradores | Português | ISCTE-IUL | 2011 |
| 20 | Maria Margarida Calaça Baúto Fernandes | O valor das práticas ambientais das organizações para a atratividade das empresas enquanto empregadoras | Português | ISCTE-IUL | -- |

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

| | Nome do Estudante | Título/Tópico | Língua | Instituição | Ano de Conclusão |
|---|---------------------------------|--|-----------|-------------|------------------|
| 1 | Miguel Monteiro Reis | Plano de Comunicação para a atração de turismo de compras qualificado para o El Corte Inglés, Loja de Lisboa | Inglês | ISCTE-IUL | 2020 |
| 2 | Fábio Marcelo Nunes Vieira | Comportamento do Consumidor na Comercialização de Eletricidade em Portugal | Português | ISCTE-IUL | 2019 |
| 3 | Ana Catarina Lopes Mateus | Os Efeitos do Ambiente da Loja na Percepção da Mudança de Marca e Nível de Satisfação dos Clientes | Inglês | ISCTE-IUL | 2019 |
| 4 | Ana Filipa Vaz Almeida da Silva | Consumo de Conteúdos Musicais e de Filmes/Séries Online: Comparação entre Portugal e Europa dos 15 | Inglês | ISCTE-IUL | 2017 |
| 5 | Isabelle Ehrmantraut | Workforce Planning in the Social Welfare Work | Inglês | ISCTE-IUL | 2016 |

| | | | | | |
|---|---|--|-----------|-----------|------|
| 6 | Maria Margarida Calaça Baúto Fernandes | A Análise do Valor da Responsabilidade Social Corporativa na Captação de Novos Recursos Humanos. | Português | ISCTE-IUL | 2015 |
| 7 | Anabela Correia da Silva Mondim Pereira | Relação entre a Percepção da Responsabilidade Social das Empresas, o Engagement no Trabalho e os Valores Humanos | Português | ISCTE-IUL | 2013 |
| 8 | Sara Margarida da Silva Oliveira Forte Midões | O Impacto da Congruência entre os Valores da Marca Institucional e os Valores Pessoais na Comunicação Externa da Marca Pelos Colaboradores | Português | ISCTE-IUL | 2011 |

Total de Citações

| | |
|------------------------|----|
| Web of Science® | 32 |
| Scopus | 29 |

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

| | |
|---|---|
| 1 | Trindade, G., Dias, J. G. & Ambrósio, J. (2017). Extracting clusters from aggregate panel data: a market segmentation study. <i>Applied Mathematics and Computation</i> . 296, 277-288 - N.º de citações Web of Science®: 7 - N.º de citações Scopus: 6 - N.º de citações Google Scholar: 13 |
| 2 | Marques, S. H., Trindade, G. & Santos, M-C. (2016). The importance of atmospherics in the choice of hyper and supermarkets. <i>International Review of Retail, Distribution and Consumer Research</i> . 26 (1), 17-34 - N.º de citações Web of Science®: 13 - N.º de citações Scopus: 13 |
| 3 | Dias, J. G. & Trindade, G. (2016). The Europeans' expectations of competition effects in passenger rail transport: a cross-national multilevel analysis. <i>Social Indicators Research</i> . 129 (3), 1383-1399 - N.º de citações Web of Science®: 5 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 8 |
| 4 | Pereira, A., Duarte, A. & Trindade, G. (2015). The relationship between the employees' perceptions of CSR, work engagement and human values. <i>Responsibility and Sustainability: Socioeconomic, political and legal issues</i> . 3 (2), 27-35 - N.º de citações Google Scholar: 9 |
| 5 | Trindade, G. & Ambrósio, J (2012). An optimization method to estimate models with store-level data: a case study. <i>European Journal of Operational Research</i> . 217 (3), 664-672 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2 |

| | |
|---|--|
| 6 | Trindade, G., Hill, M. M. & Dias, J. G. (2011). Market segmentation at store-level: the impact of product aggregation on unobserved heterogeneity recovery. Portuguese Journal of Quantitative Methods. 2 (1), 23-32 |
| 7 | Trindade, G. M. S., Dahlgran, R. A., Monke, E. & Fox, R. (1992). Yield risk in wheat production: A policy study for the Alentejo of Portugal. Estudos de Economia. 12 (3), 303-314 |

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

| | |
|---|--|
| 1 | Vieira, F., Meireles, M. & Trindade, G. (2022). Consumer behavior in the intentions to change between electricity suppliers in Portugal: A push-pull-mooring framework. In Soares, I., and Silva, S. (Ed.), 5th International Conference on Energy and Environment: Bringing together Engineering and Economics. (pp. 266-271). Porto: Faculdade de Economia Universidade do Porto. |
| 2 | Laureano, R. M. S., Trindade, G. & Laureano, L. M. S. (2021). Predictive models for managing financial incentives oriented to companies: Application to Portugal 2020. In Rocha, A., Gonçalves, R., Penalvo, F. G., & Martins, J. (Ed.), 2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). Chaves: IEEE. |
| 3 | Trindade, G. & Duarte, A. (2019). Comparing the consumption of musical and films online between Generations X and Y in Portugal and Spain. In A. Rocha, I. Pedrosa, M. P. Cota, R. Gonçalves (Ed.), 2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). Coimbra: IEEE. - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 3 |
| 4 | Trindade, G. & Laureano, R. M. S. (2019). Profiling the two most populous generations of the PIIGS countries in the workplace based in online consumption of cultural contents. In A. Rocha, I. Pedrosa, M. P. Cota, R. Gonçalves (Ed.), 2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). Coimbra: IEEE. - N.º de citações Google Scholar: 2 |
| 5 | Silva, A. F., Trindade, G. & Santos, M. C. (2018). Consumption of musical content and movies/series online in Portugal. In 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI 2018. Caceres: IEEE . - N.º de citações Google Scholar: 1 |
| 6 | Trindade, G., Silva, Tiago & Santos, M-C. (2017). Determinants of the crowdfunding campaign success in the Areas of Music and Sports. In Álvaro Rocha, Universidade de Coimbra Bráulio Alturas, ISCTE-IUL Carlos Costa, ISCTE-IUL Luís Paulo Reis, Universidade do Minho Manuel Pérez Cota, Universidad de Vigo (Ed.), CISTI'2017 - 12th Iberian Conference on Information Systems and Technologies. Lisboa - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Google Scholar: 9 |
| 7 | Trindade, G., Hill, M. & Dias, J. G. (2010). Store-level latent segmentation models: A case study. In Advances in Mathematical and Computational Methods. (pp. 84-87).: WSEAS Press. |

- Comunicação em evento científico

| | |
|---|---|
| 1 | Meireles, M., Vieira, F. & Trindade, G. (2023). Consumers' switching intention among electricity suppliers: a push-pull-mooring model. 8th Meeting on Energy and Environmental Economics. |
|---|---|

| | |
|----|--|
| 2 | Meireles, M., Vieira, F. & Trindade, G. (2022). Consumer behavior in the intentions to change between electricity suppliers in Portugal: a Push-Pull-Mooring Framework. 5th International Conference on Energy and Environment: bringing together Engineering and Economics. |
| 3 | Laureano, Raul M. S., Trindade, G. & Laureano, L. (2021). Predictive models for managing financial incentives oriented to companies: Application to Portugal 2020. 2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). |
| 4 | Trindade, G. & Laureano, Raul M. S. (2019). Profiling the Two Most Populous Generations of the PIIGS countries in the Workplace based in Online Consumption of Cultural Contents. 2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI) . |
| 5 | Vieira, F., Trindade, G. & Meireles, M. (2019). Comportamento do consumidor nas intenções de mudança de comercializador de eletricidade em Portugal. 6th Meeting on Energy and Environmental Economics. |
| 6 | Santos, M-C. & Trindade, G. (2019). The mediating effect of intention to repeat the visit to a port of call between city evaluation and satisfaction with the visit. ATMC 2019 - "MARKETING FOR MORE SUSTAINABLE AND COLLABORATIVE TOURISM". |
| 7 | Trindade, G. & Duarte, A. (2019). Comparing the Consumption of Musical and Films Online between Generations X and Y in Portugal and Spain. 2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI) . |
| 8 | Silva, A., Trindade, G. & Santos, M-C. (2018). Consumption of musical content and movies/series online in Portugal. Consumption of musical content and movies/series online in Portugal. |
| 9 | Trindade, G., Silva, Tiago & Santos, Maria (2017). Determinants of the crowdfunding campaign success in the Areas of Music and Sports. CISTI'2017 - 12th Iberian Conference on Information Systems and Technologies. - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2 |
| 10 | Santos, M-C., Trindade, G., Laureano, Raul M. S., Silva, Tiago, Wolf, Christian & Santos, M. (2017). DIFFERENTIATION CHALLENGES IN SOCIAL CROWDFUNDING. IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing. |
| 11 | Laureano, Raul M. S., Trindade, G., Abreu, M. Madalena, Santos, M-C., Santos, M., Silva, Tiago...Costa, Bárbara (2017). FUNDRAISING IN ACTION: HOW TO ENSURE THE SUCCESS OF A CROWDFUNDING CAMPAIGN?. IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing. |
| 12 | Fernandes, M., Duarte, A. & Trindade, G. (2017). EMPLOYER ATTRACTIVENESS: The value of environmental practices of organizations. 4th Symposium on Ethics and Social Responsibility Research 2017. |
| 13 | Anabela Pereira, Duarte, A. & Trindade, G. (2015). The relationship between the employees' perceptions of Corporate Social Responsibility, Work Engagement and Human Values. III Symposium on Ethics and Social Responsibility Research . |
| 14 | Trindade, G., Hill, M. & Dias, J. G. (2010). Store-level latent segmentation models: A case study. MACMESE '10. |
| 15 | Trindade, G. & Dias, J. G. (2010). A latent segment logit models with store-level data . JOCLAD2010. |

• Outras Publicações

- Artigo sem avaliação científica

| | |
|---|---|
| 1 | Trindade, G., Graça Maria dos Santos Trindade & M. Manuela Hill (2001). Latent segment logit models with aggregate data. 7th International scientific conference em quantitative methods in economy and business. |
| 2 | Trindade, G., Graça Maria dos Santos Trindade & M. Manuela Hill (2000). Estrutura e segmentação de um mercado com dados agregados. 6ª Conferência CEMAPRE em aplicações da matemática à economia e à gestão. |