Aviso: [2026-11-16 13:10] 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.

Maria de Fátima Ramalho Fernandes Salgueiro

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



Contactos

E-mail	fatima.salgueiro@iscte-iul.pt
Gabinete	AA1.06
Telefone	217650206 (Ext: 291920)
Cacifo	113-B

Áreas de Investigação

- Statistical Modelling and Data Analysis: theoretical contributions and applications
- Structural Equation Models
- Graphical Models
- Latent Growth Curve Models
- Longitudinal data analysis

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa	Agregação	Statistics and Data Analysis	2010
University of Southampton	Doutoramento	PhD in Social Statistics	2003
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa	Mestrado	Gestão, Estratégia e Desenvolvimento Empresarial	1994
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Licenciatura	Organização e Gestão de Empresas	1990

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2026/2027	2º	Métodos Quantitativos Avançados em Gestão	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2026/2027	2º	Estágio de Integração		Sim
2026/2027	2º	Estágio de Aplicação		Sim
2025/2026	2º	Métodos Quantitativos Avançados em Gestão	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2025/2026	2º	Estágio de Integração		Sim
2025/2026	2º	Estágio de Aplicação		Sim
2025/2026	1º	Introdução à Estatística Aplicada	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2025/2026	1º	Modelos Longitudinais	Licenciatura em Ciência de Dados;	Sim
2025/2026	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2024/2025	2º	Métodos Quantitativos Avançados em Gestão	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2024/2025	2º	Modelos em Investigação de Mercados	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Introdução à Estatística Aplicada	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2024/2025	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2023/2024	2º	Projeto Final Aplicado em Ciência dos Dados	Licenciatura em Ciência de Dados (PL);	Não

2023/2024	2º	Métodos Quantitativos Avançados em Gestão	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2023/2024	2º	Modelos em Investigação de Mercados	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2023/2024	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing		Sim
2022/2023	2º	Métodos Quantitativos Avançados em Gestão	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2022/2023	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2021/2022	2º	Métodos Quantitativos Avançados em Gestão	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2021/2022	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2020/2021	2º	Métodos Quantitativos Avançados em Gestão	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2020/2021	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2019/2020	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2018/2019	2º	Teste de Modelos		Sim
2018/2019	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2017/2018	2º	Teste de Modelos		Sim
2017/2018	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2016/2017	2º	Teste de Modelos		Sim
2016/2017	1º	Análise de Dados para Gestão		Sim
2016/2017	1º	Análise de Dados		Sim
2016/2017	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2015/2016	2º	Teste de Modelos		Sim
2015/2016	2º	Análise de Dados II		Não

2015/2016	1º	Introdução aos Métodos Quantitativos		Sim
2015/2016	1º	Análise de Dados para Gestão		Sim
2015/2016	1º	Análise de Dados		Sim
2015/2016	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2014/2015	2º	Teste de Modelos		Sim
2014/2015	1º	Métodos Estatísticos	Doutoramento em Gestão;	Não
2014/2015	1º	Análise de Dados para Gestão		Sim
2014/2015	1º	Análise de Dados		Sim
2014/2015	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2013/2014	2º	Teste de Modelos		Sim
2013/2014	2º	Análise de Dados II		Não
2013/2014	1º	Introdução aos Métodos Quantitativos		Sim
2013/2014	1º	Análise de Dados I		Não
2013/2014	1º	Análise de Dados para Gestão		Sim
2013/2014	1º	Análise de Dados		Sim
2013/2014	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2012/2013	2º	Seminário/ Projecto em Gestão Empresarial Aplicada II		Não
2012/2013	2º	Teste de Modelos		Sim
2012/2013	2º	Análise de Dados II		Não
2012/2013	1º	Análise de Dados I		Sim
2012/2013	1º	Análise de Dados para Gestão		Sim
2012/2013	1º	Análise de Dados		Sim

2012/2013	1º	Métodos Quantitativos Aplicados ao Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2011/2012	2º	Análise de Dados II		Não
2011/2012	1º	Análise de Dados I		Não
2011/2012	1º	Análise de Dados para Gestão		Sim
2011/2012	1º	Análise de Dados		Não
2010/2011	2º	Seminário/ Projecto em Gestão Empresarial Aplicada I		Sim
2010/2011	2º	Seminário/ Projecto em Gestão Empresarial Aplicada II		Não
2010/2011	2º	Teste de Modelos		Sim
2010/2011	2º	Análise de Dados II		Não
2010/2011	1º	Análise de Dados I		Não
2010/2011	1º	Análise de Dados para Gestão		Sim
2010/2011	1º	Análise de Dados		Sim
2008/2009	2º	Análise de Dados II		Não
2008/2009	1º	Análise de Dados I		Não
2008/2009	1º	Análise de Dados para Gestão		Sim
2007/2008	2º	Análise de Dados II		Sim
2007/2008	1º	Análise de Dados II		Sim
2006/2007	2º	Análise de Dados II		Sim

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Luís Manuel Jordão Pereira	From Conventional to Sustainable Banking: Influencing Factors, The Process, The Outcomes	Português	Em curso	Iscte

2	Paula Cristina Ribeiro Vicente	Modelos com trajetória latente em painéis rotativos com dados omissos	Português	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Sílvia Rodrigues Cavalinhos	The Impact of mobile devices in the in-store shopping experience	Inglês	Iscte	2022
2	Huang Xiaoqiong	Relationships Among Work-Family Conflit, Organizational Silence, Peer Support, and Turnover Intention of Second Child Nurses in China	Inglês	Iscte	2021
3	Sandra Sarabando Filipe	Consumers' perception of Corporate Social Responsability as key to successful relationships with grocery retailers	Inglês	Iscte	2016
4	Sandra Sarabando Filipe	Consumer's perception of corporate social responsibility as key to successful relationships with grocery retailers	Inglês	Iscte	2016
5	Bárbara Leão de Carvalho	?Modelling Consumers' Sustainability Consciousness Impact on Sustainable Purchase Intention	Inglês	Iscte	2015
6	Carlos Manuel Súcia Búrcio	An Integrated Model for Measuring Country Image: Personality, Cognition, Emotion and their Impacts on Behavioral Intentions	Inglês	Iscte	2015
7	Daniela Langaro S. Souto	?How much do you really like it? Social Networking Sites' Effectiveness as a Communication Channel for Brands	Inglês	Iscte	2015
8	Bárbara Leão de Carvalho	Modelling consumers? sustainability consciousness impact on sustainable purchase intention	--	Iscte	2015
9	Carlos Manuel Súcia Búrcio	An integrated model for measuring country image: personality, cognition, emotion and their impacts on behavioral intentions	--	Iscte	2015
10	Daniela Langaro da Silva do Souto	How much do you really like it: social networking sites' effectiveness as a communication channel for brands	--	Iscte	2015

11	Nuno Alexandre Martins Correia	Perceived organisational support: a prospective proxy of the individual manager's commitment to strategic decision-making in organisational context	Inglês	Iscte	2014
12	Paula Cristina Ribeiro Vicente	Modelos com trajectória latente em painéis rotativos com dados omissos	Português	Iscte	2014
13	Carla Maria Proença de Castro Charters de Azevedo	Comportamento do consumidor: procura de informação e intenção de compra online de seguro automóvel ? aplicação em Portugal	Português	Iscte	2013
14	José Luís Rocha Pereira do Nascimento	Influência do comprometimento organizacional nas estratégias comportamentais, mediada pelo comprometimento com os objectivos e pela satisfação global com o trabalho	Português	Iscte	2011
15	Luísa Cláudia Lopes Agante	As influências sobre as crianças na escolha de marcas de roupa e calçado	Português	Iscte	2010
16	Hélia Gonçalves Pereira	Determinantes da fidelização na compra de produtos turísticos online	Português	Iscte	2009
17	Maria José Rodrigues Felício de Moura e Castro	Competências de gestão e desempenho organizacional percebido. Um estudo na indústria portuguesa	Português	Iscte	2009
18	José Adelino de Matos Afonso	O Capital Humano a Empregabilidade e a Participação dos Empregados na Criação e no Acesso À Riqueza Produzida na Empresa	Português	Iscte	2008
19	Paula Carvalho Matos	Modelação do Processo de Decisão de Compra de Bens Alimentares	Português	Iscte	2008
20	Susana Maria dos Santos Henriques Marques	A Importância da Promoção de Vendas Como Critério de Escolha de um Ponto de Venda	Português	Iscte	2007
21	Pedro Miguel dos Santos Dinis Parreira	Eficácia Organizacional em Contexto Hospitalar: o Impacto da Complexidade na Liderança	Português	Iscte	2007

• Dissertações de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Monika Pacut	Análise do comportamento do utilizador e das suas preferências musicais: Sugestões para Aperfeiçoar os Algoritmos do Spotify em Vários Contextos	Inglês	Iscte	2024

2	Beatriz Correia Henrique	O Impacto dos Chatbots com IA no Comportamento dos Viajantes: Adaptação ao Futuro	Inglês	Iscte	2024
3	Catarina Quintas Nunes	Marketing Verde e os Consumidores Conscientes em Portugal	Inglês	Iscte	2019
4	Micaela Andreia Cabral Constantino	Como é que as redes sociais podem influenciar a lealdade dos consumidores	Inglês	Iscte	2019
5	André Filipe Simões da Paz	A Influência da Qualidade do Serviço na Satisfação dos Alunos do Ensino Superior: Uma aplicação ao caso português	Inglês	Iscte	2015
6	Anders Juul Nielsen	The consumer-brand relationship paradox	Inglês	Iscte	2015
7	Mille Nielsen	The Influence of Product Type, Humor Type, Brand Attitude, and Gender on Humour Effectiveness in ADS	Inglês	Iscte	2015
8	Rita Margarida Rolin Pires	Intenção de Compra Online nos Seniores Portugueses	Português	Iscte	2014
9	Paulo Filipe Figueiredo Nunes	The Relationships Between Portuguese Banks and their Customers in a Recessionary Context	Inglês	Iscte	2014
10	Joana Abreu Machado Barata Gorgueira	The Effects of an Economic Downturn on Portuguese Families Purchase and Consumption: An application to the tourism sector	Inglês	Iscte	2014
11	Noor-Ayn Sacoor	The Impact of the Economic Crisis on Portuguese Consumer Behaviour - The automobile sector	Inglês	Iscte	2014
12	Maria Joana Magalhães de Pinho	Fashion and Beauty Advertising Models 'Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention	Inglês	Iscte	2013
13	Pedro Carvalho Vieira	Avaliação na Qualidade dos Serviços da Porto Santo Line	Português	Iscte	2013
14	Patrícia Gil Henriques Serra	Modelação longitudinal da satisfação laboral em Portugal.	Português	Iscte	2010
15	Ana Lúcia Albano Teixeira Dias	Satisfação no Trabalho em Portugal: uma análise longitudinal com recurso a Latent Growth Curve Models	Português	Iscte	2009
16	Joana Veiga Malta Correia Guedes	Modelação longitudinal do bem-estar psicológico com modelos de trajectória latente	Português	Iscte	2009
17	Carlos Norberto dos Santos Braceiro	A Relação Empregado-Organização: o Impacto das Relações de Troca nas Atitudes de Satisfação e nos Comportamentos de Cidadania Organizacional	Português	Iscte	2009

18	Ana Lúcia Albano Teixeira Dias	Satisfação no Trabalho em Portugal: uma análise longitudinal com recurso a Latent Growth Curve Models	Inglês	Iscte	2009

Total de Citações

Web of Science®	701
Scopus	642

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Cavalinhos, S., Salgueiro, M. F. & Marques, S. (2023). Mobile devices usage in retail setting: Gender and generation preferences. International Journal of Retail & Distribution Management, 51(13), 64?80. https://doi.org/10.1108/IJRDM-06-2022-0196 - N.º de citações Web of Science®: 9 - N.º de citações Scopus: 8
2	Langaro, D., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2020). Users' brand page participation: a new construct to measure participation on social networking sites. International Journal of Internet Marketing and Advertising, 14(2), 135?151. https://doi.org/10.1504/IJIMA.2019.10022980 - N.º de citações Scopus: 2
3	Langaro, D., Salgueiro, M. F., Rita, P. & Del Chiappa, G. (2019). Users' participation in facebook brand pages and its influence on word-of-mouth: the role of brand knowledge and brand relationship. Journal of Creative Communications, 14(3), 177?195. https://doi.org/10.1177/0973258619889404 - N.º de citações Web of Science®: 9 - N.º de citações Scopus: 15
4	Langaro, D., Rita, P. & Salgueiro, M. F. (2018). Do social network sites contribute for building brands? Evaluating the impact of users' participation on brand awareness and brand attitude. Journal of Marketing Communications, 24(2), 146?168. https://doi.org/10.1080/13527266.2015.1036100 - N.º de citações Web of Science®: 119 - N.º de citações Scopus: 119 - N.º de citações Google Scholar: 335
5	Filipe, S., Marques, S. H. & Salgueiro, M. D. F. (2017). Customers' relationship with their grocery store: direct and moderating effects from store format and loyalty programs. Journal of Retailing and Consumer Services, 37, 78?88. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.03.002 - N.º de citações Web of Science®: 55 - N.º de citações Scopus: 39
6	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2017). Online determinants of e-customer satisfaction: application to website purchases in tourism. Service Business, 11(2), 375?403. https://doi.org/10.1007/s11628-016-0313-6 - N.º de citações Web of Science®: 44 - N.º de citações Scopus: 41 - N.º de citações Google Scholar: 103

7	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
8	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2016). Online purchase determinants of loyalty: the mediating effect of satisfaction in tourism. Journal of Retailing and Consumer Services, 30, 279?291. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.003 - N.º de citações Web of Science®: 107 - N.º de citações Scopus: 90 - N.º de citações Google Scholar: 296
9	Vieira, M. D. T., Smith, P. W. F. & Salgueiro, M. F. (2016). Misspecification effects in the analysis of panel data. Journal of Official Statistics, 32(2), 487?505. https://doi.org/10.1515/JOS-2016-0025
10	Búrcio, C. M. S., Vinhas da Silva, R. & Salgueiro, M. F. (2016). Country personality scale: is a five-dimensional model a better methodological instrument?. Tourism Analysis, 21(5), 497?511. https://doi.org/10.3727/108354216X14653218477606 - N.º de citações Google Scholar: 2
11	Carvalho, B., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2016). Accessibility and trust: the two dimensions of consumers perception on sustainable purchase intention. International Journal of Sustainable Development and World Ecology, 23(2), 203?209. https://doi.org/10.1080/13504509.2015.1110210 - N.º de citações Web of Science®: 28 - N.º de citações Scopus: 26 - N.º de citações Google Scholar: 64
12	Vieira, M. D. T., Salgueiro, M. F. & Smith, P. W. F. (2016). Investigating impacts of complex sampling on latent growth curve modelling. Journal of Applied Statistics, 43(7), 1310?1321. https://doi.org/10.1080/02664763.2015.1100590 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 1
13	Parreira, P., Lopes, A., Salgueiro, M. F., Carvalho, C., Salgueiro-Oliveira, A., Castilho, A....Fonseca, C. (2015). Quinn's leadership roles: a confirmatory factor analysis study in Portuguese health services. Revista Ibero-Americana de Saúde e Envelhecimento, 1(2), 192?217. https://doi.org/10.24902/r.riase.2015.1(2).192 - N.º de citações Web of Science®: 4
14	Carvalho, B. L., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2015). Consumer sustainability consciousness: a five dimensional construct. Ecological Indicators, 58, 402?410. https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2015.05.053 - N.º de citações Web of Science®: 52 - N.º de citações Scopus: 50 - N.º de citações Google Scholar: 118
15	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. Transnational Marketing Journal, 3(1), 61?80. https://doi.org/10.33182/tmj.v3i1.409 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Google Scholar: 5
16	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Mateus, I. (2014). Say yes to Facebook and get your customers involved! Relationships in a world of social networks. Business Horizons, 57(6), 695?702. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.001 - N.º de citações Web of Science®: 72 - N.º de citações Scopus: 68

17	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. International Journal of Business and Economic Development, 2(3), 1?12. - N.º de citações Google Scholar: 35
18	Salgueiro, M. F., Smith, P. W. F. & Vieira, M. D. T. (2013). A multi-process second-order latent growth curve model for subjective well-being. Quality and Quantity, 47(2), 735?752. https://doi.org/10.1007/s11135-011-9541-y - N.º de citações Web of Science®: 8 - N.º de citações Scopus: 8
19	Dionísio, P., Leal, C., Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2013). Piracy among undergraduate and graduate students: influences on unauthorized book copies. Journal of Marketing Education, 35(2), 191?200. https://doi.org/10.1177/0273475313491578 - N.º de citações Scopus: 12
20	Salgueiro, M.F. & Malta, J. (2013). Latent growth curve modeling of psychological well-being trajectories. American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 2(3), 61?66. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20130203.14
21	Vitória, P. D., Salgueiro, M. F., Silva, S. A. & de Vries, H. (2011). Social influence, intention to smoke, and adolescent smoking behaviour longitudinal relations. British Journal of Health Psychology, 16(4), 779?798. https://doi.org/10.1111/j.2044-8287.2010.02014.x - N.º de citações Web of Science®: 51 - N.º de citações Scopus: 47 - N.º de citações Google Scholar: 92
22	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
23	Salgueiro, M.F., Smith, P.W.F & McDonald, J. W. (2010). Connections between graphical gaussian models and factor analysis. Multivariate Behavioral Research, 45(1), 135?152. https://doi.org/10.1080/00273170903504851
24	Salgueiro, M.F. (2010). Latent growth curve modelling of Portuguese life satisfaction trajectories. International Journal of Academic Research, 2(2), 188?194.
25	Vitória, P., Salgueiro, M.F., Silva, S.A. & De Vries, H. (2009). The impact of social influence on adolescent intention to smoke: Combining types and referents of influence. British Journal of Health Psychology, 14(4), 681?699. https://doi.org/10.1348/135910709X421341 - N.º de citações Web of Science®: 40 - N.º de citações Scopus: 26 - N.º de citações Google Scholar: 79
26	Salgueiro, M. F., Smith, P. W. F. & McDonald, J. W. (2008). The manifest association structure of the single-factor model: insights from partial correlations. Psychometrika, 73(4), 665?670. https://doi.org/10.1007/s11336-007-9037-9 - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 3
27	Nascimento, J. L., Lopes, A. & Salgueiro, M. F. (2008). Estudo sobre a validação do “Modelo de Comportamento Organizacional” de Meyer e Allen para o contexto português. Comportamento Organizacional e Gestão, 14(1), 115?133.

28	Felício, M. J., Lopes, A., Salgueiro, M. F. & Parreira, P. (2007). Competências de gestão: um instrumento de medida para a realidade portuguesa. Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, 6(3), 18?30.
29	Salgueiro, M. F., Smith, P. W. F. & McDonald, J. W. (2006). Power of edge exclusion tests for graphical log-linear models. Journal of Multivariate Analysis, 97(8), 1691?1701. https://doi.org/10.1016/j.jmva.2005.09.012
30	Salgueiro, M. F., Smith, P. W. F. & McDonald, J. W. (2005). Power of edge exclusion tests in graphical Gaussian models. Biometrika, 92(1), 173?182. https://doi.org/10.1093/biomet/92.1.173 - N.º de citações Web of Science®: 9 - N.º de citações Scopus: 7
31	Morais, A. M., Peneda, D., Medeiros, A., Neves, I. P., Reis, E. & Salgueiro, F. (1996). Desenvolvimento cognitivo e aprendizagem científica: Influência de factores da família e da escola. Revista Portuguesa de Educação, 9(2), 1?28. - N.º de citações Google Scholar: 7

- Artigo de revisão

1	Cavalinhos, S., Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2021). The use of mobile devices instore and the effect on shopping experience: A systematic literature review and research agenda. International Journal of Consumer Studies, 45(6), 1198?1216. https://doi.org/10.1111/ijcs.12690 - N.º de citações Web of Science®: 53 - N.º de citações Scopus: 48

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

1	Salgueiro, M.F. (2012). Modelos com Equações Estruturais. Sociedade Portuguesa de Estatística.

- Editor de livro

1	Salgueiro, M.F. & Vicente, P. (2017). Programa e Resumos do XXIII Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística. Sociedade Portuguesa de Estatística.
2	Salgueiro, M.F., Mendes, D. A. & Martins, L. (2009). Temas em Métodos Quantitativos. Sílabo.

- Capítulo de livro

1	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2017). Estimação de um modelo com trajetória latente com dados omissos resultantes de um painel rotativo. Classificação e Análise de Dados Métodos e Aplicações II.
2	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2017). Modelos com trajetória latente no estudo da privação material em Portugal entre 2007 e 2010. Classificação e Análise de Dados Métodos e Aplicações II.
3	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2016). Efeito de uma variável explicativa na modelação de uma trajetória latente: Estudo de simulação. Estatística: Progressos e Aplicações.

4	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2013). Cross-lagged structural equation models vs Latent Growth Curve Models: a study of material deprivation in Portugal with ICOR. In Oliveira, P.E., Temido, M.G., Henriques, C. and Vichi, M. (Ed.), Recent Developments in Modeling and Applications in Statistics (pp. 13?20). Springer.
5	Serra, P., Dias, J. G. & Salgueiro, M.F. (2013). Life satisfaction: A MIMIC approach with a discrete latent variable. In Lita da Silva, J., Caeiro, F., Natário, I., Braumann, C.A. (Ed.), Advances in Regression, Survival Analysis, Extreme Values, Markov Processes and Other Statistical Applications, (pp. 437?444). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-34904-1_46 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 2
6	Salgueiro, M.F. & Serra, P (2013). Longitudinal modeling of job satisfaction using Portuguese data from the European Community Household Panel. In Oliveira, P.E., Temido, M.G., Henriques, C. and Vichi, M. (Ed.), Recent Developments in Modeling and Applications in Statistics (pp. 39?46). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-32419-2

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2020). The role of satisfaction when mediating loyalty: What's for in online tourism purchases?. EURAM 2020 Conference Proceedings. European Academy of Management.
2	Pereira, H. G. & Salgueiro, M. F. (2019). What determines tourism loyalty?: The role of trust in online purchases of tourism products. European Academy of Management Conference, EURAM 2019. European Academy of Management.
3	Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2019). Fashion and beauty advertising models' age and its impact on over 50 female consumers' purchase intention. 2019 Global Fashion Management Conference at Paris Proceedings (pp. 824?826). Global Alliance of Marketing and Management Associations. https://doi.org/10.15444/GFMC2019.08.06
4	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Nunes, P. (2018). The relationships between portuguese banks and their customers in a recessionary context. In The Academy of Business and Retail Management (Ed.), 7th International Conference on Business and Economic Development (ICBED) (pp. 340?351).
5	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. International Conference on Business and Economic Develpoment (pp. 68?78). The Business & Management Review.
6	Pereira, H. G., Salgueiro, M. F. & Marques, S. H. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Develpoment (pp. 374?384). The Academy of Business and Retail Management (ABRM).
7	Langaro, D., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2017). The effects of social networking sites on brand benevolence. European Marketing Academy Conference Proceedings.
8	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The mediating effect ofsatisfaction: Does is influences loyalty concerning online tourism purchases?. Proceedings of the 45th European Marketing Academy Conference (EMAC). EMAC.

9	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC (pp. 218?229). Edições IPAM.
10	Langaro, D., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2015). Social Networking Sites: The relationship element in the communication mix. Proceedings of the 44th European Marketing Academy Conference (EMAC). European Marketing Academy.
11	Filipe, S., Marques, S. & Salgueiro, M. (2015). Corporate social responsibility: Is it a pillar in relationships with customers?. 4th International Conference on Multinational Enterprises and Sustainable Development, (MESD'15).
12	Filipe, S., Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Social responsibility in purchase and consumption: A study of the Portuguese consumer behavior. In Irina Saur-Amaral (Ed.), Proceedings ICIEMC 2015 (pp. 436?450). Edições IPAM.
13	Souto, D., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2015). Proposing a new construct to measure the effectiveness of brands operating in social networking sites. Proceedings ICIEMC 2015. PROA.
14	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Customers' relationship with their main grocery retail: an empirical study in the Portuguese context. LCBR European Marketing Conference 2015.
15	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC (pp. 205?217). Edições IPAM.
16	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. In International Network of Business and Management Journals (Ed.), International Network of Business and Management Journals. International Network of Business and Management Journals.
17	Souto, D., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). The effects of social network sites on brand awareness and attitude. In Christos Sarmaniotis (Ed.), Proceedings of the 2nd International Conference on Contemporary Marketing Issues, ICCMI 2014.
18	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. In Enrique Bigné, EMAC 2014 Conference Chair (Ed.), EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions. Universitat de Valencia.
19	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. Tourism and Ageing Conference 2014.
20	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. Tourism and Ageing Conference, 2014.
21	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. International Network of Business and Management Journals – INBAM. INBAM 2013.
22	Langaro, D., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). Proposition of a New Theoretical Model to Evaluate the Role of Social Network Sites in Driving Loyalty. Academy of Marketing.
23	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. In European Marketing Association (Ed.), EMAC 2012 (pp. 294?295).

24	Salgueiro, M.F. & Smith, P.W.F (2011). Modelling satisfaction with leisure activities over time using graphical chain models. In Gerry O?Hanlon (Ed.), Proceedings of the 58th World Statistics Congress of the International Statistical Institute (pp. 4921?4926). International Statistical Institute.
25	Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in tourism. Proceedings of the EMAC 2011 Conference (pp. 0?0).
26	Salgueiro, M.F., Vieira, M.D.T & Smith, P.W.F (2010). Latent Growth Curve Modelling of Life Satisfaction Trajectories in the British Household Panel Survey. In Statistics Canada (Ed.), Proceedings of the Statistics Canada Symposium 2009 ? Longitudinal Surveys: from Design to Analysis (pp. 0?0).
27	Vieira, M.D.T, Salgueiro, M.F. & Smith, P.W.F (2010). Misspecification Effects in the Analysis of Longitudinal Survey Data. In A.W. Bowman (Ed.) (Ed.), Proceedings of the 25th International Workshop on Statistical Modelling (pp. 555?560). The University of Glasgow Print Unit.
28	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction. In EMAC (Ed.), European Marketing Association Conference 2010 (pp. 0?0). EMAC.
29	Serra, P. & Salgueiro, M.F. (2009). Modelação Longitudinal da Satisfação Laboral: Structural Equation Models versus Multi-Process Models.. In Manso, J.P. e Monteiro, J.D. (Ed.), ASEPELT?09 ? XXIII Congresso Internacional de Economia Aplicada (pp. 0?0). Delta Publicaciones.
30	Salgueiro, M.F. (2009). Modelling Job Satisfaction Trajectories in the British Household Panel Survey using Latent Growth Curve Models.. In Manso, J.P. e Monteiro, J.D. (Ed.), ASEPELT?09 ? XXIII International Congress of Applied Economics (pp. 581?593). Delta Publicaciones.
31	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. Academy of Marketing Conference (pp. 0?0). Academy of Marketing.
32	Marques, S., Salgueiro, M. F. & Carvalho, J. C. de. (2009). The influence of multiple store choice criteria on perceived patronage intentions. 38th EMAC Conference. European Marketing Academy.
33	Vitória, P. D., Salgueiro, M.F., Silva, S.A. & De Vries, H. (2008). O impacto da influência social na intenção de fumar dos adolescentes.. In ISPA (Ed.), 7.º Congresso de Psicologia da Saúde (pp. 533?536). ISPA Edições.
34	Marques, S. & Salgueiro, M. F. (2008). Store environment: The value of insignia. Eirass 2008.
35	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
36	Marques, S. & Salgueiro, M. de F. (2007). The influence of insignia on store environment. 36th EMAC Conference. EMAC.
37	Cunha, S. M. da. & Salgueiro, M. de F. (2007). O efeito moderador da "insígnia" no impacto dos critérios de escolha de um ponto de venda na intenção de voltar. SPE 2007.

38	Salgueiro, M.F. (2006). Modelos Gaussianos com grafos com um factor latente.. In Castro, L.C., Martins, E.G., Rocha, C., Oliveira, M.F., Leal, M.M. e Rosado, F., (Ed.), XIII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística (pp. 649?660). Sociedade Portuguesa de Estatística.
39	Cunha, S. & Salgueiro, M. de F. (2006). A influência da "insígnia / ponto de venda" na envolvente da loja: Análise factorial confirmatória multi-grupos ou multi-nível?. SPE 2006.
40	Salgueiro, M.F. (2005). Distribuições dos testes de exclusão de aresta em modelos log-lineares com grafos.. In Braumann, A.A., Infante, P. Oliveira, M.M., Alpízar-Jara, R. e Rosado, F. (Ed.), XII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística (pp. 683?694). Sociedade Portuguesa de Estatística.
41	Salgueiro, M.F. (2004). Distribuições dos testes de exclusão de aresta em modelos Gaussianos com grafos.. In Rodrigues, P.M.M., Rebelo, E.L. e Rosado, F. (Ed.), XI Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística (pp. 717?724). Sociedade Portuguesa de Estatística.
42	Salgueiro, M.F., Smith, P.W.F & McDonald, J.W. (2003). Power of Single Edge Exclusion in Graphical Log-linear Models.. In Verbeke, G. Molenberghs, G., Aerts, M. e Fieuws, S. (Ed.), Proceedings of the 18th International Workshop on Statistical Modelling (pp. 385?390). Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
43	Salgueiro, M.F., Smith, P.W.F & McDonald, J.W. (2001). The Observed Association Structure from Graphical Gaussian Models with a Single Latent Variable.. In Klein, B. e Korsholm, L. (Ed.), Proceedings of the 16th International Workshop on Statistical Modelling (pp. 347?354). Odense: University of Southern Denmark.

- Editor de atas de evento científico

1	Hill, M., Ferreira, M. A. M., Dias, J. G., Salgueiro, M.F., Carvalho, H., Vicente, P....Braumann, C.A. (2008). Estatística – da teoria à prática: Actas do XV Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,. Edições SPE.

- Comunicação em evento científico

1	Landrum, N., Simaens, A. & Salgueiro, M.F. (2023). An Examination of Social Sustainability for Human Flourishing. 10th Responsible Management Education Research Conference,.
2	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,.
3	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,,.
4	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2020). The Role of Satisfaction when mediating Loyalty What's for in Online Tourism Purchases?. EURAM 2020 - European Academy of Management Conference,.
5	Salgueiro, M.F., Vieira, M.D.T. & Smith, P.W.F (2019). The analysis of administrative data using logistic regression modelling. SPE 2019 - Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
6	Salgueiro, M.F., Vieira, M.D.T. & Smith, P.W.F (2019). Analysis of administrative data with a binary response variable. JoCLAD 2019,.

7	Salgueiro, M.F., Vieira, M.D.T. & Smith, P.W.F (2019). Analysing administrative data using logistic regression modelling. 12th International Conference of the ERCIM WG on Computational and Methodological Statistics (CMStatistics 2019),.
8	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2019). What determines Tourism Loyalty? The Role of Trust in Online Purchases of Tourism Products. EURAM European Management Conference,.
9	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2019). FASHION AND BEAUTY ADVERTISING MODELS'AGE AND ITS IMPACT ON OVER 50 FEMALE CONSUMERS' PURCHASE INTENTION. GAMMA 2019 - Global Fashion Management Conference,.
10	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2018). The relationship between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. ICBED 2018,.
11	Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2018). Impacto da omissão de dados em medidas de qualidade do ajustamento em modelos de análise fatorial confirmatória: estudo de simulação em Mplus. JoClad 2018,.
12	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,.
13	Salgueiro, M.F. (2018). Inter-Industry Wage Differentials: A Structural Equation Modelling Approach. 3rd Meeting of Applied Economics - Universidade Federal de Juíz de Fora,.
14	Marques, C., Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2018). DATA DEVIATIONS FROM NORMALITY: EFFECTS ON GROWTH CURVE MODELS. IMPS 2018,.
15	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,.
16	Marques, C., Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2017). DATA DEVIATIONS FROM NORMALITY: EFFECTS ON GROWTH CURVE MODELS ESTIMATES. IMPS 2017,.
17	Langaro, D., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2017). The effects of Social Networking Sites on Brand Benevolence. 46th Annual Conference of the European Marketing Academy,.
18	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2017). Omissões, desvios face à normalidade e dimensão da amostra: Impacto sobre medidas de qualidade do ajustamento em modelos de análise fatorial confirmatória. XXIII Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
19	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2017). O efeito da escolha do método de estimação em modelos com variável latente contínua: Um estudo de simulação. JoCLAD 2017,.
20	Salgueiro, M.F., Vieira, M.D.T. & Freguglia, R. (2017). Modelling wage trajectories in Brazil using data from RAIS Identificada. JoCLAD 2017,.
21	Salgueiro, M.F., Vieira, M.D.T. & Freguglia, R. (2017). Inter-industry wage differentials: A structural equation modelling approach. IMPS 2017,.
22	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,.

23	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. International Conference on Business and Economic Develpoment,.
24	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Development,.
25	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,.
26	Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2016). Dados omissos em modelos de análise fatorial confirmatória não balanceados: estudo de simulação para detetar dimensão mínima da amostra. Jornadas de Classificação e Análise de Dados - JoClad 2016,.
27	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2016). O Teste da Razão de Verosimilhanças em Modelos com Equações Estruturais: Uma Abordagem Multi-grupos ao Estudo da Privação Material em Portugal com Dados do ICOR. Jornadas de Classificação e Análise de Dados - JoClad 2016,.
28	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The Mediating Effect of Satisfaction – Does is influences Loyalty Concerning Online Tourism Purchases?. European Marketing Academy 2016,.
29	Salgueiro, M.F. (2016). Country Personality Scale: Is a five-dimensional model a better methodological instrument?. Global Business Conference,.
30	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC,, 205?217.
31	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Customers' relationship with their main grocery retail: an empirical study in the portuguese context. LBCR European Marketing Conference 2015,.
32	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC,, 218?229.
33	Langaro, D., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2015). Proposing a new construct to measure the effectiveness of brands operating in Social Networking Sites. International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC,, 162?172.
34	Langaro, D., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2015). Social Networking Sites: The relationship element in the communication mix.. The European Marketing Academy Conference - EMAC 2015,.
35	Langaro, D., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2015). Proposing a new construct to measure the effectiveness of brands operating in Social Networking Sites. Proceedings of the 2nd . International Conference of Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior,, 163?172.
36	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Social Responsability in Purchase and Consumption: a study of the Portuguese Consumer Behaviour. International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC,.
37	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2015). Efeito de uma variável explicativa na modelação de uma trajetória latente: Estudo de simulação. Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,.

38	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2015). O efeito da existência de omissões nas estimativas de um modelo com trajetória latente linear: Um estudo de simulação. XXII Jornadas Anuais da Associação de Classificação e Análise de Dados - JoCLAD 2015,.
39	Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2015). O efeito dimensão da amostra e não respostas num modelo de análise factorial confirmatória: resultados de um estudo de simulação. Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
40	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. Global Business Conference - Summer 2015,.
41	sandra filipe, Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2015). Corporate Social Responsibility: is it a pillar in relationships with customers?. 4th MESD International Conference,.
42	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,.
43	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. International Network of Business and Management Journals, 4.
44	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions, 43th.
45	Langaro, D., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). The effects of social network sites on brand awareness and attitude,. Proceedings for the 2nd. International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMI),, 888?893.
46	Langaro, D., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). The effects of social network sites on brand awareness and attitude. 2nd International Conference on Contemporary Marketing Issues, ICCMI 2014,, 888?893.
47	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. Tourism and Ageing Conference 2014,.
48	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2014). Evaluating the effects of planned missing designs on latent growth trajectory estimates. VI European Congress of Methodology,.
49	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. Tourism and Ageing Conference, 2014,.
50	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2014). Modelo com trajetória latente com dados gerados a partir de um planned missing design: estudo de simulação. XXI Jornadas Anuais da Associação de Classificação e Análise de Dados (JoCLAD 2014),.
51	Salgueiro, M.F. & Vicente, P.C.R. (2014). The effect of observed data deviations from normality on the parameter estimates of a latent growth curve model: a simulation study. XXI Jornadas Anuais da Associação de Classificação e Análise de Dados (JoCLAD 2014),.
52	Salgueiro, M.F. (2014). Modelling Job Satisfaction Growth Trajectories Using the Muthén-Roy Pattern-Mixture Model Approach. VI European Congress of Methodology,.

53	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,.
54	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,.
55	Salgueiro, M.F. (2013). Modelling growth trajectories of Job Satisfaction with Total Pay using the Muthén-Roy pattern-mixture model approach. SIS 2013 Statistical Conference,.
56	Salgueiro, M.F. (2013). A growth mixture model approach to modelling job satisfaction latent growth trajectories. XX Jornadas Anuais da Associação de Classificação e Análise de Dados,.
57	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. International Network of Business and Management Journals – INBAM,.
58	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2013). Longitudinal modeling of a material deprivation score with missing data. 3rd European User Conference for EU-LFS and EU-SILC,.
59	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2012). Modelos com trajectória latente com dados omissos no painel rotativo ICOR. XX Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
60	Langaro, D., Rita. P. & Salgueiro, M.F. (2012). The Role of Social Network Sites in Driving Customer Relationship Loyalty. 41th. Annual Conference European Marketing Academy,.
61	Langaro, D., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). The Role of Social Network Sites in Driving Customer Relationship Loyalty. 41th. Annual Conference European Marketing Academy,.
62	Langaro, D., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). The Role of Social Network Sites in Driving Customer Relationship Loyalty. 25th Annual Doctoral Colloquium of the European Marketing Academy (EMAC),.
63	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. EMAC 2012,.
64	Langaro, D., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). Proposition of a New Theoretical Model to Evaluate the Role of Social Network Sites in Driving Loyalty. Proceedings of the Annual Conference of the Academy of Marketing,,.
65	Salgueiro, M.F. (2012). A pattern-mixture approach to modelling growth trajectories of job satisfaction with total pay. V European Congress of Methodology,.
66	Salgueiro, M.F. (2012). Modelling job satisfaction growth trajectories with missing data. Jornadas Anuais da Associação de Classificação e Análise de Dados,.
67	Leão, B., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). Measuring consumers Consciousness level impact on their willingness to buy sustainable products. European Marketing Academy (Doctoral Colloquium),.
68	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2012). Latent growth curve modeling with missing data in a rotating panel. V European Congress of Methodology,.
69	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2012). Uma aplicação do método da máxima verosimilhança na estimação de um modelo com trajectória latente com dados de um painel rotativo. Jornadas Anuais da Associação de Classificação e Análise de Dados,.

70	Smith, P.W.F & Salgueiro, M.F. (2011). The manifest association structure of structural equation models for longitudinal data: insights from partial correlations. The 58th World Statistics Congress of the International Statistical Institute,.
71	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2011). Dados omissos resultantes de planned missing designs: contributo para a análise do Inquérito às Condições de Vida e Rendimento das Famílias (ICOR). XIX Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
72	Salgueiro, M.F. & Smith, P.W.F (2011). Modelling satisfaction with leisure activities over time using graphical chain models. The 58th World Statistics Congress of the International Statistical Institute,.
73	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2011). Modelação da Privação Material em Portugal entre 2007 e 2009. Jornadas Anuais da Associação Portuguesa de Classificação e Análise de Dados,.
74	Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in Tourism. The European Marketing Academy Conference,.
75	Serra, P & Salgueiro, M.F. (2011). Uma abordagem multi-grupos à modelação das trajectórias de satisfação com as condições de vida em Portugal. Jornadas Anuais da Associação de Classificação e Análise de Dados,.
76	Salgueiro, M.F. (2011). On the use of graphical chain models to model job satisfaction over time. Jornadas Anuais da Associação Portuguesa de Classificação e Análise de Dados,.
77	Salgueiro, M.F. (2011). Modelos de análise factorial exploratória e confirmatória parameterizados como modelos com grafos. XIX Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
78	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating specific online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction. 17th International Conference of the European Institute of Retailing and Services Studies,.
79	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction. The European Marketing Academy Conference,.
80	Salgueiro, M.F. (2010). Modelação longitudinal de percepções de bem estar com recurso a modelos com grafos. XVIII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
81	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2010). Modelos de equações estruturais com efeitos cruzados e desfasados vs modelos com trajectória latente: um estudo da privação material em Portugal com dados do ICOR. XVIII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
82	Serra, P & Salgueiro, M.F. (2010). Modelação longitudinal da satisfação laboral com dados do European Community Household Panel. XVIII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
83	Vicente, P.C.R. & Salgueiro, M.F. (2010). Privação Material em Portugal: uma análise com dados do ICOR. Jornadas da Associação de Classificação e Análise de Dados,.
84	Serra, P & Salgueiro, M.F. (2010). Modelação da Satisfação Laboral em Portugal: cross-lagged SEM vs LGCM. Jornadas da Associação de Classificação e Análise de Dados,.
85	Silva, S.A. & Salgueiro, M.F. (2010). O papel das práticas organizacionais de segurança na percepção do risco e na satisfação com a segurança. VII Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia,.

86	Vieira, M.D.T, Salgueiro, M.F. & Smith, P.W.F (2010). Misspecification Effects in the Analysis of Longitudinal Survey Data. 25th International Workshop on Statistical Modelling,.
87	Salgueiro, M.F. (2009). Modelling Job Satisfaction Trajectories in the British Household Panel Survey using Latent Growth Curve Models. ASEPELT?09 (XXIII International Congress of Applied Economics),.
88	Serra, P, Cardoso, M. & Salgueiro, M.F. (2009). Satisfação laboral percebida: agrupamento adequado?. XVII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
89	Serra, P, Dias, J. G. & Salgueiro, M.F. (2009). Satisfação com as condições de vida: Uma abordagem MIMIC com variável latente discreta. XVII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
90	Dias, A.L. & Salgueiro, M.F. (2009). Trajectórias de satisfação no trabalho em Portugal - modelação com recurso a latent growth curve models. XVII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
91	Malta, J. & Salgueiro, M.F. (2009). Modelação da trajectória de um factor de segunda ordem de bem-estar psicológico. XVII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
92	Salgueiro, M.F. & Vieira, M.D.T (2009). Efeitos de desenhos amostrais complexos em modelos de trajectórias latentes: modelação com dados do British Household Panel Survey. XVII Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
93	Salgueiro, M.F., Vieira, M.D.T & Smith, P.W.F (2009). Latent Growth Curve Modelling of Life Satisfaction Trajectories in the British Household Panel Survey. International Methodology Symposium (Statistics Canada),.
94	Salgueiro, M.F., Vieira, M.D.T & Smith, P.W.F (2009). Efeitos de desenhos amostrais complexos em modelos de trajectórias latentes: modelação com dados do British Household Panel Survey. II ESAMP - segunda Escola de Amostragem e Metodologia de Pesquisa,.
95	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. Academy of Marketing Conference,.
96	Vitoria, P, Salgueiro, M.F., Silva, S.A. & De Vries, H. (2009). Impacto das atitudes, auto-eficácia e influência social na Intenção de Fumar. 1º Congresso de Saúde e Comportamento dos Países de Língua Portuguesa,.
97	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),.
98	Marques, S., Salgueiro, M.F. & Crespo de Carvalho, J. (2009). The influence of multiple store choice criteria on perceived patronage intentions. The European Marketing Academy Conference 2009,.
99	Serra, P & Salgueiro, M.F. (2009). Modelação Longitudinal da Satisfação Laboral: Structural Equation Models versus Multi-Process Models. ASEPELT?09 (XXIII Congresso Internacional de Economia Aplicada),.
100	Salgueiro, M.F., Smith, P.W.F & Vieira, M.D.T (2008). Modelling life satisfaction over time: a comparison of structural equation models and graphical chain models. COMPSTAT 2008 (International Conference on Computational Statistics),.
101	Vitoria, P, Salgueiro, M.F., Silva, S.A. & De Vries, H. (2008). O impacto da influência social na intenção de fumar dos adolescentes. 7.º Congresso de Psicologia da Saúde (Sociedade Portuguesa de Psicologia da Saúde),.

102	Vitoria, P, Salgueiro, M.F., Silva, S.A. & De Vries, H. (2008). Parents influence on adolescents intention to smoke. XVI IFTA World Congress (International Family Therapy Association),.
103	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),.
104	Marques, S. & Salgueiro, M.F. (2008). Store environment: the value of insignia. EIRASS 2008 (15th International Conference of the European Institute of Retailing and Services Studies),.
105	Vieira, M.D.T & Salgueiro, M.F. (2008). Modelos de estrutura de covariância para dados amostrais complexos com estrutura longitudinal. XVI Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
106	Salgueiro, M.F., Smith, P.W.F & Vieira, M.D.T (2008). Modelação de trajectórias de satisfação com dados do British Household Panel Survey. XVI Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
107	Parreira, P. & Salgueiro, M.F. (2007). O impacto da complexidade da liderança na eficácia hospitalar: aplicação de um modelo de equações estruturais. XV Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística,.
108	Parreira, P., Salgueiro, M.F. & Lopes, A. (2007). The moderator effect of leadership profiles on the relationship between leadership complexity and organizational effectiveness: a Structural Equation Modeling approach. ISI 2007 ? The 56th Session of the International Statistical Institute,.

• Outras Publicações

- Artigo sem avaliação científica

1	Vitória, P., Salgueiro, M.F., Silva, S.A. & De Vries, H. (2011). Social influence, intention to smoke, and adolescent smoking behaviour longitudinal relations. British Journal of Health Psychology, 16, 779?798. https://doi.org/10.1111/j.2044-8287.02014.x
2	Nascimento,José Luís, Lopes, A. & Salgueiro, M.F. (2008). Estudo sobre a validação do “Modelo de Comportamento Organizacional” de Meyer e Allen para o contexto português..
3	Felício,Maria José, Lopes, A., Salgueiro, M.F. & Parreira (2007). Competências de gestão: Um instrumento de medida para a realidade portuguesa..

- 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	Langaro, D., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). The Role of Social Network Sites in Driving Customer Relationship Loyalty. 41th. Annual Conference European Marketing Academy,.
3	Hill, M., Ferreira, M. A. M., Dias, J. G., Salgueiro, M.F., Carvalho, H., Vicente, P....Braumann, C.A. (2008). XV Congresso Anual da Sociedade Portuguesa de Estatística..

Projetos de Investigação

Título do Projeto	Papel no Projeto	Parceiros	Período
BRU-HORIZON 2020: Raising the International Profile and Scalability of BRU's Research Activities	Coordenadora Global	BRU-Iscte - Líder	2019 - 2022
Modeling socio-economic change using longitudinal data	Investigadora Responsável	BRU-Iscte	2007 - 2011

Cargos de Gestão Académica

Director (2025 - 2028)
Unidade/Área: Escola de Gestão

Membro (Docente) (2025 - 2029)
Unidade/Área: Conselho Geral

Presidente (2022 - 2025)
Unidade/Área: Comissão Científica

Membro (Docente) (2021 - 2023)
Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico

Director (2021 - 2025)
Unidade/Área: Unidade de Investigação em Desenvolvimento Empresarial (UNIDE-IUL)

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

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

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

Membro (Docente) (2017 - 2019)
Unidade/Área: Plenário do Conselho Científico

Membro (Docente) (2017 - 2021)
Unidade/Área: Comissão Científica

Director (2017 - 2021)
Unidade/Área: Unidade de Investigação em Desenvolvimento Empresarial (UNIDE-IUL)

Presidente (2017 - 2021)
Unidade/Área: Comissão Científica

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

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

Prémios

Prémio de Mérito Científico atribuído pela ISCTE Business School pela aceitação de artigo para publi (2011)

Associações Profissionais

Associação Portuguesa de Classificação e Análise de Dados - Presidente da Assembleia Geral (2023 - 2026)

Associação Portuguesa de Classificação e Análise dados - Presidente Conselho Fiscal (2020 - 2023)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) no ISCTE-IUL	XXIII Congresso da Sociedade Portuguesa de Estatística	ISCTE-IUL e Sociedade Portuguesa de Estatística	2017
Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) no ISCTE-IUL	ISCTE-IUL Symposium on Recent Advances in Methods for the Analysis of Panel Data	ISCTE-IUL	2011