

Fecha del CVA	24/3/2019
----------------------	------------------

A. DATOS PERSONALES

Nombre y Apellidos	CARMEN CAMARERO IZQUIERDO		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	15922324800	
	Código Orcid	0000-0002-5252-4581	

Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Valladolid		
Dpto. / Centro	Departamento de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados / Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Dirección	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Avenida Valle de Esgueva, 6, 47011, Valladolid		
Teléfono	983423332	Correo electrónico	camarero@eco.uva.es
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	2001
Espec. cód. UNESCO	531105 - Marketing		
Palabras clave	Comercialización		

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

Tres sexenios de investigación (1999-2004; 2005-2010; 2011-2016).

Tres tesis dirigidas.

Scopus h-index: 19 (1132 citas).

Scholar Google h-index (últimos 5 años): 25

B. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

B.1. Publicaciones más relevantes en últimos 10 años

1. Antón, C., Camarero, C., Garrido, M. J. (2018). A journey through the museum: Visit factors that prevent or further visitor satiation. *Annals of Tourism Research*, 73, 48-61. (Q1 en Hospitality, Leisure, Sport & Tourism)
2. Camarero, C., Garrido, M. J., San Jose, R. (2018). What Works in Facebook Content Versus Relational Communication: A Study of their Effectiveness in the Context of Museums. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(12), 1119-1134. (Q3 en Computer Science, Cybernetics).
3. Camarero, C., Rodríguez, J., San José, R. (2018). Latent communities of digital publications: The role of editors, followers, and advertisers. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1176-1189. (Q1 en Information Science & Library Science).
4. Antón Martín, C.; Camarero Izquierdo, C.; Laguna García, M. 2017. Experience value or satiety? The effects of the amount and variety of tourists' activities on perceived experience *Journal of Travel Research*. 57(7), 920-935. (Q1 en Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).
5. Hernández Carrión, C.; Camarero Izquierdo, C; Gutiérrez Cillán, J. 2017. Entrepreneurs' social capital resources and the economic performance of small businesses: The moderating role of competitive intensity and entrepreneurs' experience. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 11-1, pp. 61-89. (Q2 en Business y en Management).
6. San José Cabezudo, R.; Camarero Izquierdo, M.C.; Rodríguez Pinto, J. 2013. The persuasion context and results in online opinion seeking: effects of message and source. The moderating role of network managers *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 16-11, pp. 828-835. (Q1 en Psychology, social)
7. Camarero Izquierdo, M.C.; Garrido Samaniego, M.J. 2012. Fostering innovation in cultural contexts: Market orientation, service orientation and innovations in museums. *Journal of Service Research*. 15-1, 39-58. (Q1 en Business).
8. Camarero Izquierdo, M.C.; Garrido Samaniego, M.J. 2011. Incentives, organizational identification, and relationship quality among members of fine arts museums. *Journal of Service*

Management. 22-2, pp. 266-287. (*Q2 en Management*)

9. Camarero Izquierdo, M.C.; San José Cabezudo, R. 2011. Social and attitudinal determinants of the viral marketing dynamics. *Computers in Human Behavior*. 27-6, pp. 2292-2300. (*Q1 en Psychology, Multidisciplinary*)
10. Camarero Izquierdo, M.C.; Garrido Samaniego, M.J.; Vicente Hernández, E. 2010. Components of art exhibition brand equity for internal and external visitors. *Tourism Management*. 31-4, pp. 495-504. (*Q1 en Management y en Hospitality, Leisure, Sport & Tourism*)

B.2. Proyectos más relevantes en los últimos 10 años

1. Dinámicas innovadoras colaborativas en la gestión de productos y servicios. Ref. ECO2017-86628-P. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Plan estatal de investigación científica y técnica y de innovación 2013-2016. Convocatoria 2017. Dirigido por Carmen Camarero Izquierdo y Ana Isabel Rodríguez Escudero. De l 01/01/2018 al 31/12/2020. Participación: Investigador principal.
2. Innovación abierta y éxito empresarial: líneas de colaboración externa para la co-creación de valor. Ref. VA085G18. Consejería de Educación Junta de Castilla y León. Dirigido por Carmen Camarero Izquierdo. Del 01/01/2017 al 31/12/2019. Participación: Investigador principal.
3. La innovación en los museos europeos. Un análisis de actividades, determinantes e indicadores de eficiencia. Ref. ECO2012-38552 Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Nacional de I+D+I 2008-2011. Dirigido por Carmen Camarero Izquierdo. De l 01/02/2013 al 31/12/2016. Participación: Investigador principal.
4. Estudio del perfil de los adoptantes y usuarios del libro electrónico: beneficios de la tecnología y resistencia al cambio. Ref. VA181A11-1. Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León. Dirigido por Carmen Camarero Izquierdo (Universidad de Valladolid). De l 21/03/2011 al 31/12/2011. Participación: Investigador principal.

B.3. Grupos de investigación, desarrollo e innovación

Miembro del Grupo de Investigación Reconocido “Inteligencia de Mercado y Marketing”, integrado por los doctores del área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valladolid y dirigido por Jesús Gutiérrez Cillán.

Dirección de la Unidad de Investigación Consolidada 063 reconocida por la Junta de Castilla y León e integrada por doctores del área de Comercialización e Investigación de Mercados de las Universidades de Valladolid y Burgos.

Miembro del Instituto Universitario Multidisciplinar de Empresa (IME) de la Universidad de Salamanca dirigido por Julio Pindado García.

B.4. Actividades de formación en la investigación

- Participación docente en el Máster Interuniversitario en Administración e Investigación en Economía de la Empresa (universidades de Burgos, León, Salamanca y Valladolid).
- Participación docente en el Máster en Economía de la Cultural y Gestión Cultural (Universidad de Valladolid)
- Dirección de tres tesis doctorales.
- Dirección de más de 20 trabajos fin de máster.

B.5. Comités científicos, técnicos y asesores

- Editora Asociada de la revista *Business Research Quarterly* entre 2012 y 2016.
- Editora Asociada de la *Revista Española de Investigación de Marketing* entre 2013 y 2015.
- Evaluadora de proyectos de la Agencia Andaluza de Investigación.

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA	27/09/2023
----------------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Francisco		
Apellidos	Liébana Cabanillas		
Sexo (*)	Hombre	Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email	franlieb@ugr.es	URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0002-3255-0651		

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrático		
Fecha inicio	06/07/2021		
Organismo/ Institución	Universidad de Granada		
Departamento/ Centro	Comercialización e Investigación de Mercados		
País	España	Teléfono	958242380
Palabras clave	Comportamiento del Consumidor, marketing en Internet, medio ambiente, medios de pago, comercio móvil, neuromarketing		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2000-2010	Profesor Asociado. Universidad de Granada. España. Promoción
2010-2015	Profesor Sustituto Interino. Universidad de Granada. España. Promoción
2015-2018	Profesor Ayudante Doctor. Universidad de Granada. España. Promoción
2018-2021	Profesor Titular. Universidad de Granada. España. Promoción

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/Pais	Año
Licenciado en Admón. y Dirección de Empresas	Universidad de Granada/España	1998
Doctor	Universidad de Granada/España	2012

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios):

El profesor Liébana Cabanillas lleva más de 20 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Granada. Paralelamente en los primeros años de actividad docente estuvo trabajando en el sector financiero desempeñando diferentes labores de responsabilidad, hasta que en el año 2012 abandonó su cargo de director del Departamento de Canales y Banca Virtual en Caja Rural de Granada centrando su actividad en labores docentes e investigadoras en esta misma área.

En la actualidad es el Director del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.

En relación a su actividad como investigador cuenta con más de 250 aportaciones:

- **Investigador destacado como más influyente del mundo en el “Ranking of the World Scientists: World’s Top 2% Scientists” durante las ediciones 2021 y 2022, publicado por la Universidad de Stanford.**
- **Premio a la excelencia en la Investigación por la UGR en 2022.**



- 112 artículos publicados en revistas incluidas en el JCR, de los cuales más de la mitad de ellos del primer cuartil. En el 40% de los artículos al menos un coautor pertenecía a una universidad extranjera de países como Reino Unido, Italia, Australia, Portugal, Turquía, India, Indonesia, o Serbia, lo que demuestra la colaboración internacional. Entre los coautores cabe destacar por su relevancia internacional al Profesor Dimitrios Buhalis (64.069 citas en Google Scholar) y Yogesh Dwivedi (62.023)
- 10 artículos publicados en revistas incluidas solo en el SJR la mayoría en el Q1.
- 21 artículos publicados en revistas no incluidas en los rankings anteriores.
- 3 libros y 17 capítulos de libro en editoriales internacionales y nacionales (Springer, IGI GLOBAL y Fundación Ramón Areces entre otras).
- Ha participado con más de 150 aportaciones a Congresos Científicos y ha obtenido 11 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales
- Colabora como revisor en más de 40 revistas indexadas y es editor asociado de diferentes revistas pertenecientes a JCR (Revista Brasileira de Gestão de Negócios), LATINDEX (Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración "RICEA") u Open Access (International Journal of Psychology & Behavior Analysis entre otras).

En relación a la transferencia del conocimiento:

- Ha participado como investigador en 29 proyectos y contratos de investigación (8 como investigador principal), de los cuales 7 fueron obtenidos en convocatorias competitivas (Proyectos Europeos de la Comisión Europea, Plan Nacional I+D+i, Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía y Proyectos del Campus de Excelencia Internacional CEI Biotic). En la actualidad es IP en un Proyecto I+D+I FEDER JJAA 2014-2020
- También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo por un importe aproximado de 200.000 euros.

En los últimos años ha publicado en revistas pertenecientes al JCR en posiciones relevantes (D1, Q1 y Q2) en revistas indexadas de primer orden tales como International Journal of Information Management, Journal of Interactive Marketing, Tourism Management, Technological Forecasting and Social Change, Telematics and Informatics, Computers in Human Behavior, Expert Systems with Applications, Current Issues in Tourism, Journal of Enterprise Information Management o Journal of Services Marketing entre otras.

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con "peer review" y conferencias.

1. Molinillo, S., Rejón-Guardia, F., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2023). Impact of perceived value on intention to use voice assistants: The moderating effects of personal innovativeness and experience. *Psychology & Marketing*. (IF JCR 2022: 6,70 Q1- SJR 2022: 2,083 Q1) Nº autores:4 Posición: 4 [Citaciones= 0]
2. Ramos de Luna, I., Montoro-Ríos, F., Molinillo, S., & **Liébana-Cabanillas, F.** (2023). Consumer Behaviour and Mobile Payments in the Point of Sale: Exploring the Determinants of Intention to Adopt It. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-23. (IF JCR 2022: 4,70 Q1- SJR 2022: 0,879 Q1) Nº autores:4 Posición: 4 [Citaciones= 0]
3. Villarejo-Ramos, A.F., **Liébana-Cabanillas, F.**, & Higuera-Castillo, E. (2023). Intention to use e-commerce vs physical shopping. Difference between consumers in the post-COVID era. *Journal of Business Research*, 157. (IF JCR 2022: 10,969 Q1- SJR 2022: 2,316 Q1). Nº autores:4 Posición: 2 [Citaciones=13, media=13]
4. **Liébana-Cabanillas, F.**, Muñoz-Leiva, F., Molinillo, S., & Higuera-Castillo, E. (2022). Do biometric payment systems work during the COVID-19 pandemic? Insights from the Spanish users' viewpoint. *Financial Innovation*, 8(1), 1-25. (IF JCR 2021: 6,793 D1 – SJR 2021: 0,937 Q1). Nº autores:4 Posición: 1 [Citaciones=26, media=13]



5. Herzallah, D., Muñoz-Leiva, F., & **Liébana-Cabanillas, F.** (2022). Selling on Instagram: Factors that determine the adoption of Instagram commerce. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 38(11), 1004-1022. (IF JCR 2022: 4,70 Q1- SJR 2022: 0,879 Q1) N° autores:3 Posición: 3 [Citaciones= 15, media=7,5]
6. **Liébana-Cabanillas, F.**, Lara-Rubio, J., & Carvajal-Trujillo, E (2022). Explanatory and predictive model of the adoption of location-based mobile services. *International Journal of Intelligent Systems*, 38(2), 165-180 (IF JCR 2020: 8,709 D1 – SJR 2020: 1,291 Q1) N° autores:3 Posición: 1 [Citaciones=56, media=28]
7. Ashaari, M. A., Singh, K. S. D., Abbasi, G. A., Amran, A., & **Liebana-Cabanillas, F.** (2021). Big data analytics capability for improved performance of higher education institutions in the Era of IR 4.0: A multi-analytical SEM & ANN perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121119 (IF JCR 2020: 8,593 D1 – SJR 2020: 2,226 Q1) N° autores:5 Posición: 5 [Citaciones= 72, media=36]
8. Cabrera-Sánchez, J.P.; Villarejo-Ramos, A.F.; **Liébana-Cabanillas, F.** & Shaikh, A.A. (2021). Identifying relevant segments of AI app adopters through expanding the UTAUT2's variables. *Telematics and Informatics* (IF JCR 2020: 6,182 D1 – SJR 2020: 1,567 Q1) N° autores:4 Posición: 3 [Citaciones= 47, media=23,5]
9. Singh, N., Sinha, N., & **Liébana-Cabanillas, F.** (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205 (IF JCR 2020: 14,098 D1 – SJR 2020: 2,77 Q1) N° autores:3 Posición: 3 [Citaciones= 435, media=145]
10. **Liébana-Cabanillas, F.**, Marinković, V., & Kalinić, Z. (2017). A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. *International Journal of Information Management*, 37(2), 14-24 (IF JCR 2017: 1,259 Q3 – SJR 2017: 1,373 Q1) N° autores:3 Posición: 1 [Citaciones= 456, media=83,5]

C.2. Congresos

Ha participado con más de 150 aportaciones a Congresos Científicos, de las cuales más del 80% en eventos internacionales como: Global Marketing Conference, American Marketing Academy, European Marketing Academy Conference, Academy of Marketing Conference, AEMARK y AIRSI, entre otros. Se incluyen solamente los más relevantes realizados desde el año 2021 [todas conferencias]:

1. Herzallah, D., & Liébana-Cabanillas, F. (2023). Does Instagram's commerce recommendations allow for user motivation to purchase? XXXII Jornadas Hispanolusas de Gestión Científica. Aveiro (Portugal) (1-4/2/2023)
2. Herzallah, D., Liébana-Cabanillas, F. Muñoz-Leiva, F., & Sánchez-Borrego, I. (2023). Amaze me with the brand's visual representation in social commerce! an investigation on eye tracking based on user characteristics and user experience with brand types in social commerce. XXXII Jornadas Hispanolusas de Gestión Científica. Aveiro (Portugal) (1-4/2/2023)
3. Liébana-Cabanillas, F. Higuera-Castillo, E. Alonso-Palomo, R., Japutra, A., & Herzallah, D. (2023). Adopting virtual voice assistants: the role of hedonic motivation, price value, and privacy risk. XXXII Jornadas Hispanolusas de Gestión Científica. Aveiro (Portugal) (1-4/2/2023)
4. Liébana-Cabanillas, F. Herzallah, D., & Muñoz-Leiva, F., & (2023). Do recommendations let users be motivated to buy through Instagram commerce. 22nd International Marketing Trends Conference. Paris (Francia) (19-21/01/2023).
5. Herzallah, D., Liébana-Cabanillas, F. Muñoz-Leiva, F., & Sánchez-Borrego, I. (2023). Using an eye-tracking approach to explore gender, age, experience differences in visual



- representation of the brand in Instagram commerce. 22nd International Marketing Trends Conference. Paris (Francia) (19-21/01/2023).
6. Jiménez-Torrico, N., Rodríguez-Torrico, P., Liébana-Cabanillas, F. & Mora-Pérez. E. (2022). The dark side of smartphones: addiction and compulsiveness. Valencia (Spain) (7-9/9/2022).
 7. Herzallah,D., Liébana-Cabanillas, F. Leiva, F. M., & I. Sánchez-Borrego (2022). 33rd International Marketing Conference AEMARK. An eye tracking study based on demographic characteristics and user experience with brand types in Social Commerce. Valencia (Spain) (7-9/9/2022).
 8. Herzallah,D.,& Liébana-Cabanillas, F.(2022). ¿Compras En Redes Sociales? Análisis De La Impulsividad En La Aceptación De Instagram Commerce y Del Efecto Moderador De La COVID-19. XXXI Congreso De ACEDE Barcelona (Spain) (19-22/6/2022).
 9. Herzallah,D.,& Liébana-Cabanillas, F.(2022). I Workshop de Investigación Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales UGR. ¿Compras En Redes Sociales? Análisis de la Intención de Compra en Instagram y del efecto moderador del género, edad y experiencia. Granada (Spain) (20-21/1/2022).
 10. Herzallah,D.,& Liébana-Cabanillas, F.(2021). Analisis de los Factores Determinantes de la Compra Impulsiva En Redes Sociales. Una Aplicacion Practica en Instagram en Tiempos de la COVID-19. Workshop virtual Covid-19: Investigación Avanzada sobre economía, empresa, y Turismo. Granada (Spain). (15/06/2021).

C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado.

1. Eco-innovación y sostenibilidad turística. UCE2018.02_2021-04. Entidad financiadora: Unidad de Excelencia "Investigaciones Avanzadas en Economía y Empresa". IP: **Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 2.000 euros. Duración: 1-1-2022 al 31-12-2022- 24 meses.
2. Comprensión del impacto y adopción del comercio social mediante técnicas de Big Data bajo un enfoque cognitivo-atencional. BSEJ209UGR18. Entidad financiadora: Proyectos I+D+i del Programa Operativo FEDER 2018. IP: **Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 13.050 euros. Duración: 01/01/2020- 31/12/2022- 24 meses.
3. Aplicación de la neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística. Un enfoque intercultural. ECO2017-88458-R. Entidad financiadora: [Plan Nacional I+D+i] Agencia Estatal de Investigación (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. IP: Salvador del Barrio García. Cuantía total: 37.510 euros. Duración: 01/01/2018- 31/12/2020- 36 meses
4. El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable. P12-SEJ-1980. Entidad financiadora [Proyectos de Investigación de Excelencia de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo]: Junta de Andalucía. IP: Juan Sánchez Fernández. Convocatoria 2012. Cuantía total: 64.745 euros. Duración: 01/01/2014 - 31/12/2016- 36 meses
5. Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible. SEJ-6768. Entidad financiadora [Proyectos de Excelencia]: Junta de Andalucía. IP: Francisco Montoro Ríos. Cuantía total: 45.000 euros. Duración: 15/03/2011-15/03/2014- 36 meses
6. Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva del neuromarketing. ECO2012-39576. Entidad financiadora: Plan Nacional de I+D+i. IP: Francisco Muñoz Leiva. Cuantía total: 29.250 euros. Duración: 01/02/2013 a 31/01/2016- 36 meses.

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA	29/09/2023
----------------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Francisco		
Apellidos	Muñoz Leiva		
Sexo (*)	Hombre	Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	21/09/1976
DNI, NIE, pasaporte	26228440E		
Dirección email	franml@ugr.es	URL Web	http://www.franmleiva.com
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0002-4996-7525		

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrático de Universidad		
Fecha inicio	06/12/2018		
Organismo/ Institución	Universidad de Granada		
Departamento/ Centro	Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados		
País	España	Teléfono	958241274/691433904
Palabras clave	Marketing (Comercialización), Estudios de Mercado, Psicología Social, Neuromarketing, Publicidad, Modelos Causales		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
03/01/2012-05/12/2018	Profesor Titular de Universidad/Universidad de Granada/España
01/10/2008-02/01/2012	Profesor Contratado Doctor/Universidad de Granada/España
11/03/2003-30/09/2008	Profesor Colaborador/Universidad de Granada/España

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/Pais	Año
Licenciatura en Investigación Técnicas de Mercado	Universidad de Granada	2015
Doctor en Ciencias Empresariales	Universidad de Granada	2008

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios):

El profesor Muñoz Leiva es catedrático de Universidad desde el 06/12/18 (BOE 5/12/18) y lleva 19 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Granada, teniendo en la actualidad 3 tramos docentes reconocidos, 3 tramos de investigación y 1 de tramo transferencia del conocimiento e innovación (sexenios) reconocidos por la CNEAI. Ha dirigido 8 tesis doctorales, 30 trabajos fin de máster (TFM) y 1 trabajo de investigación tutelada (TIT). En 2013 fue *visiting professor* en la *Leeds Business School* (LUBS; Ranking de Shanghai - puntuación: 9-17; en 2014), y en 2015 en la *Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo* (ESGHT) de Faro (Portugal) en colaboración con el Centro de Sistemas Inteligentes (CSI; <http://csi.fct.uaig.pt/>).

Ha publicado 78 artículos científicos en revistas indexadas en WoS, de los cuales 70 están recogidos por la base JCR, tales como: *Tourism Management*, *International Journal of Advertising*, *Journal of Services Marketing*, *Physiology and Behavior*, *International Journal of Information Technology & Decision Making*, *SoftComputing*, *Industrial Management & Data System*, *Services Business*, *Expert System with Applications*, *Computers in Human Behavior*, *International Journal of Information Management*, *Online Information Review*, *Cities*, entre



otras. Una veintena de ellos en revistas con un factor de impacto superior a 2 puntos (en el área de comunicación, *computer science*, psicología o ciencias de la gestión).

Ha publicado 4 libros y 13 capítulos de libro, la mayoría de ellos publicados por editoriales internacionales de prestigio como Pirámide e IGI-Global. Ha sido editor de 2 libros internacionales publicados por IGI-Global.

Asiste como ponente regularmente a los congresos más prestigiosos en el campo del marketing y la comunicación a nivel nacional (Congreso Nacional de Marketing AEMARK) e internacional (European Marketing Academy-EMAC, Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica e International Marketing Trends). Con ello ha dado divulgación a sus resultados de investigación en 70 contribuciones a congresos de ámbito internacional en su mayoría (47) y nacional (23), acudiendo al menos a dos cada año desde 2003. Ha obtenido 4 premios de investigación en algunos de estos congresos. Ha participado como investigador en 10 proyectos de investigación (2 como IP) obtenidos en convocatorias competitivas (Plan Nacional I+D+i, Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía y Proyectos del Campus de Excelencia Internacional CEI Biotic). También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo como colaborador en 25 contratos de investigación (6 como IP).

Los indicadores generales de calidad de la producción científica aparecen a continuación:

- Total publicaciones indexadas en Web of Science (WoS): 78 (67 indexados en el JCR; 14 acceso abierto)
- Citas totales en WoS: 2.478 (2.357 sin autocita). Índice H: 27
- Total publicaciones indexadas en SCOPUS: 86
- Citas totales en SCOPUS: 3.289 (2.704 sin autocita). Índice H: 29
- Citas totales Google Scholar: (en los últimos 5 años): 7.988 (6.098). Índice H: 42
- Sexenios de investigación CNEAI: 4 (3 de investigación y 1 de transferencia -2005-2010-)
Tesis dirigidas últimos 10 años: 8
- Miembro de: (a) el Grupo de Investigación ADEMAR (SEJ-241), (b) la Unidad de Excelencia Científica "Investigaciones Avanzadas en Economía y Empresa", (c) el Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo de las Universidades de Granada, Málaga y Sevilla y (d) el Instituto Mixto Universitario Deporte y Salud de la Universidad de Granada (IMUDS).

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES.

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con "peer review" y conferencias (ver instrucciones).

- Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., **Muñoz-Leiva, F.** (3/3) (2014). 'Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age', *Computers in Human Behavior*, 35, pp. 464-478 (IF JCR 2014: 2,694, Q1, G.S.: 637 citas, 70,8 citas al año). DOI: 10.1016/j.chb.2014.03.022.
- **Muñoz-Leiva, Francisco (AC; 1/3)**; Hernández-Méndez, J., Gómez-Carmona, D. (2018). 'Measuring advertising effectiveness in Travel 2.0 websites through eye-tracking technology', *Physiology and Behavior*, 2018, in press, pp. 1-15 (IF JCR 2017: 2,517, Q1, G.S.: 161 citas, 32,2 citas al año). DOI: 10.1016/j.physbeh.2018.03.002
- **Muñoz-Leiva, Francisco (AC; 1/2)**; Gómez-Carmona, D. (2018). 'Sparkling interest in restaurant dishes? Cognitive and affective processes underlying dish design and ecological origin: A fMRI study', *Physiology and Behavior*, 2019, 200 (1; Marzo) (IF JCR 2017: 2,517, Q1, G.S.: 19 citas, 3,8 citas al año). DOI: 10.1016/j.physbeh.2018.06.017
- De la Hoz Correa, A.; **Muñoz-Leiva, F. (2/3)**; Bakucz, M. (2018). 'Past themes and future trends in medical tourism research: A co-word analysis', *Tourism Management*, 65 (April), pp. 200-211 (JCR 2017: 4,707, Q1, G.S.: 306 citas, 61,2 citas al año). DOI: 10.1016/j.tourman.2017.10.001.
- **Muñoz-Leiva, F. (AC, 1/3)**; Liébana-Cabanillas, F. J.; Hernández-Méndez, J. (2018). 'Etourism advertising effectiveness: Banner type and engagement as moderators', *Journal of Services Marketing*, 32 (4), pp. 462-475 (IF JCR 2017: 2,408, Q2, G.S.: 27 citas, 5,4 citas al año). DOI: 10.1108/JSM-01-2017-0039.
- Liébana-Cabanillas, F.J.; Ramos de Luna, I.; Sánchez-Fernández, J.; **Muñoz-Leiva, F. (4/4)** (2018). 'Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied', *Technological Forecasting & Social Change*, in



press, 146 (Sep.), pp. 931-944 (IF JCR 2017: 3,129, Q1, G.S.: 430 citas, 86 citas al año). DOI: 10.1016/j.techfore.2018.09.018.

- Rodríguez-López, M.E., Alcántara-Pilar, J.M., Del Barrio-García, S., **Muñoz-Leiva, F. (4/4)** (2019). 'A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis'. *International Journal of Hospitality Management*, 87 (May), 102387. (IF JCR 2018: 4,465 D1, G.S.: 129 citas, 32,25 citas al año). DOI: 10.1016/j.ijhm.2019.102387.
- García-Maroto, I.; **Muñoz-Leiva, F. (2/4)**; Higuera-Castillo, E.; Liébana-Cabanillas, F. (2020). 'The main determinants of adopting domestic biomass heating systems: An integrated model', *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11 (2), pp. 409-428. (IF JCR 2018: 1,745, Q1, G.S.: 4 citas, 1,33 citas al año). DOI: 10.1108/SAMPJ-03-2019-0133.
- Del Barrio-García, S., **Muñoz-Leiva, F. (2/3)**, Golden, L. (2020). 'A review of Comparative Advertising Research 1975-2018: Thematic and Citation Analyses'. *Journal of Business Research*, 121 (December), 73-84 (IF JCR 2019: 4,874 Q1, G.S.: 31 citas, 10,33 citas al año). DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.08.023.
- **Muñoz-Leiva, F. (AC, 1/4)**, Rodríguez López, M.E., Liébana-Cabanillas, F. and Moro, S. (2021), 'Past, present, and future research on self-service merchandising: a co-word and text mining approach', *European Journal of Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print (IP JCR 2020 = 4.647, Business, Q2, G.S.: 19 citas, 9,5 citas al año). DOI: /10.1108/EJM-02-2019-0179.
- Gómez-Carmona, D.; **Muñoz-Leiva, F. (2/6)**; Liébana-Cabanillas, F.; Nieto-Ruiz, A.; Martínez-Fiestas, M.; Campoy, C. (2021). 'The Effect of Consumer Concern for the Environment, Self-Regulatory Focus and Message Framing on Green Advertising Effectiveness: An Eye Tracking Study', *Environmental Communication*, Accepted 04 Apr 2021, Published online (IF JCR 2021: 3,389, Q2; SJR 2021, Q1, G.S.: 10 citas, 5 citas al año). DOI: 10.1080/17524032.2021.1914701.
- Liébana-Cabanillas, Fco., **Muñoz-Leiva, F.**, Molinillo, S.; Higuera-Castillo, E. (2022). 'Do biometric payment systems work during the COVID-19 pandemic? Insights from the Spanish users' viewpoint', *Financial Innovation*, (IF JCR 2021: 6,793, Q1 en Business, Finance, G.S.: 26 citas, 26 citas al año). DOI: 10.1186/s40854-021-00328-z.
- Gómez-Carmona, Marín-Dueñas, P.P., Cano, R., Serrano, C., **Muñoz-Leiva, F. (5/6)**, Liébana-Cabanillas, F.J. (2022). 'Environmental concern as a moderator of information processing: A fMRI study', *Journal of Cleaner Production*, 369 (1), 133306, (IF JCR 2021: 24 / 279 - Environmental Sciences, G.S.: 2 citas, 2 citas al año). DOI: 10.1016/j.jclepro.2022.133306.

C.2. Congresos, indicando la modalidad de su participación (conferencia invitada, presentación oral, póster)

He has collaborated in more than 100 contributions to Scientific Congresses, of which more than 80% are international events such as: European Marketing Academy Conference - EMAC, Academy of Marketing Conference, AEMARK, or INTED, among others.

C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado, indicando su contribución personal. En el caso de investigadores jóvenes, indicar líneas de investigación de las que hayan sido responsables .

- Tipo de proyecto: Junta Andalucía PAIDI 2020; Título: Quo vadis Universitas. Análisis del valor y reputación de la Universidad en la sociedad digital (Ref.: P20_01019). IP: Teodoro Luque Martínez. Entidad financiadora: Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades (Junta de Andalucía). Duración: Junio 2021 - Junio 2023. Cuantía total: 59.700 €. Contribución: revisión de la literatura, diseño de la investigación y análisis de datos.

- Tipo de proyecto: Junta Andalucía PAIDI 2020; Título: "Contribución de la comunicación integrada y la autenticidad basada en la identidad territorial al posicionamiento de la marca turística de Andalucía" (Ref.: P20_01021). IP: Salvador del Barrio García Entidad financiadora: Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades (Junta de Andalucía). Duración: Junio 2021 - Junio 2023. Cuantía total: 37.350 €. Contribución: revisión de la literatura, diseño y análisis de datos.



- Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i. Fundamental No Orientada. 2017; Título (referencia): *Aplicación de la neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística* (ECO2017-88458-R). IP: **Muñoz Leiva, Francisco** y Del Barrio García, Salvador; Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad; Duración: 01/01/2018 – 31/12/2021; Cuantía total: 37.510 €. Contribución: revisión de la literatura, diseño de la investigación, análisis y difusión de resultados.
- Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i. Fundamental No Orientada. 2012; Título: *Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva del neuromarketing* (ECO2012-39576). IP: **Muñoz Leiva, Francisco**; Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad; Duración: 01/02/2013 – 31/01/2016; Cuantía total: 29.250 €. Contribución: revisión de la literatura, diseño de la investigación, análisis de datos y difusión de resultados.
- Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i; Tipo de proyecto: Proyectos de excelencia de la Junta de Andalucía; Título: *Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible* (P10.SEJ.6768); IP: Montoro Ríos, F. J.; Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía; Duración: 15/03/2011-15/03/2014; Cuantía total: 46.755 €. Contribución: revisión de la literatura, diseño de la investigación y análisis de datos.
- Tipo de proyecto: Proyectos de Investigación de Excelencia (Junta de Andalucía); Título: *El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable* (P12-SEJ-1980); IP: Sánchez Fernández, Juan; Entidad financiadora: Junta de Andalucía; Duración: 01/01/2014 - 31/12/2016; Cuantía total: 64.745 €. Contribución: revisión de la literatura, diseño de la investigación y análisis de datos.
- Tipo de proyecto: Proyectos I+D+i del Programa Operativo FEDER 2018; Tipo de proyecto: *Comprensión del impacto y adopción del comercio social mediante técnicas de Big Data bajo un enfoque cognitivo-atencional* (BSEJ209UGR18); Entidad financiadora: Proyectos I+D+i del Programa Operativo FEDER 2018; IP: Francisco Liébana Cabanillas; Duración: 01/01/2020-31/12/2021; Cuantía total: 13.050 €. Contribución: revisión de la literatura, diseño de la investigación y análisis de datos y difusión de resultados.

C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados *Incluya las patentes y otras actividades de propiedad industrial o intelectual (contratos, licencias, acuerdos, etc.) en los que haya colaborado. Indique: a) el orden de firma de autores; b) referencia; c) título; d) países prioritarios; e) fecha; f) entidad y empresas que explotan la patente o información similar, en su caso.*

- “Perfeccionamiento de los Servicios Financieros a través de Internet. Aplicación al Caso de Urban@” (C-2741). IP: Muñoz Leiva, Fco.; Castañeda García, J. Alberto. Número de participantes: 4. Entidad financiadora: Caja Rural de Granada, S.C.C. (9.659€). Duración: 26/10/2006-25/04/2008.
- “Perfeccionamiento de los Servicios Comerciales Ofrecidos por Axesor” (C-3107). IP: Fco. J. Montoro Ríos y **Fco. Muñoz Leiva**. Número de participantes: 5. Entidad financiadora: INFOTEL, Información y Tele-comunicaciones, S. A. (16.100€). Duración: 01/07/2008- 27/02/2009.
- “Plan de desarrollo del municipio de La Calahorra” (C-3312). IP: Teodoro Luque Martínez, Teodoro y **Fco. Muñoz Leiva**. Número de participantes: 5. Entidad financiadora: Ayuntamiento de La Calahorra, DIPGRA y SAE (14.655€ si IVA). Duración: 10/09/2009- 02/05/2010.
- “Rediseño de envase de leches clásicas de Puleva” (C-3276). IP: **Fco. Muñoz Leiva**, y Fco. J. Montoro Ríos. Número de participantes: 4. Puleva Food, S. L. (8.000€). Duración: 25/05/2009- 30/09/2009.
- “Análisis del nivel de digitalización de los negocios dirigidos por autónomos en Murcia y el interés en una formación digital” (C-5016). IP: Francisco J. Liébana Cabanillas y **Francisco Muñoz Leiva**. Número de participantes: 2. Entidad financiadora: Infoautonomos 2009 S.L. (2.000€). Duración: 04/02/2021-31/12/2021.



JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

Generado desde: Universidad de Granada
Fecha del documento: 03/04/2019
bc2dc13c28cffbd00d11e1ba9c8a030f

Este fichero electrónico (PDF) contiene incrustada la tecnología CVN (CVN-XML). La tecnología CVN de este fichero permite exportar e importar los datos curriculares desde y hacia cualquier base de datos compatible. Listado de Bases de Datos adaptadas disponible en <http://cv.normalizado.org/>



JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

Apellidos: **SANCHEZ FERNANDEZ**
Nombre: **JUAN**
DNI: --
Fecha de nacimiento: **24/10/1970**
Sexo: **Hombre**
Nationalidad: **España**
País de nacimiento: **España**
Teléfono fijo: **958240936**
Correo electrónico: **sanchezf@ugr.es**
Teléfono móvil: **6914433905**

Situación profesional actual

Nombre de la entidad: Universidad de Granada
Departamento, servicio, etc.: Comercialización e Investigación de Mercados
Categoría/puesto o cargo: Catedrático de universidad
Ciudad de trabajo: Granada, Andalucía, España
Teléfono: 958240936
Fecha de inicio: 14/12/2018
Tipo de dedicación: Tiempo completo



Formación académica recibida

Titulación universitaria

Doctorados

Programa de doctorado: Economía y empresa

Universidad que titula: UNIVERSIDAD DE GRANADA. COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS

Fecha de la titulación: 2000

Título de la tesis: EL INTERCAMBIO ELECTRONICO DE INFORMACION EN LOS CANALES DE DISTRIBUCION. ANALISIS DE SU IMPLANTACION Y DE SUS CONSECUENCIAS

Director/a de tesis: Luque-Martinez, Teodoro

Actividad docente

Dirección de tesis doctorales y/o proyectos fin de carrera

- Título del trabajo:** La respuesta del consumidor a la publicidad en redes sociales: análisis del efecto de la presión publicitaria y la experiencia
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Doctorando-a/alumno-a: FRANCISCO REJÓN GUARDIA
Calificación: APTO CUM LAUDEM (9,9)
Fecha de lectura: 2013
- Título del trabajo:** El papel de los sistemas de pago en los nuevos entorno electrónicos
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Doctorando-a/alumno-a: FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS
Calificación: APTO (9,5)
Fecha de lectura: 2012
- Título del trabajo:** When consumer behaviour research meets neuroscience: A meta-analysis of neuroimaging studies applied to marketing stimuli
Tipo de proyecto: Tesina
Universidad que titula: Universidad de Granada, Granada, España
Doctorando-a/alumno-a: CÉLINE SOLNAIS
Calificación: 9.5
Fecha de lectura: 2012
- Título del trabajo:** El comportamiento del consumidor ante el cambio climático. El papel de la motivación y la emoción
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Calificación: APTO CUM LAUDEM (10)



- 5 Título del trabajo:** Eficacia publicitaria en redes sociales
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Calificación: 8,5
- 6 Título del trabajo:** El marketing en las ONGD. Estudio de la comunicación para la captación de fondos
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Calificación: 9,5
- 7 Título del trabajo:** Marketing político y las nuevas tecnologías. La web 2.0
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Calificación: 7,5
- 8 Título del trabajo:** La relación entre los valores personales y el comportamiento respetuoso con el medio ambiente
Tipo de proyecto: Tesina
Calificación: 9
- 9 Título del trabajo:** Una propuesta de modelización de la lealtad hacia las marcas del distribuidor
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Calificación: 6,5
- 10 Título del trabajo:** Comportamiento Ecológico y Felicidad
Tipo de proyecto: Tesina
Universidad que titula: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Granada
Calificación: 9,5
- 11 Título del trabajo:** When consumer behaviour research meets neuroscience: A meta-analysis of neuroimaging studies applied to marketing stimuli
Tipo de proyecto: Tesina
- 12 Título del trabajo:** When consumer behaviour research meets neuroscience: A meta-analysis of neuroimaging studies applied to marketing stimuli
Tipo de proyecto: Tesina
Calificación: 9.5

Participación en proyectos de innovación docente (planes y equipos de trabajo relacionados con EEES)

- 1 Título del proyecto:** Dinamización de las actividades de enseñanza-aprendizaje a través de simulaciones mediante software crm (gestión de relaciones con el cliente)
Aportación al proyecto: Continuar con un proyecto anterior donde el objetivo es desarrollar el curso de forma integral a través del software crm microsoft dynamics CRM
Investigador/a principal: JUAN MIGUEL REY PINO
Número de participantes: 8
Importe concedido: 1.500
Entidad financiadora: Vicerrectorado para la Garantía de la Calidad
Fecha fin de la participación: 31/12/2012 **Duración de la participación:** 426 días

**2 Título del proyecto:** SIMULACIÓN DE GESTIÓN DE MARKETING CON SIMBRAND

Aportación al proyecto: El objetivo fundamental de este proyecto de innovación docente es proporcionar al alumno la oportunidad de adoptar un conjunto de decisiones relacionadas con el área de marketing de la empresa en un entorno simulado. Concretamente, con este proyecto se pretende diseñar una visión innovadora de las prácticas de una asignatura obligatoria de marketing de la Diplomatura de Ciencias Empresariales, denominada ¿Estrategias de Comercialización¿. Por tanto, el objetivo general de la simulación es proporcionar la posibilidad de aplicar los conceptos teóricos en un entorno realista, utilizando el programa de simulación Simbrand de la empresa Cesim. Cesim es una compañía dedicada al diseño y desarrollo de simuladores de negocios, con el propósito de proporcionar a Corporaciones e Instituciones Educativas simuladores de negocios de sencillo manejo y alta rentabilidad. Su producto Simbrand, permite: ¿ Simular negocios reales, aunque con una simplificación de la realidad con el objetivo de maximizar su efectividad pedagógica. ¿ Crear una ambiente de negocio específico con características propias respecto a productos, tamaño del mercado, canales de distribución, etc. ¿ Generar un entorno de aprendizaje realista, como muestra el que numerosas empresas lo utilicen y confirmen que proporciona un ambiente de aprendizaje verdadero.

Número de participantes: 1**Fecha fin de la participación:** 30/09/2011**Duración de la participación:** 364 días**3 Título del proyecto:** APLICACIÓN DE UN SISTEMA DE M-LEARNING A LAS ENSEÑANZAS DE MARKETING: ELABORACIÓN DE MATERIALES MULTIMEDIA Y SU DISTRIBUCIÓN A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES.

Aportación al proyecto: La aplicación de plataformas docentes en la enseñanza de marketing está asentada en la Universidad de Granada, al contar con una plataforma propia del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, basada en Moodle, activa desde hace cuatro cursos académicos y que ya ha superado ampliamente el millón de visitas. Dicha plataforma fue puesta en marcha entre otros, gracias al apoyo financiero obtenido mediante un proyecto de innovación docente, ya finalizado y evaluado de una forma satisfactoria,. Dicha plataforma está permitiendo un alto nivel de interacción entre el alumnado, y de éste con los profesores que imparten las asignaturas que se apoyan en ella. La puesta a disposición de materiales docentes (apuntes, transparencias, etc¿) , medios de autoevaluación, formas de comunicación (foros, mensajería, chats, etc¿), instrumentos de organización de las tareas (calendarios, avisos, entrega de trabajos¿), y formas novedosas de colaboración en línea (wikis, etc¿) está siendo recibida con un alto nivel de satisfacción e implicación tanto por parte de los estudiantes como de los profesores implicados en ello. No obstante, el desarrollo de sistemas de comunicación, así como el abaratamiento y generalización de tecnologías punteras en el ámbito de la informática y las telecomunicaciones, hace que se planteen nuevos formatos en los que distribuir los materiales docentes, así como nuevos medios a través de los que distribuir (y utilizar) dichos materiales. En este sentido, la posibilidad de elaborar tanto material docente en archivos de sonido (podcast) o video (videocast), así como herramientas de autoevaluación descargables, y la posibilidad de acceder a dichos materiales de una forma semi-automática (RSS) mediante dispositivos móviles que permitan el acceso y la utilización de dichos materiales en cualquier lugar, y en cualquier momento, abre una vía de desarrollo.

Investigador/a principal: FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS**Número de participantes:** 6**Fecha fin de la participación:** 30/09/2010**Duración de la participación:** 364 días**4 Título del proyecto:** STRAT-X ENSEÑANZA DEL MARKETING A TRAVES DE JUEGOS DE EMPRESA

Aportación al proyecto: A través de este proyecto de innovación docente se pretende proporcionar al alumno la oportunidad de llevar a cabo la simulación de un conjunto de decisiones relacionadas con el área de marketing de la empresa. Dicha simulación se lleva a cabo además con el apoyo de una plataforma online adecuada al área de marketing, en la que se desarrollan los programas de las asignaturas involucradas en este proyecto de innovación docente.

Investigador/a principal: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ**Número de participantes:** 5**Entidad financiadora:** Universidad de Granada. Comercialización e Investigación de Mercados**Fecha fin de la participación:** 30/09/2009**Duración de la participación:** 364 días

**5 Título del proyecto:** MARKOPS: simulación on-line de decisiones de marketing

Aportación al proyecto: El objetivo fundamental de este proyecto de innovación docente es proporcionar al alumno la oportunidad de adoptar un conjunto de decisiones relacionadas con el área de marketing de la empresa en un entorno simulado. Dicha simulación se lleva a cabo además con el apoyo de una plataforma online adecuada al área de marketing. Con ello se consigue: - Diseñar una visión innovadora en las prácticas de las asignaturas generales de marketing de las distintas titulaciones de empresa, haciendo que el alumno aplique las TIC en el aprendizaje de esta materia. - Desarrollar y potenciar las habilidades para la resolución de problemas del alumno, su capacidad analítica y reflexiva y el autoaprendizaje. El alumno, aunque dirigido y asesorado por el profesor, desarrolla el planteamiento comercial de una empresa, lo que le exige, un esfuerzo de revisión, trabajo y discusión en grupo, así como de auto evaluación.

Investigador/a principal: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

Número de participantes: 5

Fecha fin de la participación: 30/09/2008

Duración de la participación: 365 días

6 Título del proyecto: SIMULACIÓN DE GESTIÓN DE MARKETING CON MARKSTRAT (SIGEMAR)

Aportación al proyecto: El objetivo fundamental de este proyecto de innovación docente es proporcionar al alumno la oportunidad de adoptar un conjunto de decisiones relacionadas con el área de marketing de la empresa en un entorno simulado. Dicha simulación se lleva a cabo además con el apoyo de una plataforma online adecuada al área de marketing. Con ello se consigue: - Diseñar una visión innovadora en las prácticas de las asignaturas generales de marketing de las distintas titulaciones de empresa, haciendo que el alumno aplique las TIC en el aprendizaje de esta materia. - Desarrollar y potenciar las habilidades para la resolución de problemas del alumno, su capacidad analítica y reflexiva y el autoaprendizaje. El alumno, aunque dirigido y asesorado por el profesor, desarrolla el planteamiento comercial de una empresa, lo que le exige, un esfuerzo de revisión, trabajo y discusión en grupo, así como de auto evaluación.

Investigador/a principal: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

Número de participantes: 5

Fecha fin de la participación: 30/09/2007

Duración de la participación: 364 días

Experiencia científica y tecnológica

Actividad científica o tecnológica

Participación en proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de Administraciones o entidades públicas y privadas

1 Denominación del proyecto: El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable

Ámbito del proyecto: Autonómica

Investigador/es responsable/es: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

Número de investigadores/as: 8

Entidad/es financiadora/s: Junta de Andalucía. Proyectos de Investigación de Excelencia

Cód. según financiadora: P12-SEJ-1980

Fecha de inicio: 30/01/2014

Duración del proyecto: 1086 días

Cuantía total: 64.745

2 Denominación del proyecto: EL NEUROMARKETING COMO HERRAMIENTA DE COMPRESIÓN DE LOS MECANIMOS COGNITIVOS Y AFECTIVOS QUE RIGEN EL PROCESAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN TENDENTE A CONSEGUIR UN COMPORTAMIENTO DE CONSUMO MEDIOAMBIENTALMENTE RESPONSABLE



Ámbito del proyecto: Autonómica
Investigador/es responsable/es: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
Número de investigadores/as: 13
Entidad/es financiadora/s: CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y CIENCIA
Cód. según financiadora: P12-SEJ-1980
Fecha de inicio: 30/01/2014 **Duración del proyecto:** 1461 días
Cuantía total: 64.745

3 Denominación del proyecto: Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva de Neuromarketing

Ámbito del proyecto: Nacional
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Número de investigadores/as: 8
Cód. según financiadora: ECO2012-39576
Fecha de inicio: 01/01/2013 **Duración del proyecto:** 1094 días
Cuantía total: 29.500

4 Denominación del proyecto: ANALISIS DE LOS MECANISMOS COGNITIVOS Y AFECTIVOS EN EL PROCESAMIENTO DE LA COMUNICACION MEDIOAMBIENTAL DESDE UNA PERSPECTIVA DE NEUROMARKETING

Ámbito del proyecto: Nacional
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: FRANCISCO MUÑOZ LEIVA
Número de investigadores/as: 10
Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN
Cód. según financiadora: ECO2012-39576
Fecha de inicio: 01/01/2013 **Duración del proyecto:** 1094 días
Cuantía total: 29.250

5 Denominación del proyecto: Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible

Ámbito del proyecto: Nacional
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS
Número de investigadores/as: 11
Cód. según financiadora: SEJ-6768
Fecha de inicio: 01/03/2011 **Duración del proyecto:** 1095 días
Cuantía total: 45.000

6 Denominación del proyecto: Estrategias de mejora de la comercialización de los aceites de oliva.

Ámbito del proyecto: Autonómica
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: FRANCISCO JOSE TORRES RUIZ
Número de investigadores/as: 14
Entidad/es financiadora/s: Junta De Andalucía
Cód. según financiadora: 2011/00047
Fecha de inicio: 09/02/2011 **Duración del proyecto:** 1906 días - 23 horas
Cuantía total: 161.994,84



- 7 Denominación del proyecto:** ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS ACEITES DE OLIVA
Ámbito del proyecto: Nacional
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: FRANCISCO JOSE TORRES RUIZ
Número de investigadores/as: 10
Cód. según financiadora: AGR-6132
Fecha de inicio: 08/02/2011 **Duración del proyecto:** 1460 días
Cuantía total: 161.994,84
- 8 Denominación del proyecto:** INDICADORES PSICOFISIOLÓGICOS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO SOSTENIBLE: ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DE MENSAJES RELATIVOS AL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE
Ámbito del proyecto: Autonómica
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS
Número de investigadores/as: 6
Cód. según financiadora: 30.B6.84.1101
Fecha de inicio: 01/01/2010 **Duración del proyecto:** 364 días
Cuantía total: 3.000
- 9 Denominación del proyecto:** SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ADMINISTRACIONES LOCALES
Ámbito del proyecto: Autonómica
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: ANDRES NAVARRO GALERA
Número de investigadores/as: 10
Cód. según financiadora: P09-SEJ-5395
Fecha de inicio: 30/09/2009 **Duración del proyecto:** 1096 días
Cuantía total: 41.535
- 10 Denominación del proyecto:** ANÁLISIS Y ESTUDIO COMPARADO DEL MODELO DE FINANCIACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA EXCELENCIA DEL DEPORTE FEDERADO ESPAÑOL EN EL ENTORNO DE LA UE. PROPUESTA DE MEJORA E INCENTIVOS FISCALES PARA EL ALTO RENDIMIENTO
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: DAVID CABELLO MANRIQUE
Número de investigadores/as: 4
Cód. según financiadora: 17/UPB20/08
Fecha de inicio: 11/07/2008 **Duración del proyecto:** 112 días - 1 hora
Cuantía total: 15.900
- 11 Denominación del proyecto:** EVALUACIÓN DEL USO DE INCENTIVOS EN ENCUESTAS WEB. UNA APLICACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN DEFENSA DEL MEDIOAMBIENTE (PROYECTO INTERNATURA)
Ámbito del proyecto: Autonómica
Investigador/es responsable/es: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
Número de investigadores/as: 4
Cód. según financiadora: 30.PP.0090.00
Fecha de inicio: 01/01/2007 **Duración del proyecto:** 364 días
Cuantía total: 3.000



- 12 Denominación del proyecto:** MODELIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN MERCADOS ELECTRÓNICOS. ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS Y DE NAVEGACIÓN
Ámbito del proyecto: Nacional
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: TEODORO LUQUE MARTINEZ
Número de investigadores/as: 10
Cód. según financiadora: SEC2003-09231
Fecha de inicio: 31/12/2003
Cuantía total: 57.960
- 13 Denominación del proyecto:** INVESTIGACION COMERCIAL SOBRE ALIMENTOS FUNCIONALES: NUEVOS VALORES Y OPTICA RELACIONAL
Ámbito del proyecto: Unión Europea
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: TEODORO LUQUE MARTINEZ
Número de investigadores/as: 14
Cód. según financiadora: 1FD97-0306
Fecha de inicio: 01/01/1998 **Duración del proyecto:** 1096 días
Cuantía total: 137.631,77
- 14 Denominación del proyecto:** ESTUDIO SOBRE EL CONSUMO Y EL COMERCIO MINORISTA EN LA PROVINCIA DE GRANADA
Ámbito del proyecto: Autonómica
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/es responsable/es: TEODORO LUQUE MARTINEZ
Número de investigadores/as: 10
Cód. según financiadora: IEA21/11/95
Fecha de inicio: 01/01/1996 **Duración del proyecto:** 366 días
Cuantía total: 6.010,12

Participación en contratos, convenios o proyectos de I+D+i no competitivos con Administraciones o entidades públicas o privadas

- 1 Denominación del proyecto:** Acciones de Comunicación del Vicerrectorado.
Ámbito del proyecto: Autonómica
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/a responsable: LOLA FERRE
N.º investigadores/as: 4
Cód. según financiadora: O3615
Fecha inicio: 01/01/2015 **Duración del proyecto:** 272 días - 23 horas
Cuantía total: 21.420
- 2 Denominación del proyecto:** Encuesta de valoración del Parque de Ocio Serrallo Plaza
Ámbito del proyecto: Autonómica
Calidad en que ha participado: Investigador/a
N.º investigadores/as: 2
Cód. según financiadora: C-3946-00
Fecha inicio: 18/03/2014 **Duración del proyecto:** 30 días - 23 horas
Cuantía total: 8.800
Resultados más relevantes: Análisis del grado de satisfacción de los vecinos con el Parque Serrallo Plaza



- 3** **Denominación del proyecto:** Evaluación del profesorado y servicios ofertados por el Centro de Lenguas Modernas XI
Ámbito del proyecto: Nacional
Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
N.º investigadores/as: 7
Cód. según financiadora: CLMXI
Fecha inicio: 01/08/2011 **Duración del proyecto:** 365 días
Cuantía total: 19.995
- 4** **Denominación del proyecto:** Estudio del impacto económico y social del desarrollo de un puerto deportivo en la zona costera de Granada
Ámbito del proyecto: Nacional
Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
N.º investigadores/as: 3
Fecha inicio: 05/02/2011 **Duración del proyecto:** 28 días
Cuantía total: 8.500
- 5** **Denominación del proyecto:** Estimación de la demanda de amarres turístico/deportivos en la playa de Motril
Ámbito del proyecto: Nacional
Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
N.º investigadores/as: 3
Fecha inicio: 05/02/2011 **Duración del proyecto:** 28 días
Cuantía total: 8.500
- 6** **Denominación del proyecto:** Evaluación del profesorado y servicios ofertados por el Centro de Lenguas Modernas X
Ámbito del proyecto: Nacional
Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
N.º investigadores/as: 6
Cód. según financiadora: CLM10
Fecha inicio: 01/08/2010 **Duración del proyecto:** 364 días
Cuantía total: 19.995
- 7** **Denominación del proyecto:** ESTUDIO DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA (2007)
Ámbito del proyecto: Autonómica
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/a responsable: TEODORO LUQUE MARTINEZ
N.º investigadores/as: 4
Cód. según financiadora: 192-2007
Fecha inicio: 01/01/2010 **Duración del proyecto:** 514 días - 23 horas
Cuantía total: 25.000
- 8** **Denominación del proyecto:** ESTUDIO DE OPINIÓN DE LOS HORECAS SOBRE LAS MERMELADAS PULEVA
Ámbito del proyecto: Autonómica
Calidad en que ha participado: Investigador/a
Investigador/a responsable: JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS
N.º investigadores/as: 3
Cód. según financiadora: C-3342-00



Fecha inicio: 02/11/2009
Cuantía total: 6.200

Duración del proyecto: 59 días

9 Denominación del proyecto: Evaluación del profesorado y servicios ofertados por el Centro de Lenguas Modernas IX

Ámbito del proyecto: Nacional

Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 6

Cód. según financiadora: CLM09

Fecha inicio: 01/08/2009

Duración del proyecto: 364 días

Cuantía total: 19.995

10 Denominación del proyecto: REDISEÑO DE ENVASES DE LECHE CLÁSICAS PULEVA

Ámbito del proyecto: Nacional

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA

N.º investigadores/as: 4

Cód. según financiadora: C-3276-00

Fecha inicio: 25/05/2009

Duración del proyecto: 128 días

Cuantía total: 8.000

Resultados más relevantes: Experimento para determinar el mejor envase para las leches clásicas de Puleva, comparando varios alternativos. El mejor valorado fue escogido para estos productos (leche entera, semidesnada y desnatada). Evaluación de los rasgos del packaging entre diferentes grupos de consumidores actuales y potenciales.

11 Denominación del proyecto: EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y SERVICIOS OFERTADOS POR EL CENTRO DE LENGUAS MODERNAS VIII

Ámbito del proyecto: Nacional

Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 2

Cód. según financiadora: CLM8

Fecha inicio: 01/08/2008

Duración del proyecto: 364 días

Cuantía total: 19.900

12 Denominación del proyecto: PERFECCIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS COMERCIALES OFRECIDOS POR AXESOR A TRAVÉS DE INTERNET

Ámbito del proyecto: Autonómica

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS

N.º investigadores/as: 5

Cód. según financiadora: 3107

Fecha inicio: 01/07/2008

Duración del proyecto: 242 días - 1 hora

Cuantía total: 16.100

Resultados más relevantes: EL PRESENTE CONTRATO DE INVESTIGACIÓN PRETENDE DAR RESPUESTA AL INTERÉS DE AXESOR POR:, 1. MEJORAR EL CONOCIMIENTO DE LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE SUS CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES., 2. ENTENDER LA FORMA EN LA QUE DICHAS NECESIDADES QUEDAN SATISF

13 Denominación del proyecto: ESTUDIO DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA (2006)

Ámbito del proyecto: Autonómica

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: TEODORO LUQUE MARTINEZ



N.º investigadores/as: 4

Cód. según financiadora: 192-2006

Fecha inicio: 01/06/2008

Cuantía total: 30.000

Duración del proyecto: 578 días - 1 hora

14 Denominación del proyecto: EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y SERVICIOS OFERTADOS POR EL CENTRO DE LENGUAS MODERNAS VII

Ámbito del proyecto: Nacional

Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 2

Cód. según financiadora: CLM2008

Fecha inicio: 01/08/2007

Cuantía total: 19.975

Duración del proyecto: 365 días

15 Denominación del proyecto: ESTUDIO DE SEGUIMIENTO DE LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA 2003-2004 Y 2004-2005

Ámbito del proyecto: Autonómica

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: Salvador Del Barrio García; TEODORO LUQUE MARTINEZ

N.º investigadores/as: 4

Cód. según financiadora: 1234

Fecha inicio: 01/06/2007

Cuantía total: 30.000

Duración del proyecto: 344 días

16 Denominación del proyecto: ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS DENTALES EN ROMA Y ÁREA METROPOLITANA

Ámbito del proyecto: Internacional no UE

Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 4

Cód. según financiadora: DENTAL01

Fecha inicio: 15/05/2007

Cuantía total: 10.500

Duración del proyecto: 76 días

17 Denominación del proyecto: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE EMPRESAS Y SERVICIOS DEL CENTRO COMERCIAL SERRALLO PLAZA

Ámbito del proyecto: Autonómica

Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; ANDRES NAVARRO GALERA

N.º investigadores/as: 4

Cód. según financiadora: SERRALLO2

Fecha inicio: 15/02/2007

Cuantía total: 16.000

Duración del proyecto: 58 días - 23 horas

18 Denominación del proyecto: INVESTIGACIÓN SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO EN CLIENTES Y NO CLIENTES DE CAJA RURAL

Ámbito del proyecto: Autonómica

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: TEODORO LUQUE MARTINEZ

N.º investigadores/as: 4

Cód. según financiadora: 2805

Fecha inicio: 01/12/2006

Cuantía total: 15.200

Duración del proyecto: 81 días



- 19 Denominación del proyecto:** ESTUDIO DE IMPACTO COMERCIAL PARA LA APERTURA DEL CENTRO COMERCIAL SERRALLO PLAZA
Ámbito del proyecto: Autonómica
Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; ANDRES NAVARRO GALERA
N.º investigadores/as: 4
Cód. según financiadora: SERALLO01
Fecha inicio: 01/12/2006 **Duración del proyecto:** 61 días
Cuantía total: 12.500
- 20 Denominación del proyecto:** EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y SERVICIOS OFERTADOS POR EL CENTRO DE LENGUAS MODERNAS VI
Ámbito del proyecto: Nacional
Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
N.º investigadores/as: 2
Cód. según financiadora: CLM2007
Fecha inicio: 01/08/2006 **Duración del proyecto:** 364 días
Cuantía total: 19.975
- 21 Denominación del proyecto:** DEMANDA DE URBANIZACIÓN PRÓXIMA AL CENTRO CON EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS DE CALIDAD
Ámbito del proyecto: Autonómica
Investigador/a responsable: ANDRES NAVARRO GALERA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
N.º investigadores/as: 2
Cód. según financiadora: PTE
Fecha inicio: 20/01/2006 **Duración del proyecto:** 99 días - 23 horas
Cuantía total: 24.800
- 22 Denominación del proyecto:** INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE VIVIENDAS DE LA ZONA UBICADA EN EL P43-2
Ámbito del proyecto: Autonómica
Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; ANDRES NAVARRO GALERA
N.º investigadores/as: 3
Cód. según financiadora: COMAREX01
Fecha inicio: 27/12/2005 **Duración del proyecto:** 123 días - 23 horas
Cuantía total: 24.800
Resultados más relevantes: Investigación y Análisis de la Demanda de Viviendas de la Zona Ubicada en P43-2
- 23 Denominación del proyecto:** EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y SERVICIOS OFERTADOS POR EL CENTRO DE LENGUAS MODERNAS V
Ámbito del proyecto: Autonómica
Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
N.º investigadores/as: 2
Cód. según financiadora: CLM5
Fecha inicio: 30/08/2005 **Duración del proyecto:** 365 días
Cuantía total: 19.975
- 24 Denominación del proyecto:** Investigación y análisis de la evolución de los hogares monoparentales y sus necesidades específicas de vivienda
Ámbito del proyecto: Autonómica



Investigador/a responsable: ANDRES NAVARRO GALERA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 7

Cód. según financiadora: 2500

Fecha inicio: 20/05/2005

Duración del proyecto: 303 días - 1 hora

Cuantía total: 40.000

25 Denominación del proyecto: EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y SERVICIOS OFERTADOS POR EL CENTRO DE LENGUAS MODERNAS IV

Ámbito del proyecto: Autonómica

Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 2

Cód. según financiadora: 2047

Fecha inicio: 01/08/2004

Duración del proyecto: 364 días

Cuantía total: 18.000

26 Denominación del proyecto: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE VIVIENDAS DE PROTECCIÓN OFICIAL EN GRANADA Y SU ÁREA METROPOLITANA

Ámbito del proyecto: Autonómica

Investigador/a responsable: ANDRES NAVARRO GALERA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 2

Cód. según financiadora: 2400

Fecha inicio: 01/03/2004

Duración del proyecto: 365 días

Cuantía total: 10.000

27 Denominación del proyecto: EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y SERVICIOS OFERTADOS POR EL CENTRO DE LENGUAS MODERNAS III

Ámbito del proyecto: Autonómica

Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 2

Cód. según financiadora: F2047B

Fecha inicio: 01/08/2003

Duración del proyecto: 365 días

Cuantía total: 18.600

28 Denominación del proyecto: EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y SERVICIOS OFERTADOS POR EL CENTRO DE LENGUAS MODERNAS II

Ámbito del proyecto: Autonómica

Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 2

Cód. según financiadora: F2047A

Fecha inicio: 01/10/2002

Duración del proyecto: 303 días

Cuantía total: 18.000

29 Denominación del proyecto: EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y SERVICIOS OFERTADOS POR EL CENTRO DE LENGUAS MODERNAS

Ámbito del proyecto: Nacional

Investigador/a responsable: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

N.º investigadores/as: 2

Cód. según financiadora: F2047

Fecha inicio: 01/04/2002

Duración del proyecto: 121 días

Cuantía total: 11.000



30 Denominación del proyecto: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL COMERCIO INTERIOR DE ANDALUCÍA Y PROGRAMAS Y MEDIDAS DE MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO INTERIOR EN ANDALUCÍA

Ámbito del proyecto: Nacional

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: ENRIQUE MARTIN ARMARIO

N.º investigadores/as: 24

Cód. según financiadora: SI-079/01

Fecha inicio: 30/07/2001

Duración del proyecto: 62 días

Cuantía total: 104.576,11

31 Denominación del proyecto: DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DEL COMERCIO INTERIOR EN ANDALUCIA

Ámbito del proyecto: Nacional

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: ENRIQUE MARTIN ARMARIO

N.º investigadores/as: 7

Cód. según financiadora: GRUPO AD-HOC

Fecha inicio: 01/06/2001

Duración del proyecto: 182 días - 1 hora

Cuantía total: 144.242,91

32 Denominación del proyecto: ESTUDIO SOBRE EL CANAL DE DISTRIBUCION DE PULEVA

Ámbito del proyecto: Nacional

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: TEODORO LUQUE MARTINEZ

N.º investigadores/as: 11

Cód. según financiadora: -

Fecha inicio: 01/07/1997

Duración del proyecto: 580 días - 1 hora

Cuantía total: 33.961,47

Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

1 Luis-Alberto Casado-Aranda; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS. A Neuropsychological Study on How Consumers Process Risk and Secure E-Payments. Journal of Interactive Marketing. 2018.

Tipo de producción: Artículo

Índice de impacto: 3.864

Agencia de impacto: ISI

2 FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment. Service Business. 12 - 1, pp. 25 - 64. 2018.

Tipo de producción: Artículo

Índice de impacto: 2.110

Agencia de impacto: ISI

- 3** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Understanding factors that affect merchants' generic attitudes to the offering of mobile payment services: An empirical research in Spain. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. In press - In press, pp. 1 - 21. 2018.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0.774 **Agencia de impacto:** ISI
- 4** ISABEL ROMÁN MARTÍNEZ; MARÍA ELENA GÓMEZ MIRANDA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. University research and the creation of spin-offs: The Spanish case. European Journal of Education. 52 - 3, pp. 387 - 398. 2017.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0.918 **Agencia de impacto:** ISI
- 5** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the electronic environment. Service Business. pp. 1 - 40. 2017.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 2.110 **Agencia de impacto:** ISI
- 6** RAMÓN ALBERTO CARRASCO GONZALÉZ; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; Blasco, Maria Francisca; ENRIQUE HERRERA VIEDMA. Evaluation of the hotels e-services quality under the user's experience. Soft Computing. 21 - 4, pp. 995 - 1011. 2017. Disponible en Internet en: <<https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs00500-015-1832-0#Acknowledgments>>.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 2.367 **Agencia de impacto:** ISI
- 7** Luis-Alberto Casado-Aranda; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS. Neural Correlates of Voice Gender and Message Framing in Advertising: An fMRI Study. Journal of Neuroscience, Psychology and Economics. 2017.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0.824 **Agencia de impacto:** ISI
- 8** Luis-Alberto Casado-Aranda; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Neural Effects of Environmental Advertising: an fMRI Analysis of Voice Age and Temporal Framing. Journal of Environmental Management. 206 - 15, pp. 664 - 675. 2017.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 4.005 **Agencia de impacto:** ISI
- 9** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Examining Merchants' Refusal to Adopt Mobile Payment Systems in Spain. Smartphones from an Applied Research Perspective. pp. 113 - 136. 2017.
Tipo de producción: Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 10** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS. The moderating effect of user experience on satisfaction with electronic banking: empirical evidence from the Spanish case. Information Systems and e-Business Management. 14 - 1, pp. 141 - 165. 2016.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 1.723 **Agencia de impacto:** ISI



- 11** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; Luis Doña Toledo. Estudio de Opinión de los Titulados de la Universidad de Granada. La inserción laboral en el Campus de Excelencia Internacional BioTic. Año 2012. Universidad de Granada, 2016. ISBN 978-84-338-5892-4
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 12** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; Luis Doña Toledo. Estudio de Opinión de los Egresados de Máster de la Universidad de Granada. La inserción laboral en el Campus de Excelencia Internacional BioTic. Año 2012. Editorial Universidad de Granada., 2016. ISBN 978-84-338-5919-8.
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 13** MYRIAM MARTINEZ FIESTAS; MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS. A Psychophysiological Approach For Measuring Response to Messaging: How Consumers Emotionally Process Green Advertising. Journal of Advertising Research. 55 - 2, pp. 192 - 205. 2015.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0,825 **Agencia de impacto:** ISI
- 14** Hernandez-mendez, Janet; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. The influence of e-word-of-mouth on travel decision-making: consumer pro. Current Issues in Tourism. 18 - 11, pp. 1001 - 1021. 2015.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 1,733 **Agencia de impacto:** ISI
- 15** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; Muñoz-Leiva, Francisco; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Behavioural model of younger users in m-payment systems. Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce. 25 - 2, pp. 169 - 190. 2015.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0,944 **Agencia de impacto:** ISI
- 16** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS. Neuroscience Meets Environmentalism: How Consumers Emotionally Process Green Advertising. A Psychophysiological Approach for Measuring Response to Messaging. Journal of Advertising Research. 55 - 2, pp. 192 - 205. 2015. Disponible en Internet en: <<http://www.journalofadvertisingresearch.com/content/55/2/192>>.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0,825 **Agencia de impacto:** ISI
- 17** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Payment Systems in New Electronic Environments: Consumer Behavior in Payment Systems via SMS. International Journal of Information Technology and Decision Making. 14 - 2, pp. 421 - 449. 2015.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 1,183 **Agencia de impacto:** ISI
- 18** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; Luis Doña Toledo. Estudio de egresados de la Universidad de Granada. La inserción laboral en el Campus de Excelencia Internacional BioTic (2011). Universidad de Granada, 2015. ISBN 978-84-338-5741-5
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo

- 19** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; Luis Doña Toledo. Estudio de egresados de Másteres de la Universidad de Granada. La inserción laboral en el Campus de Excelencia BioTic (2011). Universidad de Granada, 2015. Disponible en Internet en: <<http://marketing.ugr.es/master/docs/informe14.pdf>>. ISBN 978 - 84 - 338 - 5796 - 5
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 20** RAMÓN ALBERTO CARRASCO GONZALÉZ; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Muñoz-Leiva, Francisco; ENRIQUE HERRERA VIEDMA; Blasco, Maria Francisca. Evaluation of the hotels e-services quality under the user's experience. Soft Computing. online, pp. 1 - 17. 2015.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 1,63 **Agencia de impacto:** ISI
- 21** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. La influencia de la edad en la adopción de nuevos sistemas de pago móvil. Revista Brasileira de Gestao de Negocios. 17 - 58, pp. 1390 - 1407. 2015.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0,047 **Agencia de impacto:** ISI
- 22** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Influence of age in the adoption of new mobile payment systems. Revista Brasileira de Gestao de Negocios. 17 - 58, pp. 1390 - 1407. 2015.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0,047 **Agencia de impacto:** ISI
- 23** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. A Psychophysiological Approach for Measuring Response to Messaging How Consumers Emotionally Process Green Advertising. Journal of Environmental Management. 55 - 2, pp. 192 - 205. 2015.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 3,131 **Agencia de impacto:** ISI
- 24** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; MYRIAM MARTINEZ FIESTAS. Electronic Payment Systems for Competitive Advantage in Ecommerce. Igi Global, 2014. ISBN 1466651903
Tipo de producción: Libro
- 25** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN). International Journal of Information Management. 34 - 2, pp. 151 - 166. 2014. Disponible en Internet en: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401213001631>>.
Tipo de producción: Artículo
- 26** JOSÉ LUIS ZAFRA GÓMEZ; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; ANA MARÍA PLATA DÍAZ; GEMMA PÉREZ LÓPEZ. What elements of financial stress affect contracting out and intermunicipal cooperation in the provision of local public services? The impact of the great recession. European Accounting and Management Review. 1 - 1, pp. 143 - 169. 2014. Disponible en Internet en: <<http://ssrn.com/abstract=2532500>>.
Tipo de producción: Artículo
- 27** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. Antecedents of the adoption of new mobile payment systems. The moderating effect of age. Computers in Human Behavior. 35 - jun, pp. 464 - 478. 2014.
Tipo de producción: Artículo

**Índice de impacto:** 2.694**Agencia de impacto:** ISI

- 28** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. Role of gender on acceptance of mobile payment. Industrial Management & Data Systems. 114 - 2, pp. 220 - 240. 2014.

Tipo de producción: Artículo**Índice de impacto:** 1.226**Agencia de impacto:** ISI

- 29** FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; TEODORO LUQUE MARTINEZ. Las estructuras basadas en la institución como determinantes de la confianza hacia la banca electrónica. Revista de Estudios Empresariales. Segunda Epoca. 2, pp. 113 - 141. 2014.

Tipo de producción: Artículo

- 30** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; Luis Doña Toledo. Estudio de egresados de Másteres de la Universidad de Granada. La inserción laboral en el Campus de Excelencia Internacional (2010). Universidad de Granada, 2014. ISBN 978-84-338-5679-1.

Tipo de producción: Libro**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de libro completo

- 31** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA. Estudio de egresados de Másteres de la Universidad de Granada. La inserción laboral en el Campus de Excelencia Internacional (2010). Universidad de Granada, 2014. Disponible en Internet en: <<http://marketing.ugr.es/master/docs/informe13.pdf>>. ISBN 978-84-338-5679-1

Tipo de producción: Libro**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de libro completo

- 32** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; Luis Doña Toledo. Estudio de egresados de la Universidad de Granada. La inserción laboral en el Campus de Excelencia Internacional BioTic (2010). Editorial Universidad de Granada, 2014. ISBN 978-84-338-5639-5.

Tipo de producción: Libro**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de libro completo

- 33** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Comparative study among new payment systems and new future trends in mobile payments. New perspectives of payment systems: NFC mobile payment. ELECTRONIC PAYMENT SYSTEMS FOR COMPETITIVE ADVANTAGE IN ECOMMERCE. pp. 223 - 259. 2014.

Tipo de producción: Capítulos de libros**Tipo de soporte:** Libro**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 34** ANDRES NAVARRO GALERA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE MARIA GONZALEZ GONZALEZ; FRANCISCO JOSE DIAZ BRETONES. The Repercussions of marriage breakdowns on housing preferences: An empirical research in Spain. Journal of Comparative Family Studies. 44 - 1, pp. 17 - 40. 2013.

Tipo de producción: Artículo**Índice de impacto:** 0.245**Agencia de impacto:** ISI

- 35** FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; MYRIAM MARTINEZ FIESTAS. Detecting salient themes in financial marketing research from 1961 to 2010. The Service Industries Journal. 33 - 9-10, pp. 925 - 940. 2013.

Tipo de producción: Artículo**Índice de impacto:** 0,343**Agencia de impacto:** SCOPUS

- 36** FRANCISCO REJÓN GUARDIA; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. The acceptance of microblogging in the learning process - The μ bam Model. Journal of Technology and Science Education. 3 - 1, pp. 31 - 47. 2013. Disponible en Internet en: <<http://www.jotse.org/index.php/jotse/article/view/65/86>>.
Tipo de producción: Artículo
- 37** CÉLINE SOLNAIS; JAVIER ANDRÉU PÉREZ; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JAIME JOSE ANDREU ABELA. The contribution of neuroscience to consumer research: A conceptual framework and empirical review. Journal of Economic Psychology. 36, pp. 68 - 81. 2013. Disponible en Internet en: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167487013000433>>.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 1.206 **Agencia de impacto:** ISI
- 38** Hernández-méndez, Janet; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. The influence of e-word-of-mouth on travel decision-making: Consumer profile. Current Issues in Tourism. 2013 - online, pp. 1 - 21. 2013. Disponible en Internet en: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2013.802764#.VJig3sAKA>>.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0.958 **Agencia de impacto:** ISI
- 39** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. La integración de los sistemas de pago en Europa al ampara de la SEPA. El caso del pago móvil. Papeles de Economía Española. 137, pp. 164 - 175. 2013.
Tipo de producción: Artículo
- 40** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Situación actual y perspectivas de futuro de los sistemas de pago B2C en España: Del pago tradicional al pago móvil. Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía. 875, pp. 167 - 180. 2013.
Tipo de producción: Artículo
- 41** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. The impact of risk on the technological acceptance of mobile payment services. 1, pp. 309 - 328. 2013.
Tipo de producción: Artículo
- 42** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; Luis Doña Toledo. Estudio de egresados de la Universidad de Granada. La inserción laboral en el Campus de Excelencia Internacional BioTic (2009). Universidad de Granada, 2013. Disponible en Internet en: <<http://http://marketing.ugr.es/encuesta/docs/informe12.pdf>>. ISBN 978-84-338-5511-4
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 43** ISABEL ROMÁN MARTÍNEZ; MARÍA ELENA GÓMEZ MIRANDA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Juan Carlos Garrido Rodríguez. Las spin-off académicas españolas y su relación con el potencial investigador de la Universidad de origen. Actas de XVII congreso AECA (obra digital). pp. 1 - 23. 2013.
Tipo de producción: Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 44** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS. Improving retention rate and response quality in Web-based surveys. Computers in Human Behavior. 28 - 2, pp. 507 - 514. 2012. Disponible en Internet en: <<http://http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563211002408>>.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 2,1 **Agencia de impacto:** ISI



- 45** FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. An application of co-word analysis and bibliometric maps for detecting the most highlighting themes in the consumer behaviour research from a longitudinal perspective. *Quality and Quantity: international journal of methodology*. 46 - 4, pp. 1077 - 1095. 2012. Disponible en Internet en: <<http://www.springerlink.com/content/d0773727k4356165/>>.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0,7 **Agencia de impacto:** ISI
- 46** FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; ANTONIO GABRIEL LÓPEZ HERRERA. Applying an Automatic Approach for Showing up the Hidden Themes in Financial Marketing Research (1961¿2010). *Expert Systems With Applications*. 39, pp. 11055 - 11065. 2012. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2012.03.017>>.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 1,9 **Agencia de impacto:** ISI
- 47** FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; Hernandez-mendez, Janet; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Generalising user behavior in online travel sites through the Travel 2.0 website acceptance model. *Online Information Review*. 36 - 6, pp. 879 - 902. 2012.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0,9 **Agencia de impacto:** ISI
- 48** RAMÓN ALBERTO CARRASCO GONZALÉZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Liébana-cabanillas, Francisco José. A model for the integration of e-financial services questionnaires with SERVQUAL scales under fuzzy linguistic modeling. *Expert Systems With Applications*. 39, pp. 11535 - 11547. 2012.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 1,9 **Agencia de impacto:** ISI
- 49** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. Factores explicativos de la intención de uso del pago en Internet a través del teléfono móvil. *ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA MULTICANAL: TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES PARA QUE FABRICANTES Y DISTRIBUIDOR RENTABILICEN SUS DECISIONES DE MARKETING*. pp. 427 - 446. 2012.
Tipo de producción: Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 50** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA. ESTUDIO DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA. 2007. (España): EDITORIAL UNIVERSIDAD DE GRANADA, 2011. Disponible en Internet en: <<http://marketing.ugr.es/encuesta/docs/informe10.pdf>>. ISBN 978-84-338-5213-7
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 51** JOSE MARIA GONZALEZ GONZALEZ; FRANCISCO JOSE DIAZ BRETONES; ANDRES NAVARRO GALERA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Housing, lone parenthood and gender: a qualitative approach in southern europe. *Housing Studies*. 26 - 1, pp. 17 - 40. 2011. Disponible en Internet en: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02673037.2010.512784>>.
Tipo de producción: Artículo
Índice de impacto: 0.663 **Agencia de impacto:** ISI
- 52** FRANCISCO REJÓN GUARDIA; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. BUSINESS SOCIAL NETWORKING: ORGANIZATIONAL, MANAGERIAL, AND TECHNOLOGICAL DIMENSIONS. *BUSINESS SOCIAL NETWORKING: ORGANIZATIONAL, MANAGERIAL, AND TECHNOLOGICAL DIMENSIONS*. pp. 140 - 230. 2011. Disponible en Internet en: <<http://mcruz Cunha.com/bsn/index.html>>.
Tipo de producción: Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro

En calidad de: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 53** FRANCISCO REJÓN GUARDIA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. Motivational Factors that influence the Acceptance of Microblogging Social Networks: The μ BAM Model. FEG WORKING PAPERS SERIES. 6 - 11, pp. 1 - 17. 2011. Disponible en Internet en: <<http://fccee.ugr.es/?q=node/4>>.

Tipo de producción: Artículo

- 54** Salvador Del Barrio García; TEODORO LUQUE MARTINEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. ESTUDIO DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA. AÑO 2006. (España): EDITORIAL UNIVERSIDAD DE GRANADA, 2010. Disponible en Internet en: <<http://marketing.ugr.es/encuesta/docs/informe09.pdf>>. ISBN 978-84-338-5106-2

Tipo de producción: Libro

En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo

- 55** FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; TEODORO LUQUE MARTINEZ; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. HOW TO IMPROVE TRUST TOWARD ELECTRONIC BANKING". Online Information Review. 34 - 6, pp. 907 - 934. 2010. Disponible en Internet en: <<http://www.emeraldinsight.com/10.1108/14684521011099405>>.

Tipo de producción: Artículo

Índice de impacto: 0.991

Agencia de impacto: ISI

- 56** FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA. IMPROVING THE RESPONSE RATE AND QUALITY IN WEB-BASED SURVEYS THROUGH THE PERSONALIZATION AND FREQUENCY OF REMINDER MAILINGS. Quality and Quantity: international journal of methodology. 44 - 5, pp. 1037 - 1052. 2010. Disponible en Internet en: <<http://www.springerlink.com/content/3r5h867076046q7x/>>.

Tipo de producción: Artículo

Índice de impacto: 0.688

Agencia de impacto: ISI

- 57** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA. AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRE-INCENTIVES AND POST-INCENTIVES BASED ON DRAWS ON RESPONSE TO WEB SURVEYS. Quality and Quantity: international journal of methodology. 44 - 2, pp. 357 - 373. 2010. Disponible en Internet en: <<http://www.springerlink.com/content/a62v71m7263v1442/fulltext.pdf>>.

Tipo de producción: Artículo

Índice de impacto: 0.688

Agencia de impacto: ISI

- 58** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS. ¿CÓMO MEJORAR LA TASA DE RESPUESTA EN ENCUESTAS ON LINE?. Revista de Estudios Empresariales. Segunda Epoca. 1, pp. 45 - 62. 2009. Disponible en Internet en: <http://virtual.ujaen.es/revestemp/files_revestemp/2009-1-m-01.pdf>.

Tipo de producción: Artículo

- 59** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. PULUEVA OMEGA 3. INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN. CASOS DE MARKETING ESTRATÉGICO EN LAS ORGANIZACIONES. pp. 149 - 162. 2009.

Tipo de producción: Capítulos de libros

Tipo de soporte: Libro

En calidad de: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 60** JOSE ALBERTO CASTAÑEDA GARCIA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. GRUPO LO MONACO. ESPECIALISTAS EN DESCANSO. CASOS DE MARKETING ESTRATÉGICO EN LAS ORGANIZACIONES. pp. 163 - 178. 2009.

Tipo de producción: Capítulos de libros

Tipo de soporte: Libro

En calidad de: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro



- 61** TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA. ESTUDIO DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA (AÑOS 2004 Y 2005). (España): UNIVERSIDAD DE GRANADA, 2008. ISBN 978-84-338-4838-3
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 62** JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DEL MENSAJE PUBLICITARIO EN LA PROMOCIÓN DE COMPORTAMIENTOS DE CONSUMO SOSTENIBLES. Cálamo (Madrid). 82, pp. 9 - 17. 2007.
Tipo de producción: Artículo
- 63** JOSE ALBERTO CASTAÑEDA GARCIA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. GRUPO LO MONACO. ELIMINACIÓN DE PRODUCTOS. ESTRATEGIAS DE MÁRKETING: DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA. pp. 215 - 229. 2006.
Tipo de producción: Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 64** Salvador Del Barrio García; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ MOLINA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Hurtado-,Nuria E.; Jiménez-,Ana Isabel; Maraver-,Guillermo; Pedraja-,Marta; Rubio-,Enrique. MARKETING INTERNACIONAL. UOC, 2005. ISBN 84-9707-600-1
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 65** MARIA PILAR IBARRONDO DAVILA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. TENDENCIAS ESTRATÉGICAS DE LAS CAJAS DE AHORRO Y DE LAS CAJAS RURALES ESPAÑOLAS. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. 11 - 1, pp. 17 - 36. 2005.
Tipo de producción: Artículo
- 66** JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; Salvador Del Barrio García; Jiménez-Zarco,Ana Isabel; GUILLERMO MARAVER TARIFA; Pedraja-Iglesias,Marta; MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ MOLINA; ENRIQUE ANTONIO RUBIO LOPEZ; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. MÀRQUETING INTERNACIONAL. UOC, 2004. ISBN 84-9788-085-4
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 67** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. LA SEGMENTACIÓ I EL POSICIONAMENT TRANSNACIONAL. MÀRQUETING INTERNACIONAL. pp. 1 - 52. 2004.
Tipo de producción: Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 68** SIMON VERA RIOS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. LA ESTIMACIÓN DE LOS COSTES INTANGIBLES DE LA CALIDAD SOBRE LA BASE DE LA VARIABILIDAD DEL PROCESO. ESIC Market. 112, pp. 175 - 189. 2002.
Tipo de producción: Artículo
- 69** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. PERCEPCIONES DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES RESPECTO A LOS EFECTOS DEL USO DEL EDI EN EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. 11 - 2, pp. 77 - 94. 2002.
Tipo de producción: Artículo
- 70** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES : EL EDI EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN. 2001. ISBN 84-368-1578-5
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo



- 71** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. LA ADOPCIÓN DEL EDI: EXPECTATIVAS DE FUTURO Y PAPEL DE INTERNET. APLICACIÓN A LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA. Economía Industrial. 339, pp. 137 - 151. 2001.
Tipo de producción: Artículo
- 72** TEODORO LUQUE MARTINEZ; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. A LUCHA POR LA RESPUESTA. UN ANÁLISIS EMPÍRICO. Investigación y Marketing. 70, pp. 31 - 37. 2001.
Tipo de producción: Artículo
- 73** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. EL INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL: ¿ALGO MÁS QUE AHORROS OPERATIVOS?. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. 7 - 1, pp. 99 - 116. 2001.
Tipo de producción: Artículo
- 74** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; TEODORO LUQUE MARTINEZ. EVOLUCIÓN DEL USO DEL EDI EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA. Distribucion y Consumo. 11 - 56, pp. 5 - 21. 2001.
Tipo de producción: Artículo
- 75** DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; TEODORO LUQUE MARTINEZ; MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ MOLINA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; GONZALO SANCHEZ VIZCAINO. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. 2000.
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 76** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. VENTA DIRECTA. UNA ALTERNATIVA PARA LA EMPRESA FABRICANTE. ESIC Market. 106, pp. 179 - 192. 2000.
Tipo de producción: Artículo
- 77** TEODORO LUQUE MARTINEZ; GUILLERMO MARAVER TARIFA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. ANDALUCÍA. EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y ESTRUCTURA DE LA OFERTA. COMPOSICIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA. Distribucion y Consumo. 10 - 53, pp. 89 - 116. 2000.
Tipo de producción: Artículo
- 78** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; TEODORO LUQUE MARTINEZ. EL ANÁLISIS DISCRIMINANTE. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. pp. 383 - 430. 2000.
Tipo de producción: Capítulos de libros
Tipo de soporte: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 79** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Venta a distancia. Una alternativa para la empresa fabricante. ESIC Market. 106, pp. 179 - 192. 2000.
Tipo de producción: Artículo
- 80** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. OPINIONES SOBRE LA VENTA A DISTANCIA. UN ANÁLISIS EMPÍRICO. Investigación y Marketing. 62, pp. 27 - 34. 1999.
Tipo de producción: Artículo
- 81** Salvador Del Barrio García; PALOMA MARIA CAÑADAS SORIANO; DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA; FRANCISCA FUENTES MORENO; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; TEODORO LUQUE MARTINEZ; MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ MOLINA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; GONZALO SANCHEZ VIZCAINO; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS. COMERCIO MINORISTA Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR GRANADINO. CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACION DE GRANADA, 1998. ISBN 84-89685-20-7
Tipo de producción: Libro
En calidad de: Autor/a o coautor/a de libro completo

- 82** TEODORO LUQUE MARTINEZ; DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. PERO ¿QUE PIENSAN LOS CONSUMIDORES DE MEDICAMENTOS DE LOS ULTIMOS CAMBIOS?. Investigacion y Marketing. 60, pp. 44 - 51. 1998.
Tipo de producción: Artículo
- 83** JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Salvador Del Barrio García; FRANCISCA FUENTES MORENO. LOS ATRIBUTOS CALIDAD Y MARCA-DENOMINACION DE ORIGEN EN EL PROCESO DE DECISION DEL CONSUMIDOR GRANADINO. Estudios sobre Consumo. 43, pp. 27 - 45. 1997.
Tipo de producción: Artículo
- 84** FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Situación actual y perspectivas de futuro de los sistemas de pago B2C en España: del pago tradicional al pago móvil. Información Comercial Española (ICE), Revista de Economía.
Tipo de producción: Artículo
- 85** FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. The impact of risk on the technological acceptance of mobile payment services. Global Business Perspectives. 1, pp. 1 - 20.
Tipo de producción: Artículo
- 86** TEODORO LUQUE MARTINEZ; GUILLERMO MARAVER TARIFA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Geografía Comercial de España. Andalucía. Evaluación de las formas y estructura de la oferta. Composición y Comportamiento de la demanda. Distribucion y Consumo. 53, pp. 89 - 119.
Tipo de producción: Artículo
- 87** FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-Payment AcceptanceModel in Virtual Social Networks (MPAM-VSN). International Journal of Information Management. 34 - 2, pp. 151 - 166.
Tipo de producción: Artículo

Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título:** Exploring the Neural Correlates of E-assurance and Multi-faced Risk in E-commerce
Nombre del congreso: XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2017
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Otros
Ciudad de realización: Sevilla, España,
Fecha de realización: 06/09/2017
Luis-Alberto Casado-Aranda; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.
- 2** **Título:** Análisis de sistemas de pago. Análisis intra e interplataformas
Nombre del congreso: XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2017
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Otros
Ciudad de realización: Sevilla, España,
Fecha de realización: 06/09/2017
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.
- 3** **Título:** Neural Correlates of Online Payment Systems: An fMRI Study
Nombre del congreso: 2017 NeuroPsychoEconomics Conference
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Otros
Ciudad de realización: AMBERES,



Fecha de realización: 08/06/2017

Luis-Alberto Casado-Aranda; FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.

- 4** **Título:** Neural Correlates of Combination of Voice Gender and Gender-Imaged Products: An fMRI Study
Nombre del congreso: XVII Jornadas Hispanolusas
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Otros
Ciudad de realización: Benidorm,
Fecha de realización: 01/02/2017
Luis-Alberto Casado-Aranda; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Van Der Laan, Nynke.
- 5** **Título:** The Influence of Voice Gender on the Effectiveness of Ecological Advertising from the Perspective of Consumer Neuroscience
Nombre del congreso: International Marketing Trends Conference 2017
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: Madrid,
Fecha de realización: 26/01/2017
Luis-Alberto Casado-Aranda; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS.
- 6** **Título:** Análisis de los sistemas de pagos móviles desde la perspectiva de los comerciantes
Nombre del congreso: XXVIII Congreso Nacional de Marketing
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional
Ciudad de realización: León,
Fecha de realización: 07/09/2016
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Kalinic-, Zoran.
- 7** **Título:** Segmentación de clientes potenciales de sistemas de pago SMS, NFC y QR
Nombre del congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: Pamplona (España),
Fecha de realización: 09/09/2015
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; Ramos -de Luna, Iviane; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA.
- 8** **Título:** Neuromarketing: The future of market research or a passing trend?
Nombre del congreso: International Marketing Trends Conference
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: ESCP Europe, París, Francia,
Fecha de realización: 23/01/2015
CÉLINE SOLNAIS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA. "Neuromarketing: The future of market research or a passing trend?".En: Proceedings of the International Marketing Trends Conference. 23/01/2015.
- 9** **Título:** Análisis comparativo de la adopción de sistemas de pago móvil SMS, NFC y QR
Nombre del congreso: XXVI Congreso Nacional de Marketing
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: ELCHE (ALICANTE),
Fecha de realización: 17/09/2014
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; Ramos -de Luna, Iviane; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA.



- 10** **Título:** Modeling of the acceptance of mobile payment systems in virtual social networks
Nombre del congreso: European Marketing Academy
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: , - Valencia, España,
Fecha de realización: 03/06/2014
FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.
- 11** **Título:** A comparative analysis of the adoption of SMS, NFC and QR-based mobile payment systems
Nombre del congreso: European Marketing Academy
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: , - Valencia, España,
Fecha de realización: 03/06/2014
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; Ramos-de Luna, Ivianne; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA.
- 12** **Título:** Las Spin-Off Académicas Españolas y su Relación con el Potencial Investigador de la Universidad de Origen
Nombre del congreso: XVII Congreso AECA Ética y emprendimiento: Valores para un nuevo desarrollo
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: Pamplona,
Fecha de realización: 25/09/2013
ISABEL ROMÁN MARTÍNEZ; MARÍA ELENA GÓMEZ MIRANDA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Juan Carlos Garrido Rodríguez.
- 13** **Título:** LAS SPIN-OFF ACADEMICAS ESPAÑOLAS Y SU RELACION CON EL POTENCIAL INVESTIGADOR DE LA UNIVERSIDAD DE ORIGEN
Nombre del congreso: XVII Congreso AECA
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: Pamplona,
Fecha de realización: 25/09/2013
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Juan Carlos Garrido Rodríguez.
- 14** **Título:** SEGMENTACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE SISTEMAS DE PAGO MOVIL EN NUEVOS ENTORNOS ELECTRONICOS
Nombre del congreso: XXV Congreso Nacional de Marketing
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: . BARCELONA, ESPAÑA,
Fecha de realización: 18/09/2013
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA.
- 15** **Título:** La importancia del uso de medidas psicofisiológicas en el análisis del procesamiento emocional de la publicidad ecológica
Nombre del congreso: XXV CONGRESO NACIONAL DE MARKETING
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: - BARCELONA, ESPAÑA,
Fecha de realización: 18/09/2013
MYRIAM MARTINEZ FIESTAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS.
- 16** **Título:** LA INFLUENCIA DEL RIESGO EN LA ACEPTACION TECNOLOGICA DE LOS NUEVOS SERVICIOS DE PAGO CON MOVIL
Nombre del congreso: XXIII JORNADAS HISPANO LUSAS DE GESTION CIENTIFICA



Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Otros

Ciudad de realización: Malaga,

Fecha de realización: 07/02/2013

FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.

- 17** **Título:** Clickers in university teaching: determinants of intention for future use.
Nombre del congreso: Fifth International Conference of Education, Research and Innovation.
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: - MADRID, ESPAÑA,,
Fecha de realización: 19/11/2012
MYRIAM MARTINEZ FIESTAS; FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ;
MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS.
- 18** **Título:** El papel de los sistemas de pago en los nuevos entornos electrónicos
Nombre del congreso: II ENCUENTRO DE ESPECIALIZACIÓN EN INVESTIGACIÓN PARA LA ECONOMÍA Y EMPRESA
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: Granada,
Fecha de realización: 22/09/2012
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.
- 19** **Título:** La eficacia de mensajes publicitarios ecológicos
Nombre del congreso: II ENCUENTRO DE ESPECIALIZACIÓN EN INVESTIGACIÓN PARA LA ECONOMÍA Y EMPRESA
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: Granada,
Fecha de realización: 22/09/2012
MYRIAM MARTINEZ FIESTAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS.
- 20** **Título:** Análisis de la emoción ante la visualización de mensajes publicitarios ecológicos con medidas psicofisiológicas. Un estudio exploratorio
Nombre del congreso: XXIV Congreso Nacional de Marketing
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: Mallorca,
Fecha de realización: 12/09/2012
MYRIAM MARTINEZ FIESTAS; MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ;
FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS.
- 21** **Título:** Tutorización de alumnos en El Marketing social en el sector de la abogacía: HispaColex.
Nombre del congreso: III Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público y No Lucrativo
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Autonómica
Ciudad de realización: Granada,
Fecha de realización: 16/12/2011
MYRIAM MARTINEZ FIESTAS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA.
- 22** **Título:** Análisis crítico de la utilización de muestras de estudiantes en cuestionarios On-line
Nombre del congreso: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional
Tipo evento: Congreso
Ciudad de realización: CASTELLÓN (ESPAÑA),
Fecha de realización: 14/09/2011



MYRIAM MARTINEZ FIESTAS; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. "ANÁLISIS CRÍTICO DE LA UTILIZACIÓN DE MUESTRAS DE ESTUDIANTES EN CUESTIONARIOS ON-LINE".En: ACTAS DEL XXIII CONGRESO NACIONAL DE MARKETING. pp. 209 - 209. ISBN 978-84-7356-796-1

- 23** **Título:** JORNADAS DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.
Nombre del congreso: JORNADAS DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES (1) (1.2011.GRANADA)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Autonómica
Ciudad de realización: GRANADA,
Fecha de realización: 01/01/2011
FRANCISCO REJÓN GUARDIA; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "JORNADAS DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.".En: JORNADAS DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.. pp. 1 - 13.
- 24** **Título:** APLICACIÓN DE LA TEORÍA DESCOMPUESTA DEL COMPORTAMIENTO PLANEADO AL CASO DEL USO DEL METRO LIGERO
Nombre del congreso: XXIII CONGRESO NACIONAL DE MARKETING (23) (23.2011.CASTELLÓN DE LA PLANA)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional
Ciudad de realización: CASTELLÓN DE LA PLANA,
Fecha de realización: 01/01/2011
FRANCISCO REJÓN GUARDIA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS. "APLICACIÓN DE LA TEORÍA DESCOMPUESTA DEL COMPORTAMIENTO PLANEADO AL CASO DEL USO DEL METRO LIGERO".En: ACTAS DEL XXIII CONGRESO NACIONAL DE MARKETING. pp. 45 - 45. ISBN 978-84-7356-796-1
- 25** **Título:** LOS FACTORES INDESEABLES EXPLICATIVOS DE LA EVASIÓN COGNITIVA DE LA PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES DE INTERNET
Nombre del congreso: CONGRESO NACIONAL DE MARKETING (22) (22.2010.OVIEDO)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional
Ciudad de realización: OVIEDO,
Fecha de realización: 01/01/2010
FRANCISCO REJÓN GUARDIA; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "LOS FACTORES INDESEABLES EXPLICATIVOS DE LA EVASIÓN COGNITIVA DE LA PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES DE INTERNET".En: XXII CONGRESO NACIONAL DE MARKETING (AEMARK 2010 OVIEDO). 1, pp. 145 - 163.
- 26** **Título:** DETERMINING VALUES OF AN ENVIRONMENTALLY DEPENDABLE BEHAVIOUR
Nombre del congreso: IASK 2009 () (.2009.SEVILLA, ESPAÑA)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE
Ciudad de realización: Santander (ESPAÑA),
Fecha de realización: 01/01/2009
JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "DETERMINING VALUES OF AN ENVIRONMENTALLY DEPENDABLE BEHAVIOUR".En: IASK 2009. pp. 1 - 15.
- 27** **Título:** THE ANTECEDENTS OF USEFULNESS IN EXPERIENCED USERS OF WEB-BASED LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS
Nombre del congreso: IADIS INTERNATIONAL CONFERENCE E-COMMERCE 2009 () (.2009.ALGARVE, PORTUGAL)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE
Ciudad de realización: ALGARVE, PORTUGAL,



Fecha de realización: 01/01/2009

FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS; ANTONIO GABRIEL LÓPEZ HERRERA. "THE ANTECEDENTS OF USEFULNESS IN EXPERIENCED USERS OF WEB-BASED LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS".En: IADIS INTERNATIONAL CONFERENCE E-COMMERCE 2009. pp. XX - XX.

28 Título: WEB AND INFORMATION TECHNOLOGY AS CRITICAL THEMES IN THE CONSUMER BEHAVIOR BASED RESEARCH: A STUDY WITH THEMATIC NETWORKS.

Nombre del congreso: IADIS INTERNATIONAL CONFERENCE E-COMMERCE 2009 () (.2009.ALGARVE, PORTUGAL)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Internacional no UE

Ciudad de realización: ALGARVE, PORTUGAL,

Fecha de realización: 01/01/2009

MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; ANTONIO GABRIEL LÓPEZ HERRERA. "WEB AND INFORMATION TECHNOLOGY AS CRITICAL THEMES IN THE CONSUMER BEHAVIOR BASED RESEARCH: A STUDY WITH THEMATIC NETWORKS.".En: IADIS INTERNATIONAL CONFERENCE E-COMMERCE 2009. pp. XX - XX.

29 Título: LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS LICENCIADOS EN INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO: UN ANÁLISIS COMPARATIVO

Nombre del congreso: XX ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING () (.2008.GRAN CANARIA)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Nacional

Ciudad de realización: GRAN CANARIA,

Fecha de realización: 01/01/2008

TEODORO LUQUE MARTINEZ; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA.

30 Título: THE MAIN DETERMINANTS OF PERCEIVED USEFULNESS OF WEB-BASED LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS

Nombre del congreso: INTED 2008. INTERNATIONAL TECHNOLOGY, EDUCATION AND DEVELOPMENT CONFERENCE () (.2008.VALENCIA)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Internacional no UE

Fecha de realización: 01/01/2008

ENCARNACIÓN ÁLVAREZ VERDEJO; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "THE MAIN DETERMINANTS OF PERCEIVED USEFULNESS OF WEB-BASED LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS".En: ABSTRACTS BOOK INTED 2008. pp. 72 - 72.

31 Título: ANÁLISIS EXPERIMENTAL DEL EFECTO DEL TIPO DE APELACIÓN SOBRE LA CONCIENCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y LA EFECTIVIDAD PERCIBIDA DEL COMPORTAMIENTO
Nombre del congreso: XVII JORNADAS HISPANO-LUSAS DE GESTIÓN CIENTÍFICA: CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y EMPRENDEDORES. CAMINO AL FUTURO

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Otros

Ciudad de realización: Logroño (ESPAÑA),

Fecha de realización: 08/02/2007

FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA.

32 Título: EDI ADOPTION AND INTERORGANISATIONAL RELATIONSHIPS IN THE DISTRIBUTION CHANNEL

Nombre del congreso: EMAC (1.2001.BERGEN (NORUEGA))

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Internacional no UE

Ciudad de realización: BERGEN (NORUEGA),



Fecha de realización: 08/05/2001

JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; TEODORO LUQUE MARTINEZ. "EDI ADOPTION AND INTERORGANISATIONAL RELATIONSHIPS IN THE DISTRIBUTION CHANNEL".En: EMAC 2001. pp. 1 - 15. ISBN 84-368-1578-5

33 Título: UN ESTUDIO EXPERIMENTAL DE LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD COMPARATIVA VERSUS NO COMPARATIVA SOBRE EL RECUERDO DEL MENSAJE Y DE LA MARCA

Nombre del congreso: JORNADAS HISPANO LUSAS DE GESTIÓN CIENTÍFICA (11) (11.2001.CÁCERES)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Nacional

Ciudad de realización: CÁCERES,

Fecha de realización: 14/02/2001

Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "UN ESTUDIO EXPERIMENTAL DE LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD COMPARATIVA VERSUS NO COMPARATIVA SOBRE EL RECUERDO DEL MENSAJE Y DE LA MARCA".En: XI JORNADAS HISPANO-LUSAS DE GESTION CIENTIFICA. pp. 41 - 50. ISBN 84-88611-10-2

34 Título: ¿PARA QUÉ Y QUIÉN USA EL EDI EN SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA?

Nombre del congreso: JORNADAS HISPANOLUSAS DE GESTIÓN CIENTÍFICA (11.2001.CÁCERES, ESPAÑA)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Internacional no UE

Ciudad de realización: CÁCERES, ESPAÑA,

Fecha de realización: 14/02/2001

JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Salvador Del Barrio García. "¿PARA QUÉ Y QUIÉN USA EL EDI EN SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA?".En: EMPRESA Y NUEVA ECONOMÍA. XI JORNADAS HISPANO-LUSAS DE GESTIÓN CIENTÍFICA. pp. 363 - 376. ISBN 84-88611-13-7

35 Título: ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LA VENTA A DISTANCIA. UN ESTUDIO EMPIRICO

Nombre del congreso: ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING (12.2000.SANTIAGO DE COMPOSTELA)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Nacional

Ciudad de realización: SANTIAGO DE COMPOSTELA,

Fecha de realización: 01/01/2000

Salvador Del Barrio García; MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ MOLINA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.

36 Título: INTERDEPENDENCIA Y ESTABILIDAD EN LAS RELACIONES FABRICANTE-DISTRIBUIDOR

Nombre del congreso: ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING (12.2000.SANTIAGO DE COMPOSTELA)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Nacional

Ciudad de realización: SANTIAGO DE COMPOSTELA,

Fecha de realización: 01/01/2000

Salvador Del Barrio García; GUILLERMO MARAVER TARIFA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; GONZALO SANCHEZ VIZCAINO; TEODORO LUQUE MARTINEZ.

37 Título: USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN SECTOR DE LAS DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA: EL CASO DEL INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS

Nombre del congreso: CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. CONGRESO NACIONAL (14) (14.2000.JAÉN)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Nacional

Ciudad de realización: JAÉN,

Fecha de realización: 01/01/2000

JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.

- 38** **Título:** POSIBILIDADES ESTRATÉGICAS DEL EDI EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA: ¿CUESTIÓN DE TIEMPO?
Nombre del congreso: ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING (12.2000.SANTIAGO DE COMPOSTELA)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional
Ciudad de realización: SANTIAGO DE COMPOSTELA,
Fecha de realización: 01/01/2000
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "POSIBILIDADES ESTRATÉGICAS DEL EDI EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA: ¿CUESTIÓN DE TIEMPO?".En: XII ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING. pp. 373 - 396. ISBN 84-7356-210-0
- 39** **Título:** NECESIDAD DE UN PASO HACIA DELANTE EN LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INTERORGANIZACIONALES
Nombre del congreso: JORNADAS LUSO-ESPANHOLAS DE GESTAO CIENTÍFICA (10) (10.2000.VILAMOURA (PORTUGAL))
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE
Fecha de realización: 01/01/2000
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.
- 40** **Título:** UN ANALISIS DE LA DIVERSIDAD DE ENVASES EN PRODUCTOS LACTEOS
Nombre del congreso: CONGRESO AEDEM (13.1999.LA RIOJA)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE
Ciudad de realización: LA RIOJA,
Fecha de realización: 17/06/1999
DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS.
- 41** **Título:** PERO, ¿QUE PIENSAN LOS CONSUMIDORES DE MEDICAMENTOS DE LOS ULTIMOS CAMBIOS?
Nombre del congreso: SEMINARIO DE MARKETING FARMACEUTICO DE AEDEMO (80.1997.MADRID)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional
Fecha de realización: 14/11/1997
DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA; TEODORO LUQUE MARTINEZ; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "PERO, ¿QUE PIENSAN LOS CONSUMIDORES DE MEDICAMENTOS DE LOS ULTIMOS CAMBIOS?".En: SEMINARIO DE MARKETING FARMACEUTICO. pp. 1 - 15.
- 42** **Título:** LE PROGRAMME MARKETING DE LA VILLE DE GRENADE DANS LE DOMAINE TOURISTIQUE
Nombre del congreso: CONFERENCE TERRITORIAL MARKETING FORMATION FRANCO-POLONAISE DE GESTION (1.1997.LODZ)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE
Ciudad de realización: LODZ,
Fecha de realización: 01/06/1997
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Salvador Del Barrio García; DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA. "LE PROGRAMME MARKETING DE LA VILLE DE GRENADE DANS LE DOMAINE TOURISTIQUE".En: CONFERENCE TERRITORIAL MARKETING FORMATION FRANCO-POLONAISE DE GESTION. pp. 155 - 166.
- 43** **Título:** CADRE ECONOMIQUE ET LEGAL DE LA DISTRIBUTION COMMERCIALE EN ESPAGNE
Nombre del congreso: CONGRESS OF INSTITUTES OF ENTERPRISES ADMINISTRATION OF RUMANIA (1.1997.CRAIOVA)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE



Ciudad de realización: CRAIOVA,

Fecha de realización: 01/06/1997

Salvador Del Barrio García; DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "CADRE ECONOMIQUE ET LEGAL DE LA DISTRIBUTION COMMERCIALE EN ESPAGNE". En: CONGRESS OF INSTITUTES OF ENTERPRISES ADMINISTRATION OF ROMANIA. pp. 227 - 236.

- 44 Título:** INCIDENCIA DE LOS FACTORES SOCIODEMOGRAFICOS EN EL CONOCIMIENTO Y UTILIZACION DE LA VENTA POR CATALOGO
Nombre del congreso: CONGRESO NACIONAL Y VII CONGRESO HISPANO-FRANCÉS AEDEM (11.1997.LLEIDA)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Internacional no UE

Ciudad de realización: LLEIDA,

Fecha de realización: 01/01/1997

PALOMA MARIA CAÑADAS SORIANO; GUILLERMO MARAVER TARIFA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "INCIDENCIA DE LOS FACTORES SOCIODEMOGRAFICOS EN EL CONOCIMIENTO Y UTILIZACION DE LA VENTA POR CATALOGO". En: XI CONGRESO NACIONAL Y VII CONGRESO HISPANO-FRANCÉS DE AEDEM. pp. 1 - 15.

- 45 Título:** EDI: MOST MIĘDZY UCZESTNIKAMI KANAŁU DYSTRYBUCYJNEGO Z NIEKWESTIONOWANYMI KORZYSCIAMI
Nombre del congreso: POLITECHNIKA ŁÓDZKA WYDZIAŁ ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA (1.1997.POLONIA)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Internacional no UE

Ciudad de realización: POLONIA,

Fecha de realización: 01/01/1997

JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; Salvador Del Barrio García. "EDI: MOST MIĘDZY UCZESTNIKAMI KANAŁU DYSTRYBUCYJNEGO Z NIEKWESTIONOWANYMI KORZYSCIAMI". En: MANAGEMENT OF ECONOMIC ORGANISATIONS. pp. 145 - 153.

- 46 Título:** LA ESTIMACIÓN DE LOS COSTES INTANGIBLES DE LA CALIDAD EN BASE A LA VARIABILIDAD DEL PROCESO
Nombre del congreso: VII ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE CONTABILIDAD

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Nacional

Ciudad de realización: BARCELONA,

Fecha de realización: 05/06/1996

SIMON VERA RIOS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "LA ESTIMACIÓN DE LOS COSTES INTANGIBLES DE LA CALIDAD EN BASE A LA VARIABILIDAD DEL PROCESO". En: VII ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE CONTABILIDAD. 2, pp. 267 - 289.

- 47 Título:** ANALISIS MULTIVARIANTE DE LA SITUACION ECONOMICO FINANCIERA DE LA GRAN EMPRESA ESPAÑOLA

Nombre del congreso: CONGRESO NACIONAL Y VI CONGRESO HISPANO-FRANCÉS DE LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA (AEDEM) (10.1996.GRANADA)

Tipo evento: Congreso

Ámbito del congreso: Nacional

Ciudad de realización: GRANADA,

Fecha de realización: 01/01/1996

M^a JOSÉ GONZÁLEZ LÓPEZ; MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ MOLINA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "ANALISIS MULTIVARIANTE DE LA SITUACION ECONOMICO FINANCIERA DE LA GRAN EMPRESA ESPAÑOLA". En: X CONGRESO NACIONAL Y VI CONGRESO HISPANO-FRANCÉS DE AEDEM.. pp. 800 - 813.

- 48** **Título:** ANÁLISIS DEL EFECTO DE INCENTIVOS BASADOS EN SORTEOS SOBRE LA RESPUESTA OBTENIDA A TRAVÉS DE ENCUESTAS WEB
Nombre del congreso: ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING (19) (19.2007.VIGO)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional
Ciudad de realización: VIGO,
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS. "ANÁLISIS DEL EFECTO DE INCENTIVOS BASADOS EN SORTEOS SOBRE LA RESPUESTA OBTENIDA A TRAVÉS DE ENCUESTAS WEB".En: XIX ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING. pp. 55 - 56. ISBN 9788473565127
- 49** **Título:** EVALUACIÓN DEL USO DE INCENTIVOS EN ENCUESTAS WEB. UNA APLICACIÓN AL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO EN DEFENSA DEL MEDIO AMBIENTE (PROYECTO INTERNATURA)
Nombre del congreso: XVIII ENCUENTROS DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING () (.2006.ALMERÍA, ESPAÑA)
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional
Ciudad de realización: ALMERÍA, ESPAÑA,
JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; FRANCISCO MUÑOZ LEIVA; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "EVALUACIÓN DEL USO DE INCENTIVOS EN ENCUESTAS WEB. UNA APLICACIÓN AL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO EN DEFENSA DEL MEDIO AMBIENTE (PROYECTO INTERNATURA)".En: XVIII ENCUENTROS DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING. pp. 1 - 15.
- 50** **Título:** IMPORTANCIA DE LOS ATRIBUTOS CALIDAD/PRECIO EN EL PROCESO DE DECISIÓN DEL CONSUMIDOR GRANADINO
Nombre del congreso: ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING (9) (9.1997.MURCIA (ESPAÑA))
Tipo evento: Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional
Ciudad de realización: MURCIA (ESPAÑA),
FRANCISCA FUENTES MORENO; Salvador Del Barrio García; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. "IMPORTANCIA DE LOS ATRIBUTOS CALIDAD/PRECIO EN EL PROCESO DE DECISIÓN DEL CONSUMIDOR GRANADINO".En: IX ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING. pp. 171 - 185.

Trabajos presentados en jornadas, seminarios, talleres de trabajo y/o cursos nacionales o internacionales

- 1** **Título:** La importancia de la combinación de elementos del mensaje publicitario para medir la efectividad de las promociones de comportamientos sostenibles
Nombre del evento: XXII Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Cientifica
Tipo de evento: Jornada
Ciudad de realización: VILA REAL (PORTUGAL),
Fecha de realización: 01/02/2012
MYRIAM MARTINEZ FIESTAS; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS; JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.
- 2** **Título:** Supremacía de los Objetivos Intrínsecos Versus Extrínsecos en los Mensajes Publicitarios Ecológicos
Nombre del evento: XXIII JORNADAS HISPANO LUSAS DE GESTION CIENTIFICA
Tipo de evento: Jornada
Ámbito del evento: Otros
Ciudad de realización: Malaga,



MYRIAM MARTINEZ FIESTAS; JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA; FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS;
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ.

Experiencias en gestión de I+D+i y participación en comités científicos

Comités científicos asesores, sociedades científicas

Título del comité: Participación en Comité de Revista: CUADERNOS DE GESTIÓN

Fecha de inicio: 01/01/2004

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA 26/11/2021

Nombre y apellidos	Manuel J. Sánchez Franco		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID**)	0000-0002-8042-3550	
	SCOPUS Author ID(*)	8409457400	
	WoS Researcher ID (*)	E-6733-2010	

(*) *Recomendable*

(**) *Obligatorio*

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Sevilla		
Dpto./Centro	Administración de Empresas y Marketing		
Dirección	Avda. Ramón y Cajal, 1		
Teléfono	954557548	correo electrónico	majesus@us.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	17/03/2016
Palabras clave	Comportamiento del Consumidor, Modelos de Aceptación de Tecnologías		
Palabras clave inglés	Consumer Behaviour, Technology Acceptance Models		

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Ciencias Económicas y Empresariales	Sevilla	1994
Doctor en Administración y Dirección de Empresas	Sevilla	1998

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

- Indicador 1) El investigador tiene reconocidos 4 sexenios: 3 sexenios de investigación y 1 sexenio de transferencia del conocimiento e innovación por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI) para el periodo comprendido entre los años 1999-2005, 2006-2011 y 2012-2017 –sexenios de investigación-, y 2007-2012 –sexenio de transferencia.
- Indicador 2) Según *Google Scholar* a fecha de 26 de octubre de 2023 el investigador acredita un índice h igual a 30, y un índice i10 igual a 49, con un total de 5.651 citas.
- Indicador 3) Según *Web of Science* de Thomson Reuters a fecha de 26 de octubre de 2023 el investigador acredita un total de 1.433 citas, y un índice h de 17.
- Indicador 4) Según *Researchgate* a fecha de 26 de octubre de 2023 el investigador acredita un RG Score de 2,645, y un índice h de 25.
- Indicador 5) Según el catálogo *Scopus* a fecha de 26 de octubre de 2023 el investigador acredita un total de 2.379 citas, y un índice h de 18.
- Indicador 6) El investigador ha dirigido 6 tesis doctorales.

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Las áreas de especialización actuales del investigador son *Electronic and Interactive Marketing*, e *Innovation, Design, and Strategy* -áreas promovidas por la *Academy of Marketing Science*. En estos campos de análisis el investigador ha publicado numerosos artículos de investigación en revistas registradas en los índices JCR y SJR. Ha tenido un papel clave de liderazgo dentro de los trabajos publicados; en más del 80% figura en calidad de primer autor. Asimismo, ha dirigido diversas tesis doctorales sobre sistemas de información y medios sociales.

Es investigador responsable de diversos proyectos de investigación, obtenidos en convocatorias públicas competitivas. Desde 2008 es Director / Investigador Principal del Grupo de Investigación (consolidado) SEJ-494: E-Business. Administración, Empresa y Ciudadano (Plan Andaluz de Investigación, Junta de Andalucía). Se señala además su participación continuada como miembro investigador en múltiples proyectos; e.g., Proyectos del Plan Nacional de Investigación I+D+i,



Proyectos de Investigación de Excelencia (Junta de Andalucía), entre otros. Asimismo, se valora su pertenencia a redes internacionales de investigación integrada por universidades europeas sobre temática social, y nueva economía social.

El investigador participa en numerosos contratos de investigación (vía Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación) generados al amparo del art. 83 de la LOU con diversas entidades participantes: Ministerio de Sanidad, Junta de Andalucía, Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Diputación de Sevilla, Ayuntamientos, Colegios profesionales, Universidades, y otras Administraciones y Empresas. En particular, el investigador destaca su participación en diversos Observatorios sobre Turismo, Tecnología e Información en Economía Social, y Coyuntura Económica en Andalucía y su proyección exterior, así como su participación en diversos Planes Tecnológicos estratégicos sobre Tecnología y Sistemas de Información en colectivos y sectores emergentes. Asimismo, dirige y participa también en diversos convenios de investigación, y es receptor de diversas ayudas a la investigación del Ministerio de Ciencia y Tecnología, Junta de Andalucía y Universidad de Sevilla.

Finalmente, el investigador ha desempeñado numerosas actividades continuadas de formación científico-técnica al sector productivo y otras actividades profesionales no universitarias en empresas y administraciones nacionales e internacionales que han permitido transferir las implicaciones académicas de sus trabajos de investigación al sector empresarial y profesional.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones relacionadas con las principales líneas de investigación

Revista: Journal of Innovation & Knowledge

Autor/es: **Sánchez-Franco, Manuel Jesús**, Aramendia-Muneta-Elena.

Título del artículo: Why do guests stay at Airbnb versus hotels? An empirical analysis of necessary and sufficient conditions.

Volumen: 8

Páginas: 100380

Año: 2023

Índice de Impacto (JIF): 18,1 Área: Business Posición: 3/154 N° de revistas en el área: 157

Revista: Psychology & Marketing

Autor/es: **Sánchez-Franco, Manuel Jesús**, Rey-Moreno, Manuel.

Título del artículo: Do travelers' review depend on the destination? An analysis in coastal and urban peer to peer lodgings.

Volumen: 39

Páginas: 441-459

Año: 2022

Índice de Impacto (JIF): 6,7 Área: Business Posición: 47/154 N° de revistas en el área: 154

Revista: Journal of Retailing and Consumer Services

Autor/es: **Sánchez-Franco, Manuel Jesús**, Arenas-Márquez, Francisco, Alonso-Dos-Santos, Manuel.

Título del artículo: Using Structural Topic Modelling to predict users' sentiment towards Intelligent Personal Agents. An application for Amazon's Echo and Google Home.

Volumen: 63

Páginas: 102658

Año: 2021

Índice de Impacto: 7,135 Área: Business Posición: 32/153 N° de revistas en el área: 153

Revista: Economic Research

Autor/es: **Sánchez-Franco, Manuel Jesús**, Alonso-Dos-Santos, Manuel.

Título del artículo: Exploring gender-based influences on key features of Airbnb accommodations.

Volumen: 34

Páginas: 1

Año: 2021

Índice de Impacto: 2,229 Área: Economics Posición: 97/373 N° de revistas en el área: 373

Revista: Internet Research

Autor/es: **Sánchez-Franco, Manuel Jesús**, Roldán, José Luis, Cepeda, Gabriel.

Título del artículo: Understanding relationship quality in hospitality services: A study based on text analytics and Partial Least Squares.

Volumen: 29

Páginas: 478-503

Año: 2019



Índice de Impacto: 3,838 Área: Computers Science, Interdisciplinary Applied Posición: 19/148 N° de revistas en el área: 148

Revista: Journal of Business Research

Autor/es: **Sánchez Franco, Manuel Jesús**, Navarro-García, Antonio, Rondán-Cataluña, Fco. Javier

Título del artículo: A naive bayes strategy for classifying customer satisfaction: A study based on online reviews of hospitality services.

Volumen: 101 Páginas: 499-506 Año: 2019

Índice de Impacto: 4,080 Área: Business Posición: 30/147 N° de revistas en el área: 147

Revista: Physiology & Behavior

Autor/es: Alonso Dos Santos, Manuel, Calabuig, Ferran, **Sanchez Franco, Manuel Jesus**.

Título del artículo: Congruence and placement in sponsorship: An eye-tracking application.

Volumen: 200 Páginas: 159-165 Año: 2018

Índice de Impacto: 2,517 Área: Psychology, Biological Posición: 6/14 N° de revistas en el área: 14

Revista: Kybernetes

Autor/es: **Sanchez Franco, Manuel Jesus**, Muñoz Expósito, Miriam, Villarejo Ramos, Angel Francisco.

Título del artículo: A knowledge structures exploration on social network sites.

Volumen: 46 Páginas: 818-839 Año: 2017

Índice de Impacto: 0.980 Área: Computers Science, Cybernetics Posición: 16/22 N° de revistas en el área: 22

Revista: Psychology & Marketing

Autor/es: **Sánchez Franco, Manuel Jesús**, Navarro-García, Antonio, Rondán-Cataluña, Fco. Javier

Título del artículo: Online customer service reviews in urban hotels: A data mining approach.

Volumen: 33 Páginas: 1174-1186 Año: 2016

Índice de Impacto: 2.000 Área: Business Posición: 59/121 N° de revistas en el área: 121

Revista: Behaviour and Information Technology

Autor/es: **Sánchez Franco, Manuel Jesús**, Roldán, José L.

Título del artículo: The influence of familiarity, trust and norms of reciprocity on an experienced sense of community: An empirical analysis based on social online services.

Volumen: 34 Páginas: 392-412 Año: 2015

Índice de Impacto: 1.211 Área: Computer Science, Cybernetics Posición: 12/22 N° de revistas en el área: 22

C.2. Proyectos

1) Proyecto: Calidad Relacional, Inmersión y Bienestar Social desde una Perspectiva de Género. Una Aplicación de las Redes Sociales Online en la Mujer Rural Andaluza (**Código:** SEJ-5801). **Ámbito del proyecto:** Autonómica

Programa financiador: PROYECTOS DE EXCELENCIA, JUNTA DE ANDALUCÍA.

Responsable: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS

Fecha inicio: 15/03/2011 / **Fecha fin:** 11/09/2015

Cuantía total (EUROS): 50.000

Afiliación: Universidad de Sevilla

2) Proyecto: Cultura Organizativa, Gestión del Conocimiento e Implantación de TIC en Empresas Andaluzas (**Código:** P10-SEJ-6081). **Ámbito del proyecto:** Autonómica

Programa financiador: PROYECTOS DE EXCELENCIA, JUNTA DE ANDALUCÍA.

Responsable: ROLDÁN SALGUEIRO, JOSÉ L.

Fecha inicio: 15/03/2011 / **Fecha fin:** 15/03/2014

Cuantía total (EUROS): 50.000

Afiliación: Universidad de Sevilla

3) Proyecto: Efectos de las capacidades organizativas sobre la creación de valor en el ámbito de los servicios (**Código:** P06-SEJ-01975). **Ámbito del proyecto:** Autonómica



Programa financiador: PROYECTOS DE EXCELENCIA, JUNTA DE ANDALUCÍA.

Responsable: Carmen Barroso Castro

Fecha inicio: 13-04-2007 / **Fecha fin:** 12-04-2010

Cuantía total (EUROS): 145.000

Afiliación: Universidad de Sevilla

4) **Proyecto:** Cultura Organizativa, Gestión del Conocimiento e Implantación de TIC en Empresas Andaluzas (**Código:** P10-SEJ-6081). **Ámbito del proyecto:** Autonómica

Programa financiador: PROYECTOS DE EXCELENCIA, JUNTA DE ANDALUCÍA.

Responsable: Antonio Leral Millán

Fecha inicio: 15-03-2011 / **Fecha fin:** 14-09-2015

Cuantía total (EUROS): 106.500

Afiliación: Universidad de Sevilla

5) **Proyecto:** Explorando la generación de contenido online por el usuario y su influencia predictiva en la calidad relacional. Aplicación al sector hotelero de Andalucía (**Código:** US-1380960). **Ámbito del proyecto:** Autonómica

Programa financiador: PROYECTOS I+D+I FEDER ANDALUCÍA 2014-2020.

Responsable: Manuel J. Sánchez Franco

Fecha inicio: 01-01-2022 / **Fecha fin:** 31-12-2022

Cuantía total (EUROS): 40.243,70

Afiliación: Universidad de Sevilla

C.5. Tesis doctorales dirigidas

Título: Los Efectos de la Integración Social en Redes Sociales Online y su Influencia en la Intención de Compra Social. Un Enfoque Basado en los Rasgos de la Personalidad.

Doctorando: Muñoz Expósito, Miriam.

Calificación: Sobresaliente Cum Laude.

Fecha de lectura: 2017, Universidad de Sevilla

Título: Desarrollo del Turismo Sostenible en el Medio Rural: Análisis de los Alojamientos Rurales en Andalucía.

Doctorando: Moral Moral, María.

Calificación: Sobresaliente Cum Laude.

Fecha de lectura: 2016, Universidad de Cádiz

Título: La gestión del Conocimiento en Andalucía. Análisis Exploratorio y Desarrollo y Validación de un Modelo Predictivo.

Doctorando: Sánchez Ceballos, Silvia.

Calificación: Sobresaliente Cum Laude.

Fecha de lectura: 2013, Universidad de Sevilla

Título: La Fidelidad de Clientes en Centros de Fitness Privados Españoles: La Cadena de Creación y Percepción de Valor.

Doctorando: Ortega Gutiérrez, Jaime.

Calificación: Sobresaliente Cum Laude.

Fecha de lectura: 2012, Universidad de Sevilla

Título: Determinantes, Usos e Resultados da Adopção e Uso de um Sistema de Informação da Administração Pública Local. Estudo do Uso do Sistema de Gestão Documental em Câmaras Municipais.

Doctorando: Afonso, Carlos Miguel.

Calificación: Sobresaliente Cum Laude.

Fecha de lectura: 2012, Universidad de Sevilla

Título: Apoyo Comunitario Percibido y Calidad Relacional en las Redes Sociales Online.

Doctorando: Carballar Falcón, José Antonio.

Calificación: Sobresaliente Cum Laude.

Fecha de lectura: 2011, Universidad de Sevilla

NUM. REGISTRO: 00821

APELLIDOS: MIQUEL ROMERO

NOMBRE: MARIA JOSE

SEXO: Mujer

DNI: 52748577D

FECHA DE NACIMIENTO: 30/04/1970

Nº FUNCIONARIO: 5274857702 A050

DIRECCIÓN PARTICULAR: CL/ RIGOBERTA MENCHU, N.5

CIUDAD: Eliana (L')

DISTRITO POSTAL: 46183

TELÉFONO:

Código ORCID:

Researcher ID:

Scopus Author ID:

ESPECIALIZACIÓN (CÓDIGOS UNESCO): Marketing (Comercialización)

DIRECTOR(ES) DE TESIS: Dr. D. J. Enrique Bigné Alcañiz

SITUACIÓN PROFESIONAL ACTUAL Y FECHA DE INICIO: CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD - 13/10/2023

ORGANISMO: Universitat de València

Centro: FACULTAD DE ECONOMÍA

DEPT./SECC./UNIDAD ESTR.: COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DIRECCIÓN POSTAL: Avda dels Tarongers, s/n (Valencia - 46022)

TELÉFONO (indicar número y extensión): 963828312 ext. 28699

CONTRATO

PLANTILLA

BECARIO/A

INTERINO/A

EXCEDENCIA

OTRAS SITUACIONES:.....

a) A TIEMPO COMPLETO

DEDICACIÓN: b) A TIEMPO PARCIAL

ESPECIFICAR:

Competencias lingüísticas

Idioma	Escucha	Lee	Interacción oral	Habla	Escribe
Inglés	C1	C1	C1	C1	C1

FECHA DE CUMPLIMENTACIÓN: 17/11/2023

FIRMA:

Formación académica

Clave: Doctorado

Título: Ciencias Económicas y Empresariales

Centro: Universitat de València

Fecha: 1997 **Fecha homologación:**

Tipo de centro:

Nombre de la titulación:

País de la titulación: ESPAÑA

Región de la titulación:

Calificación: Matrícula de Honor

Nota media del expediente:

Publicaciones en revistas

Autores (p.o. de firma): Bigné, E. y Miquel, M^a.J.

Título: Publicidad Comparativa y Recuerdo Publicitario: Un Análisis Empírico

Revista: Esic Market

Número de autores: 2 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: --- **Número:** 85 **Páginas, inicial:** 71 **final:** 81 **Año:** 1994 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 0212-1867

Clave: Artículo **Código Artículo:** 021204 **Orden:** 001 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Bigné E.; Martínez, C.; Miquel, M^a. J. y Belloch, A.

Título: La Calidad de Servicio en las Agencias de Viaje. Una Adaptación de la Escala SERVQUAL

Revista: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa

Número de autores: 4 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: V **Número:** 2 **Páginas, inicial:** 7 **final:** 18 **Año:** 1996 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1019-6838

Clave: Artículo **Código Artículo:** 021206 **Orden:** 002 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Bigné, E. y Miquel, M^a.J.

Título: La Actitud hacia el Anuncio y Publicidad Comparativa

Revista: Investigación y Marketing

Número de autores: 2 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: --- **Número:** 53 **Páginas, inicial:** 26 **final:** 32 **Año:** 1996 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1131-6144

Clave: Artículo **Código Artículo:** 021211 **Orden:** 003 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Royo, M.; Aldás, J.; Miquel, M.J.;

Título: La falta de validez de las escalas indirectas para la medida del nivel de renta

Revista: Investigación y Marketing

Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: --- **Número:** 56 **Páginas, inicial:** 21 **final:** 31 **Año:** 1997 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1131-6144

Clave: Artículo **Código Artículo:** 061746 **Orden:** 004 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, S.;Royo, M.; Cuenca, A.C.;Miquel, M.J.; Aldás, J.
Título: La capacidad explicativa de los modelos de ciclo de vida familiar frente a variables socioeconómicas
Revista: Revista Española de Investigación en Marketing.ESIC
Número de autores: 5 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 1 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** 113 **final:** 125 **Año:** 1997 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1138-1442
Clave: Artículo **Código Artículo:** 061745 **Orden:** 005 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citasiones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): ROYO, M., MIQUEL, M.J. Y CAPLLIURE, E.M
Título: La publicidad como reflejo de la realidad social: Un análisis descriptivo de los roles de género y sexismo en la publicidad en revistas en el último año del siglo XX
Revista: Arxius de ciències socials
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: --- **Número:** 6 **Páginas, inicial:** 165 **final:** 191 **Año:** 2002 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1137-7038
Clave: Artículo **Código Artículo:** 021279 **Orden:** 006 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citasiones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Royo, Marcelo; Caplliure, Eva María; Miquel, María José
Título: Spots televisivos y anuncios en revistas: hasta que punto reflejan una misma realidad social
Revista: Investigación y Marketing Incluida índice revist.prestigio científ.reconocido.OM de 2-12-94 BOE 289
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: --- **Número:** 78 **Páginas, inicial:** 11 **final:** 18 **Año:** 2003 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1131-6144
Clave: Artículo **Código Artículo:** 005733 **Orden:** 007 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citasiones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Bigné, Enrique, Martínez, Clara; Miquel, María José y Andreu, Luisa
Título: Servqual Reliability and Validity in Travel Agencies
Revista: Annals of Tourism Research Publicada también su traducción en 'Annals of Tourism Research en Español'
Número de autores: 4 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 30 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** 258 **final:** 262 **Año:** 2003 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 0160-7383
Clave: Artículo **Código Artículo:** 001862 **Orden:** 008 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 0.555 **Número de citasiones:**
Área y posición dentro de ella: SOCIOLOGY, 38 de 93; ENVIRONMENTAL STUDIES, 35 de 50
Indicios de calidad:
Observaciones: doi:10.1016/j.physletb.2003.10.071

Autores (p.o. de firma): Bigné, J.E.; Martínez, C.; Miquel, M.J. y Andreu, L.

Título: Fiabilidad y validez de Servqual en las agencias de viajes

Revista: Annals of Tourism Research en Español Universitat de les Illes Balears

Número de autores: 4 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 5 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** 167 **final:** 171 **Año:** 2003 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1575-443X

Clave: Artículo **Código Artículo:** 086565 **Orden:** 009 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Royo, Marcelo; Miquel, María José; Caplliure, Eva

Título: Advertising content as a socialization agent: potential reinforcement of gender stereotypes

Revista: Esic Market Publicación en castellano e inglés

Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: Tercer cuatrim. **Número:** Sept-Dic **Páginas, inicial:** 81 **final:** 134 **Año:** 2006 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 0212-1867

Clave: Artículo **Código Artículo:** 035274 **Orden:** 010 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Montoro-Pons, J.D.

Título: Consumer attitudes towards music piracy: a Spanish case study

Revista: International Journal Of Arts Management

Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 11 **Número:** 3 **Páginas, inicial:** 4 **final:** 15 **Año:** 2009 **Lugar de publicación:** CANADÁ **ISSN:** 1480-8986

Clave: Artículo **Código Artículo:** 049396 **Orden:** 011 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Caplliure, E.M, Miquel Romero, M.J. y Pérez Cabañero, C.

Título: La elección de la marca del distribuidor en productos duraderos: factores de influencia.

Revista: Cuadernos de Gestión DOI:10.5295/cdg.100194ec

Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 10 **Número:** especial AEMARK **Páginas, inicial:** 125 **final:** 147 **Año:** 2010 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1131-6837

Clave: Artículo **Código Artículo:** 064351 **Orden:** 012 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Caplliure Giner, E.; Miquel Romero, M.J. y Mollá-Descals, A.
Título: La marca del distribuidor en los productos duraderos, funcionales versus hedónicos
Revista: Distribución y Consumo
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: ener-feb 2010 **Número:** 109 **Páginas, inicial:** 62 **final:** 69 **Año:** 2010 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1132-0176
Clave: Artículo **Código Artículo:** 057978 **Orden:** 013 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citasiones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J.
Título: Antecedentes de la intención de descarga de música. Un modelo de ecuaciones estructurales
Revista: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa
Número de autores: 2 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 20 **Número:** 2 **Páginas, inicial:** 119 **final:** 132 **Año:** 2011 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1019-6838
Clave: Artículo **Código Artículo:** 057107 **Orden:** 014 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citasiones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Franco Manuel Sancho, Maria Jose Miquel and Joaquin Aldas
Título: Factors Influencing Youth Alcohol Consumption Intention. An Approach from Consumer Socialization Theory
Revista: Journal Of Social Marketing
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 2 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 1 **Número:** 3 **Páginas, inicial:** 192 **final:** 210 **Año:** 2011 **Lugar de publicación:** INGLATERRA **ISSN:** 2042-6763
Clave: Artículo **Código Artículo:** 068311 **Orden:** 015 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citasiones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Consolación Adame-Sánchez; María José Miquel-Romero
Título: Are Spanish SMEs Good Places to Work?
Revista: Management Decision
Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 50 **Número:** 4 **Páginas, inicial:** 668 **final:** 687 **Año:** 2012 **Lugar de publicación:** INGLATERRA **ISSN:** 0025-1747
Clave: Artículo **Código Artículo:** 081737 **Orden:** 017 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 3.787 **Número de citasiones:**
Área y posición dentro de ella: MANAGEMENT, 13 de 174; BUSINESS, 7 de 116
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Carmen Pérez Cabañero; M^a José Miquel Romero; Eva M^a Caplliure Giner; Rafael Currás Pérez

Título: La marca del distribuidor y los productos duraderos: Aplicación práctica a los electrodomésticos.

Revista: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa

Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 21 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** 113 **final:** 127 **Año:** 2012 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1019-6838

Clave: Artículo **Código Artículo:** 071682 **Orden:** 018 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J.

Título: Música y descarga de Internet: Análisis de sus antecedentes e implicaciones

Revista: Revista Nacional de Administración

Número de autores: 2 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 3 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** 151 **final:** 166 **Año:** 2012 **Lugar de publicación:** **ISSN:** 1659-4908

Clave: Artículo **Código Artículo:** 086564 **Orden:** 019 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): María-José Miquel-Romero; Consolación Adame-Sánchez

Título: Viral marketing through e-mail: the link company-consumer

Revista: Management Decision

Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 51 **Número:** 10 **Páginas, inicial:** 1970 **final:** 1982 **Año:** 2013 **Lugar de publicación:** **ISSN:** 0025-1747

Clave: Artículo **Código Artículo:** 092604 **Orden:** 020 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** 3.787 **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Bigné, Enrique; Borreda, Aina y Miquel, María José.

Título: El Valor del Establecimiento y su Relación con la Imagen de Marca Privada: Efecto Moderador del Conocimiento de la Marca Privada como Oferta Propia del Establecimiento

Revista: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa

Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 22 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** 1 **final:** 101 **Año:** 2013 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1019-6838

Clave: Artículo **Código Artículo:** 096777 **Orden:** 021 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): María José Miquel-Romero; Eva María Caplliure-Giner; Consolación Adame-Sánchez
Título: Relationship marketing management: Its importance in private label extension
Revista: Journal of Business Research
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 67 **Número:** 5 **Páginas, inicial:** 667 **final:** 672 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 0148-2963
Clave: Artículo **Código Artículo:** 100744 **Orden:** 021 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico: <http://www.sciencedirect.com/science/journal/01482963/67/5>
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 1.48 **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella: BUSINESS, 54 de 115
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cuadrado García, Manuel; Berenguer Contrí, Gloria; Miquel Romero, María José; Pérez Cabañero, Carmen
Título: Problemática y acciones de marketing en el sector de las artes escénicas de la Comunitat Valenciana
Revista: Periférica
Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: --- **Número:** 15 **Páginas, inicial:** 499 **final:** 512 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1577-1172
Clave: Artículo **Código Artículo:** 105361 **Orden:** 022 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Montoro-Pons, J.D.
Título: Analyzing music services positioning through qualitative research
Revista: Tr#158;i#154;te (Zagreb)
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: XXVII **Número:** 2 **Páginas, inicial:** 251 **final:** 263 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** **ISSN:** 0353-4790
Clave: Artículo **Código Artículo:** 111175 **Orden:** 023 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Adame, Consolación; Caplliure, Eva María; Miquel, María José
Título: Work-life balance and firms: A matter of women?
Revista: Journal of Business Research
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 69 **Número:** 4 **Páginas, inicial:** 1379 **final:** 1383 **Año:** 2016 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 0148-2963
Clave: Artículo **Código Artículo:** 112180 **Orden:** 024 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296315005342>
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 3.354 **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella: BUSINESS, 30 de 121
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Bigné, E.; Caplliure, E.; Miquel, M.J.

Título: eWOM on Travel Agency Selection: Specialized versus Private Label

Revista: Psychology & Marketing

Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 33 **Número:** 12 **Páginas, inicial:** 1046 **final:** 1053 **Año:** 2016 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 0742-6046

Clave: Artículo **Código Artículo:** 115210 **Orden:** 027 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/mar.20938/epdf>

Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 2 **Número de citaciones:**

Área y posición dentro de ella: BUSINESS, 59 de 121; PSYCHOLOGY, APPLIED, 29 de 80

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): María-José Miquel-Romero; Juan D. Montoro-Pons

Título: Consumption habits, perception and positioning of content-access devices in recorded music

Revista: International Journal Of Arts Management

Número de autores: 2 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 19 **Número:** 3 **Páginas, inicial:** 4 **final:** 18 **Año:** 2017 **Lugar de publicación:** CANADÁ **ISSN:** 1480-8986

Clave: Artículo **Código Artículo:** 117869 **Orden:** 027 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 0.703 **Número de citaciones:**

Área y posición dentro de ella: MANAGEMENT, 194 de 210

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, María-José; Caplliure, Eva-María; Pérez, Carmen; Bigné, Enrique

Título: Buying Private Label in Durables: Gender and other Psychological Variables

Revista: Journal Of Retailing And Consumer Services

Número de autores: 4 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 34 **Número:** january **Páginas, inicial:** 349 **final:** 357 **Año:** 2017 **Lugar de publicación:** INGLATERRA **ISSN:** 0969-6989

Clave: Artículo **Código Artículo:** 114247 **Orden:** 027 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698916303150>

Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 2,919 **Número de citaciones:**

Área y posición dentro de ella: BUSINESS: 41 de 140

Indicios de calidad:

Observaciones: Disponible online

Autores (p.o. de firma): Frasquet, M.; Miquel, M.J.

Título: Do channel integration efforts pay-off in terms of online and offline customer loyalty?

Revista: International Journal Of Retail & Distribution Management

Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 45 **Número:** 7/8 **Páginas, inicial:** 859 **final:** 873 **Año:** 2017 **Lugar de publicación:** INGLATERRA **ISSN:** 0959-0552

Clave: Artículo **Código Artículo:** 121399 **Orden:** 028 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citaciones:**

Área y posición dentro de ella:

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Adame-Sánchez, Consolación; Caplliure, Eva-María; Miquel-Romero, María-José
Título: Paving the Way for Coopetition: Drivers for Work-life Balance Policy Implementation
Revista: Review of Managerial Science
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 12 **Número:** 2 **Páginas, inicial:** 519 **final:** 533 **Año:** 2018 **Lugar de publicación:** ALEMANIA
ISSN: 1863-6683
Clave: Artículo **Código Artículo:** 122525 **Orden:** 029 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 2.393 **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella: MANAGEMENT, 97 de 217
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): José Martí-Parreño; Amparo Galbis-Córdova; María José Miquel-Romero
Título: Students' Attitude Towards the Use of Educational Video Games to Develop Competencies
Revista: Computers in Human Behavior
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 3 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 81 **Número:** April **Páginas, inicial:** 366 **final:** 377 **Año:** 2018 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 0747-5632
Clave: Artículo **Código Artículo:** 124129 **Orden:** 030 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 4.306 **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella: PSYCHOLOGY, EXPERIMENTAL, 4 de 88; PSYCHOLOGY, MULTIDISCIPLINARY, 11 de 137
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Currás, R., Dolz, C., Miquel, M.J. y Sánchez, I.
Título: How social, environmental, and economic CSR affects consumer's perceived value: Does perceived consumer effectiveness make a difference?
Revista: Corporate Social Responsibility And Environmental Management
Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 25 **Número:** --- **Páginas, inicial:** 733 **final:** 747 **Año:** 2018 **Lugar de publicación:** INGLATERRA
ISSN: 1535-3958
Clave: Artículo **Código Artículo:** 127148 **Orden:** 031 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 5.513 **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella: MANAGEMENT, 20 de 217; BUSINESS, 18 de 147; ENVIRONMENTAL STUDIES, 12 de 116
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Kun-Huang Huarng; Andrea Rey-Martí; María-José Miquel-Romero
Título: Quantitative and Qualitative Comparative Analysis in Business
Revista: Journal of Business Research
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 3 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 89 **Número:** August **Páginas, inicial:** 171 **final:** 174 **Año:** 2018 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 0148-2963
Clave: Otras publicaciones en revistas **Código Artículo:** 132833 **Orden:** 032 **Orden Relevancia:** **Carácter:**
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 4.028 **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella: BUSINESS, 30 de 147
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Schlesinger, Waleska; Cervera-Taulet, Amparo; Miquel-Romero, M. José
Título: ¿Cómo marca el patrocinio de un evento deportivo de alta implicación a la marca patrocinadora? Aplicación al caso de instituciones públicas
Revista: Cuadernos de Gestión
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 20 **Número:** 2 **Páginas, inicial:** 123 **final:** 147 **Año:** 2020 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1131-6837
Clave: Artículo **Código Artículo:** 134672 **Orden:** 033 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Sanz-Blas, S.; Buzova, D.; Miquel-Romero, M.J.
Título: From Instagram overuse to instastress and emotional fatigue: the mediation of addiction
Revista: Spanish Journal of Marketing ESIC
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 23 **Número:** 2 **Páginas, inicial:** 143 **final:** 161 **Año:** 2019 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 2444-9695
Clave: Artículo **Código Artículo:** 133850 **Orden:** 034 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Sanchez-Mena, Antonio; Marti-Parreño, Jose; Miquel-Romero, Maria-Jose
Título: Higher education instructors' intention to use educational video games: an fsQCA approach
Revista: Etr&d-Educational Technology Research and Development
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 3 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 67 **Número:** 6 **Páginas, inicial:** 1455 **final:** 1478 **Año:** 2019 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 1042-1629
Clave: Artículo **Código Artículo:** 135688 **Orden:** 035 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 2,303 **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella: EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH: 58 de 263
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cuadrado-García, M.; Miquel-Romero, M.J.; Montoro-Pons, J.D.
Título: Piracy revisited: exploring music users in the age of technology dependency
Revista: Scientific Annals of Economics and Business
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 2 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 66 **Número:** SI **Páginas, inicial:** 25 **final:** 35 **Año:** 2019 **Lugar de publicación:** **ISSN:** 2501-1960
Clave: Artículo **Código Artículo:** 134415 **Orden:** 036 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cuadrado García, Manuel; Miquel Romero, María José; Montoro Pons, Juan de Dios
Título: Género, motivaciones y frenos en el consumo de música en directo
Revista: Cuadernos Económicos del ICE
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: --- **Número:** 98 **Páginas, inicial:** 105 **final:** 124 **Año:** 2019 **Lugar de publicación:** ESPAÑA
ISSN: 0210-2633
Clave: Artículo **Código Artículo:** 135481 **Orden:** 038 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Nacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Mastrangelo, Leonardo; Cruz-Ros, Sonia; Miquel-Romero, Maria-Jose
Título: Crowdfunding success: the role of co-creation, feedback, and corporate social responsibility
Revista: International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 3 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 26 **Número:** 3 **Páginas, inicial:** 449 **final:** 466 **Año:** 2019 **Lugar de publicación:** INGLATERRA
ISSN: 1355-2554
Clave: Artículo **Código Artículo:** 138928 **Orden:** 039 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 3,529 **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella: BUSINESS: 50 de 152; MANAGEMENT: 69 de 226
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel Romero, María José; Frasquet del Toro, Marta; Mollà Descals, Alejandro
Título: The role of the store in managing postpurchase complaints for omnichannel shoppers
Revista: Journal of Business Research
Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 109 **Número:** 3 **Páginas, inicial:** 288 **final:** 296 **Año:** 2020 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
ISSN: 0148-2963
Clave: Artículo **Código Artículo:** 139317 **Orden:** 040 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 4.874 **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella: Business - 29 de 152
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Yee, Rachel W.Y.; Miquel-Romero, M.J.; Cruz-Ros, S.
Título: Work-life management for workforce maintenance: A qualitative comparative study
Revista: Journal of Business Research
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 2 **Autor de correspondencia:**
Volumen: 121 **Número:** --- **Páginas, inicial:** 329 **final:** 337 **Año:** 2020 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
ISSN: 0148-2963
Clave: Artículo **Código Artículo:** 142121 **Orden:** 041 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 4.874 **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella: Business, 29 de 152
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Frasquet-Deltoro, M.; Mollá-Descals, A.; Miquel-Romero, M.J.

Título: Omnichannel retailer brand experience: conceptualisation and proposal of a comprehensive scale

Revista: Journal Of Brand Management

Número de autores: Posición dentro de autores: 0 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 28 **Número:** 4 **Páginas, inicial:** 388 **final:** 401 **Año:** 2021 **Lugar de publicación:** INGLATERRA

ISSN: 1350-231X

Clave: Artículo **Código Artículo:** 145739 **Orden:** 042 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico: <https://doi.org/10.1057/s41262-021-00233-x>

Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 4.35 **Número de citaciones:**

Área y posición dentro de ella: MANAGEMENT, 119 de 226; BUSINESS, 92 de 154

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cruz-Ros, Sonia; Guerrero-Sanchez, Diana; Miquel-Romero, Maria-Jose

Título: Absorptive capacity and its impact on innovation and performance: findings from SEM and fsQCA

Revista: Review of Managerial Science

Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 3 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 15 **Número:** --- **Páginas, inicial:** 235 **final:** 249 **Año:** 2021 **Lugar de publicación:** ALEMANIA

ISSN: 1863-6683

Clave: Artículo **Código Artículo:** 132245 **Orden:** 043 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 3 **Número de citaciones:**

Área y posición dentro de ella: MANAGEMENT, 89 de 226

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Marta Frasquet; Maria-Jose Miquel-Romero

Título: Competitive (versus Loyal) Showrooming: An Application of the Push-Pull-Mooring Framework

Revista: Journal Of Retailing And Consumer Services

Número de autores: 2 **Posición dentro de autores:** 2 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 62 **Número:** September **Páginas, inicial:** 1 **final:** 10 **Año:** 2021 **Lugar de publicación:**

INGLATERRA **ISSN:** 0969-6989

Clave: Artículo **Código Artículo:** 147889 **Orden:** 044 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 10.972 **Número de citaciones:**

Área y posición dentro de ella: BUSINESS, 16 de 154

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Luis-Edwin Chimborazo-Azogoe; Marta Frasquet; Alejandro Molla-Descals; Maria-Jose Miquel-Romero

Título: Understanding Mobile Showrooming Based on a Technology Acceptance and Use Model

Revista: Sustainability

Número de autores: 4 **Posición dentro de autores:** 4 **Autor de correspondencia:**

Volumen: 13 **Número:** 7288 **Páginas, inicial:** 1 **final:** 17 **Año:** 2021 **Lugar de publicación:** SUIZA **ISSN:** 2071-1050

Clave: Artículo **Código Artículo:** 147890 **Orden:** 045 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional

Enlace electrónico:

Base de datos de indexación: Science Citation Index (SCI); Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 3.889 **Número de citaciones:**

Área y posición dentro de ella: GREEN & SUSTAINABLE SCIENCE & TECHNOLOGY (SOCIAL SCIENCE ED.), 7 de 9; ENVIRONMENTAL SCIENCES, 133 de 279; ENVIRONMENTAL STUDIES, 57 de 127; GREEN & SUSTAINABLE SCIENCE & TECHNOLOGY (SCIENCE ED.), 35 de 47

Indicios de calidad:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Yee, R.; Miquel-Romero, M.J; Cruz-Ros, S.
Título: Why and how to use enterprise social media platforms: The employee's perspective
Revista: Journal of Business Research
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:** N
Volumen: 137 **Número:** --- **Páginas, inicial:** 517 **final:** 526 **Año:** 2021 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 0148-2963
Clave: Artículo **Código Artículo:** 148952 **Orden:** 045 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: Social Science Citation Index (SSCI) **Factor de impacto:** 10.969 **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella: BUSINESS, 17 de 154
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Chimborazo-Azogue. L.E.; Molla-Descals, A.; Miquel-Romero, M-J.; Frasquet, M.
Título: Mobile Dependency and Uncertainty Reduction: Influence on Showrooming Behaviours and User-generated Content Creation
Revista: International Journal Of Retail & Distribution Management
Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:** N
Volumen: 50 **Número:** 8/9 **Páginas, inicial:** 996 **final:** 1014 **Año:** 2022 **Lugar de publicación:** INGLATERRA **ISSN:** 0959-0552
Clave: Artículo **Código Artículo:** 158740 **Orden:** 046 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cuadrado-García, M; Montoro-Pons, J.D; Miquel-Romero, M.J.
Título: Music Studies as Cultural Capital Accumulation and its Impact on Music Genre Preferences
Revista: International Journal Of Music Education
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 3 **Autor de correspondencia:** N
Volumen: 41 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** 38 **final:** 51 **Año:** 2023 **Lugar de publicación:** INGLATERRA **ISSN:** 0255-7614
Clave: Artículo **Código Artículo:** 158941 **Orden:** 047 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Cuadrado-García, M; Montoro-Pons, J.D; Miquel-Romero, M.J.
Título: Measuring Music-genre Preferences: Discrepancies between Direct and Indirect Methods
Revista: Psychology Of Music
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 3 **Autor de correspondencia:** N
Volumen: 51 **Número:** 3 **Páginas, inicial:** 1026 **final:** 1044 **Año:** 2023 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 0305-7356
Clave: Artículo **Código Artículo:** 158942 **Orden:** 048 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citaciones:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Palma-Martos, M.L.; Miquel-Romero, M.J.; Morano-de-Eguino, A.
Título: Eurovision as Support for the LGBT Collective: Perceptions based on the Profile of its Audience
Revista: International Journal Of Arts Management
Número de autores: **Posición dentro de autores:** 0 **Autor de correspondencia:** N
Volumen: 25 **Número:** 3 **Páginas, inicial:** 46 **final:** 58 **Año:** 2023 **Lugar de publicación:** CANADÁ **ISSN:** 1480-8986
Clave: Artículo **Código Artículo:** 777442 **Orden:** 049 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Frasquet, M.; Miquel-Romero, M.J.; Mollá-Descals, A.
Título: When Showrooming is not a Threat: Uncovering Opportunities for Showroomer Retention
Revista: Electronic Commerce Research And Applications
Número de autores: 3 **Posición dentro de autores:** 2 **Autor de correspondencia:** N
Volumen: 60 **Número:** July-August **Páginas, inicial:** 101287 **final:** --- **Año:** 2023 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 1567-4223
Clave: Artículo **Código Artículo:** 777443 **Orden:** 050 **Orden Relevancia:** **Carácter:** Internacional
Enlace electrónico:
Base de datos de indexación: **Factor de impacto:** **Número de citas:**
Área y posición dentro de ella:
Indicios de calidad:
Observaciones:

Publicaciones en libros

Autores (p.o. de firma): Miquel, Salvador; Parra, Francisca; L'hermie, Christian; Miquel, María José

Título: Distribución Comercial (1ª edición)

Libro:

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores: 4

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 294 **Año:** 1996 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** --- **Depósito legal:** ---

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 052791 **Orden:** 001 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Bigné, E.; Martínez, C. y Miquel M^a.J.

Título: The Influence of Motivation, Experience and Satisfaction on the Quality of Service of Travel Agencies

Libro: Managing Service Quality

Editorial: eds. Kunst y Lemmink. Paul Chapman

Número de autores: 3

Volumen: III **Número:** --- **Páginas, inicial:** 53 **final:** 70 **Año:** 1997 **Lugar de publicación:** (REINO UNIDO) **ISBN:** --- **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 010732 **Orden:** 002 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Internacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, Salvador; Parra, Francisca; L'hermie, Christian; Miquel, María José

Título: Distribución Comercial (2ª edición revisada y actualizada)

Libro:

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores: 4

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 403 **Año:** 1997 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** --- **Depósito legal:** ---

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 052792 **Orden:** 003 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, S.; Bigné, E.; Levy, Jean P.; Cuenca, A.C. y Miquel M^a J.

Título: Investigación de Mercados

Libro:

Editorial: McGraw Hill

Número de autores: 5

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** **final:** **Año:** 1997 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: --- **Depósito legal:** ---

Clave: Libro de contenido científico **Código Publicación:** 010697 **Orden:** 004 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Na

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, M.J.

Título: La repetición del anuncio

Libro: Eficacia Publicitaria. Teoría y Práctica

Editorial: McGraw Hill

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 197 **final:** 210 **Año:** 1999 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 84-481-2451-0 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 052793 **Orden:** 005 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, Salvador; Parra, Francisca; L'hermie, Christian; Miquel, María José

Título: Distribución Comercial (3ª edición revisada y actualizada)

Libro:

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores: 4

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 299 **Año:** 1999 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** 84-7356-205-4 **Depósito legal:** 35.051.1999

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 052794 **Orden:** 006 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, M.J.

Título: La creatividad en la planificación de medios. Una vía de mejora en la eficacia publicitaria

Libro: Temas de Investigación en Medios Publicitarios

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores: 1

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 131 **final:** 152 **Año:** 2000 **Lugar de publicación:** Pozuelo de Alarcon (Madrid) (ESPAÑA) **ISBN:** 84-7356-230-5 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 052795 **Orden:** 007 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, Salvador; Parra, Francisca; L'hermie, Christian; Miquel, María José

Título: Distribución Comercial (4ª edición revisada y actualizada)

Libro:

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores: 4

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 426 **Año:** 2000 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** --- **Depósito legal:** ---

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 052796 **Orden:** 008 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): CAPLLIURE, E. M.; MIQUEL, M.J. Y ROYO, M.

Título: Marketing a través de Internet

Libro: Máster de Comercio Electrónico en el Mercado Global

Editorial: ADEIT Fundación Universidad Empresa de Valencia

Número de autores: 3

Volumen: X **Número:** --- **Páginas, inicial:** X-1 **final:** X-84 **Año:** 2001 **Lugar de publicación:** Valencia (ESPAÑA) **ISBN:** --- **Depósito legal:** ---

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 010771 **Orden:** 009 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): CAPLLIURE, E. M.; MIQUEL, M.J. Y PADRÓS, J.

Título: Situación Actual y Perspectivas en el Comercio Electrónico

Libro: Máster de Comercio Electrónico en el Mercado Global

Editorial: ADEIT Fundación Universidad Empresa de Valencia

Número de autores: 3

Volumen: VIII **Número:** --- **Páginas, inicial:** 8-1 **final:** 8-100 **Año:** 2001 **Lugar de publicación:** Valencia (ESPAÑA) **ISBN:** --- **Depósito legal:** ---

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 010772 **Orden:** 010 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, M.J.

Título: Mensaje y creatividad publicitaria

Libro: Promoción Comercial: Un enfoque integrado

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores: 1

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 197 **final:** 241 **Año:** 2003 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** 84-7356-350-6 **Depósito legal:** M. 27.261-2003

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 000751 **Orden:** 011 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Randall, G.

Título: Principios de Marketing

Libro:

Editorial: Aranzadi (Thomson Reuters)

Número de autores: 1

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 370 **Año:** 2003 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** 1-86152-668-7 **Depósito legal:** M-31.024-2003

Clave: Otros **Código Publicación:** 000752 **Orden:** 012 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones: Revisión técnica realizada por Miquel, S. y Miquel, M.J.

Autores (p.o. de firma): Miquel, S.; Escriba, J.; Clar, F.; Miquel, M.J.; Parra, F.

Título: Animación del punto de venta

Libro: Animación del punto de venta

Editorial: McGraw Hill

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 178 **Año:** 2004 **Lugar de publicación:** Aravaca-Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** 84-481-4090-7 **Depósito legal:** M. 17.284-2004

Clave: Otros **Código Publicación:** 006907 **Orden:** 013 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones: Se completa con Solucionario y Recursos didácticos y CD del profesor

Autores (p.o. de firma): Miquel, S.; Escriba, J.; Clar, F.; Miquel, M.J.; Parra, F.

Título: Animación del punto de venta. Solucionario y recursos didácticos

Libro: Animación del punto de venta. Solucionario y recursos didácticos

Editorial: McGraw Hill

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 72 **Año:** 2004 **Lugar de publicación:** Aravaca - Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** 84-481-4261-6 **Depósito legal:** M. 21.827-2004

Clave: Otros **Código Publicación:** 006908 **Orden:** 014 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones: Complementa al texto y al CD del profesor

Autores (p.o. de firma): Aldás, J.; Bigné, J.E.; Cuenca, A. C; Miquel, M. J.

Título: Fuentes Secundarias para la Investigación de Mercados y Gestión de Bases de Datos

Libro: Fuentes Secundarias para la Investigación de Mercados y Gestión de Bases de Datos

Editorial: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia

Número de autores: 4

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** **final:** **Año:** 2004 **Lugar de publicación:** Valencia (ESPAÑA) **ISBN:** 84-89241-90-2 **Depósito legal:** ---

Clave: Libro de contenido científico **Código Publicación:** 018684 **Orden:** 015 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Na

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, Salvador; Parra, Francisca; L'hermie, Christian; Miquel, María José

Título: Distribución Comercial (5ª edición revisada y ampliada)

Libro:

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores: 4

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 366 **Año:** 2006 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** 84-7356-442-1 **Depósito legal:** M. 7.421-2006

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 018931 **Orden:** 017 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones: 5ª Edición revisada y ampliada

Autores (p.o. de firma): Salvador Miquel Peris; Francisca Parra Guerrero; Christian L'Hermie; María José Miquel Romero

Título: Distribución Comercial - 6ª edición revisada y actualizada

Libro: Distribución Comercial

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores: 4

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 482 **Año:** 2008 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 9788473565370 **Depósito legal:** M37864-2008

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 028775 **Orden:** 018 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel Peris, Salvador; Escrivá Monzón, Joan; Clar Bononad, Federico; Miquel Romero, María José; Parra Guerrero, Francisca

Título: Animación del punto de venta

Libro: Animación del punto de venta

Editorial: McGraw Hill

Número de autores: 5

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 205 **Año:** 2008 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 8448164091 **Depósito legal:** ---

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 028776 **Orden:** 019 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel Peris, Salvador; Escrivá Monzón, Joan; Clar Bononad, Federico; Miquel Romero, María José; Parra Guerrero, Francisca

Título: Animación del punto de venta. Guía Didáctica

Libro:

Editorial: McGraw Hill

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 50 **Año:** 2008 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 8448164105 **Depósito legal:** ---

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 028777 **Orden:** 020 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones: Se complementa con un CD del profesor. ISBN: 8448164113

Autores (p.o. de firma): Caplliure, E.M.; Cuenca, A.C. y Miquel, M.J.

Título: L'Informació Element Clau per conèixer el mercat

Libro: L'Informació Element Clau per conèixer el mercat

Editorial:

Número de autores: 3

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 65 **Año:** 2009 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: --- **Depósito legal:** ---

Clave: Otros libros **Código Publicación:** 039881 **Orden:** 021 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, M.J; Cuadrado, M.

Título: Campaña de sensibilización en una biblioteca universitaria

Libro: Mercados culturales. Doce estudios de marketing

Editorial: UOC

Número de autores: 2

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 119 **final:** 134 **Año:** 2010 **Lugar de publicación:** Barcelona (ESPAÑA) **ISBN:** 978-84-9788-127-2 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 034135 **Orden:** 022 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): María José Miquel-Romero; Franco Manuel Sancho-Esper

Título: The Influence of Alcohol Advertising in Underage Versus Overage Alcohol Consumption: Affective Responses and Advertising Effectiveness

Libro: Advances in Advertising Research (Vol. 2): Breaking New Ground in Theory and Practice (European Advertising Academy)

Editorial: Gabler

Número de autores: 2

Volumen: 2 **Número:** --- **Páginas, inicial:** 91 **final:** 106 **Año:** 2011 **Lugar de publicación:** (ALEMANIA)

ISBN: 3834931349 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 042483 **Orden:** 023 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Internacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Rafael Currás-Pérez; María José Miquel-Romero; Carla Ruiz-Mafé; Silvia Sanz-Blas

Título: The Role of Parasocial Interaction and Teleparticipation on Teleshopping Behavior

Libro: Advances in Advertising Research (Vol. 2): Breaking New Ground in Theory and Practice (European Advertising Academy)

Editorial: Gabler

Número de autores: 4

Volumen: 2 **Número:** --- **Páginas, inicial:** 175 **final:** 198 **Año:** 2011 **Lugar de publicación:** (ALEMANIA)

ISBN: 3834931349 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 042484 **Orden:** 024 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Internacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Caplliure, E.; Miquel, M.J.; Pérez, C.

Título: La MDD en productos electrónico (Cap. 6, apartado 4)

Libro: Marcas de Distribuidor. Concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos. Puelles Pérez, J.A.; Gómez Suárez, M.; Puelles Gallo, M. (Coords.)

Editorial: Pirámide (Grupo Anaya, Hachette Livre)

Número de autores: 3

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 124 **final:** 129 **Año:** 2011 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** 978-84-368-2467-4 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 042485 **Orden:** 025 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel Romero, M.J.; Caplliure Giner, E.V., Pérez Cabañero, C.

Título: La marca de distribuidor como herramienta de marketing de relaciones

Libro: Estrategias multicanal en el ámbito de la distribución: fabricante y distribuidor preocupados por ofrecer nuevas experiencias de compra diferenciadas

Editorial: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Número de autores: 3

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 129 **final:** 144 **Año:** 2012 **Lugar de publicación:** Oviedo (ESPAÑA) **ISBN:** 978-84-8367-395-9 **Depósito legal:** AS 2805-2012

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 052797 **Orden:** 026 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): María José Miquel Romero,

Título: El resurgimiento de las relaciones públicas: Event marketing, Street marketing y otras nuevas acciones

Libro: Marketing en una nueva era

Editorial: Garceta

Número de autores: 20

Volumen: - **Número:** - **Páginas, inicial:** 269 **final:** 286 **Año:** 2013 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** 978-84-1545-248-5 **Depósito legal:** M-27117-2013

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 056941 **Orden:** 027 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Martínez Pérez, J.F.; Miquel Romero, M.J.

Título: La gestión del talento en el ámbito de la innovación y los resultados de la empresa valenciana.

Libro: Innovación en la empresa valenciana: rutas de presente hacia un futuro competitivo. Cervera, A. y Hermosilla J. coord.

Editorial: Universitat de València

Número de autores: 2

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 56 **final:** 65 **Año:** 2013 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA) **ISBN:** 8437092604 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 056942 **Orden:** 028 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Andreu-Simó, L.; Miquel-Romero, M.J.; Wetherell, S.

Título: Eficacia de los formatos digitales: influencia conjunta del diseño creativo y la implicación hacia el producto en los banners publicitarios

Libro: Vázquez, R.; Trespalacios, J.A.; Estrada, E. y González, C. (coords.). Estrategias de Distribución y Comportamiento de Compra Multicanal: Tendencias y Oportunidades para que Fabricante y Distribuidor Rentabilicen sus Decisiones de Marketing. Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial.

Editorial: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Número de autores: 3

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 189 **final:** 208 **Año:** 2013 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 978-84-8367-431-4 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 056943 **Orden:** 029 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Berenguer-Contri, G.; Miquel-Romero, M.J.; Serra-Cantalops, A.

Título: Una experiencia de shopping

Libro: Casos de comportamiento del consumidor. Reflexiones para la dirección de marketing

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores: 3

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 254 **final:** 257 **Año:** 2013 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** 978-84-7356-956-9 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 058626 **Orden:** 029 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Andreu, L.; Miquel-Romero, M.J.; Moreno, A.R.

Título: La imagen del establecimiento comercial y su influencia en la intención de recompra de los clientes: el caso del pequeño comercio minorista

Libro: Experiencia y comportamiento del cliente en un entorno multicanal: claves de éxito para fabricantes y detallistas

Editorial: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 19 **final:** 34 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** Oviedo (ESPAÑA) **ISBN:** 978-84-8367-469-7 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 063845 **Orden:** 030 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel-Romero, M.J., Caplliure, E.M., Perez, C. y Bigné, E.

Título: Do men and women differ When Purchasing Private Label Goods

Libro: National Brands and Private Labels in Retailing. First International Symposium NB&PL.

Editorial: Springer

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 113 **final:** 120 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 978-3-319-07193-0 **Depósito legal:** ---

Clave: Libro de contenido científico **Código Publicación:** 061865 **Orden:** 031 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Int

Enlace electrónico: http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-07194-7_11

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel, M.J, Caplliure, E.M., Perez, C. y Bigné, E.

Título: Do Men and Women Differ When Purchasing Private Label Goods?

Libro: National Brands and Private Labels in Retailing

Editorial: Springer

Número de autores: 4

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 113 **final:** 120 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** (REINO UNIDO) **ISBN:** 2198-7246 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 063509 **Orden:** 032 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Internacional

Enlace electrónico: <http://www.springer.com/us/book/9783319071930>

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Caplliure, Eva; Currás, Rafael; Miquel, María-José; Pérez, Carmen

Título: Attitude, Quality and Satisfaction Toward Distributor Brands in Durable Goods: The Influence of Consumers' Price Consciousness

Libro: Advances in National Brand and Private Label Marketing

Editorial: Springer

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 177 **final:** 183 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** (ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA) **ISBN:** 978-3-319-20182-5 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 066650 **Orden:** 033 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Internacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Bigne, Enrique; Caplliure, Eva-María; Miquel, María-José

Título: Store Brands in Tourist Services

Libro: Advances in National Brand and Private Label Marketing

Editorial: Springer

Número de autores: 3

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 139 **final:** 148 **Año:** 2016 **Lugar de publicación:** Barcelona (ESPAÑA) **ISBN:** 978-3-319-39 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 070458 **Orden:** 034 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Internacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones: Editors: Martinez-Lopez, Francisco J., Gázquez-Abad, Juan Carlos, Gijbrecht, Els (Eds.)

Autores (p.o. de firma): Frasquet, M.; Miquel, M.J.; Molla, A.

Título: Complaining at the store or through social media: the influence of the purchase channel

Libro: Advances in National Brand & Private Label Marketing

Editorial: Springer

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 87 **final:** 94 **Año:** 2017 **Lugar de publicación:** (SUIZA)

ISBN: --- **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 075013 **Orden:** 035 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Internacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Miquel-Romero MJ., Frasquet-Deltoro M., Molla-Descals A.

Título: Consumer Motivations for Click-and-Collect and Home Delivery in Online Shopping

Libro: Advances in National Brand & Private Label Marketing

Editorial: Springer

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 115 **final:** 122 **Año:** 2018 **Lugar de publicación:** (SUIZA)

ISBN: 978-3-319-92083-2 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 079257 **Orden:** 036 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Internacional

Enlace electrónico:

URL Repositorio Institucional:

Observaciones:

Autores (p.o. de firma): Consolación Adame, María-José Miquel-Romero, Eva María Caplliure, Consuelo León
Título: Confinamiento Familiar y Teletrabajo: ¿Nuevas Tensiones Trabajo y Familia?
Libro: Teletrabajo y Conciliación en el Contexto de la COVID-19. Nuevos retos en el marco de la prevención de la violencia de género y la calidad de vida de las mujeres (PEVG 2020)
Editorial: Aranzadi (Thomson Reuters)
Número de autores: 4
Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 79 **final:** 103 **Año:** 2020 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)
ISBN: 978-84-1345-309-5 **Depósito legal:** NA 1693-2020
Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 089384 **Orden:** 037 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional
Enlace electrónico:
URL Repositorio Institucional:
Observaciones: El capítulo forma parte del proyecto GV19-2019. Libro financiado por el Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad.

Autores (p.o. de firma): Cervera-Taulet, A.; Schlesinger, W.; Sanz-Blas, S.; Miquel-Romero, M.J. y Pérez-Cabañero, C.
Título: Cómo percibe el residente en València los impactos del desarrollo turístico de su ciudad
Libro: Investigaciones hacia un modelo económico de territorio sostenible
Editorial: Càtedra Model Econòmic Sostenible València i Entorn, Universitat de València
Número de autores:
Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 60 **final:** 73 **Año:** 2022 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)
ISBN: 978-84-09-41643-1 **Depósito legal:** ---
Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 094792 **Orden:** 038 **Orden Relevancia:** **Editorial:** Nacional
Enlace electrónico:
URL Repositorio Institucional:
Observaciones:

Estancias en Centros de Investigación

Centro: University of Glasgow, Business School

Localidad: Glasgow **País:** REINO UNIDO **Año:** 1996 **Duración:** 3 Meses

Tema: Investigación en Eficacia publicitaria

Clave: Doctorando

Centro: Salford University

Localidad: Salford **País:** REINO UNIDO **Año:** 1997 **Duración:** 3 Meses

Tema: Investigación en Eficacia Publicitaria

Clave: Post-doctoral

Centro: HEC Montreal, Chais in Arts Mangement

Localidad: Montreal **País:** CANADÁ **Año:** 2017 **Duración:** 2 Meses

Tema: The impact of perceived externalities of cultural events on residents

Clave: Post-doctoral - Julio-Agosto 2017

Tesis, tesinas y trabajos

Título: Destinos turísticos y su imagen: Un marco conceptual de análisis

Autor/a: Anahí González Morante

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2003 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Investigación 6 créditos **Situación:** Dirección

Título: La provincia de Valencia como destino Turístico: Un análisis de la demanda y experiencia turística de Residentes y no residentes

Autor/a: Anahí González Morante

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2003 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Investigación 6 créditos **Situación:** Dirección

Título: Los roles de género en la publicidad infantil: Estudio exploratorio de los anuncios de juguetes en Televisión

Autor/a: M^a José Caplliure Giner

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2003 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Investigación 6 créditos **Situación:** Dirección

Título: Influencia de la publicidad televisiva de bebidas alcohólicas sobre la intención de consumo de los adolescentes

Autor/a: Franco Manuel Sancho Espert

Universidad: Universitat d'Alacant

Facultad/Escuela: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Año: 2007 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Investigación 6 créditos **Situación:** Dirección

Título: El marketing viral: Una aproximación al proceso

Autor/a: Clara Idolinda Amalia Benavides Martínez

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2008 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Investigación 6 créditos **Situación:** Dirección

Título: Evasión publicitaria en el ámbito del correo electrónico: Un análisis de sus antecedentes

Autor/a: Clara Idolinda Amalia Benavides Martínez

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2008 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Investigación 6 créditos **Situación:** Dirección

Título: A research on the possibilities to gain and use customer emotions and feelings to build a positive experience for a B2C brand/product - a study conducted on the basis of Henkel's fabric softener brand 'vernel' to gain competitive advantage. Tesis de Máster de 30 créditos.

Autor/a: Marcel Magner

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2008 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: The impact of in-game advertising on player's attitude and purchasing behavior towards video games. Tesis de máster de 30 créditos.

Autor/a: James Wydick

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2008 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Plan de Marketing de Event

Autor/a: Marta Imbernón

Universidad: Universitat de València -Cámara de Comercio

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2008 **Calificación:** Apto **Clave:** Tesis de Master **Situación:** Dirección

Título: Influencia de la imagen de la marca privada en la formación del valor de marca del establecimiento
Autor/a: Aina Borredá Pérez
Universidad: Universitat de València
Facultad/Escuela: Facultat d'Economia
Año: 2009 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Plan de Marketing para la creación de Easy Hostels
Autor/a: Claudia Llopis González
Universidad: Universitat de València
Facultad/Escuela: Facultat d'Economia
Año: 2009 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Plan de Marketing para el programa de emprendedores: Idea Tu Empresa, de TechnoServe Nicaragua
Autor/a: Anielka María Pérez Picado
Universidad: Universitat de València
Facultad/Escuela: Facultat d'Economia
Año: 2009 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Estrategias de marketing para incrementar la imagen y notoriedad de las comunicaciones de RSC realizadas a través de la web corporativa de la Caja de Ahorros de Valencia, Castellón y Alizante, Bancaja
Autor/a: Kelly Elizabeth Meza Hernández
Universidad: Universitat de València
Facultad/Escuela: Facultat d'Economia
Año: 2009 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: The development of product placement into a professionalized communication tool. An analysis of the 15 top-grossing Hollywood movies of 2007 and 2008.
Autor/a: Anna-Christina Riebau
Universidad: Universitat de València
Facultad/Escuela: Facultat d'Economia
Año: 2009 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Creación de una nueva Línea de Productos para la marca Xococa, llamada 'Xococa Basics'
Autor/a: Juanita Durán Castellano
Universidad: Universitat de València
Facultad/Escuela:
Año: 2009 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Imagen de fundación Bancaja: Plan de Marketing para propuestas de mejora
Autor/a: Francis Sarahí Zeledón Guevara
Universidad: Universitat de València
Facultad/Escuela: Facultat d'Economía
Año: 2010 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de 12 o más créditos **Situación:** Dirección

Título: Plan de Marketing para Leaderbrock: Innovación en el mundo del deporte
Autor/a: Reyes Corbí Salañer
Universidad: Universitat de València
Facultad/Escuela: Facultat d'Economía
Año: 2010 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de 12 o más créditos **Situación:** Dirección

Título: Plan de Marketing: Programa de Fortalecimiento de Capacidades en Gestión de riesgos para Centroamérica, PFC-GR
Autor/a: Miriam Marlene Chávez Alfaro
Universidad: Universitat de València
Facultad/Escuela: Facultat d'Economía
Año: 2010 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de 12 o más créditos **Situación:** Dirección

Título: Medición de la imagen proyectada de la Universitat de València como vía hacia la mejora de su comunicación

Autor/a: Juan J. Martín-Zamorano Ecija

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economía

Año: 2010 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de 12 o más créditos **Situación:** Dirección

Título: Desde la generación de ideas hasta la comercialización: Plan de Marketing de Bijoux Box

Autor/a: Ainhoa Fuster Guerrero

Universidad: València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economía

Año: 2011 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de menos de 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Bicultural Advertising: Targeting the True Hispanic Consumer

Autor/a: Andrew Hamilton

Universidad: València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economía

Año: 2011 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de 12 o más créditos **Situación:** Dirección

Título: Proyecto Reforma Leroy Merlyn - Massanassa

Autor/a: Rocío Isabel García Panadero

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economía

Año: 2011 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de menos de 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Eclipsing in Celebrity Endorsements: An Exploratory Study

Autor/a: Patrick Oechsli

Universidad: València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economía

Año: 2013 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de 12 o más créditos **Situación:** Dirección

Título: Analyzing Online Banner Effectiveness in the the age of the Consious Consumer: The Role of Creative Design and Involvement

Autor/a: Sean Wetherell

Universidad: València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economía

Año: 2012 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de 12 o más créditos **Situación:** Dirección

Título: El Valor Percibido en el E-gobierno: Validación de la Dimensionalidad y Estructura de la Escala de Medida

Autor/a: Ana González López

Universidad: València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economía

Año: 2013 **Calificación:** Notable **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de 12 o más créditos **Situación:** Dirección

Título: Plan de Marketing para el lanzamiento de PADHE

Autor/a: Elena García Estla

Universidad: València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economía

Año: 2013 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Trabajo de Master o de Tercer ciclo de 12 o más créditos **Situación:** Dirección

Título: Valor Percibido e intención de compra de la música grabada

Autor/a: Jon Icazuariaga Bárcena

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultad de Economía

Año: 2016 **Calificación:** Apto **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Product Placement en videojuegos para adolescentes: Recuerdo de marca, congruencia y proximidad

Autor/a: Nuria Alabau Tejada

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultad de Economía

Año: 2016 **Calificación:** Apto **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Celebrity Endorsement: Influencia de la identificación del aficionado y de la colisión de marcas en el valor percibido

Autor/a: Eduardo Fons D´Ocón

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultad de Economía

Año: 2016 **Calificación:** Apto **Clave:** Trabajo de Investigación 12 créditos **Situación:** Dirección

Título: Brand placement en videojuegos con y sin realidad virtual: Eficacia en el consumidor adolescente

Autor/a: Nuria Alabau Tejada

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultad de Economía

Año: 2019 **Calificación:** Sobresaliente cum laude **Clave:** Tesis Doctoral **Situación:** Dirección

Título: Determinantes de la influencia del WOM en la prescripción de medicamento: La perspectiva del facultativo sanitario

Autor/a: Alejandro Utrilla Gómez

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2019 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Tesis Doctoral **Situación:** Dirección

Título: Celebrity endorsement: Influence of fan identification and brand collision on brand awareness and perceived value

Autor/a: Eduardo Fons D´Ocón

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultad de Economía

Año: 2020 **Calificación:** Sobresaliente cum laude **Clave:** Tesis Doctoral con Mención Internacional **Situación:** Dirección

Título: El uso del teléfono inteligente en los procesos de compra en el contexto omnicanal: comercio móvil y showrooming

Autor/a: Luis Edwin Chimborazo Azogue

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2022 **Calificación:** Sobresaliente cum laude **Clave:** Tesis Doctoral **Situación:** Dirección

Título: Is the UTAUT2 Model Appropriate to Understand Factors Affecting the Intentions to Use Smartphone apps?

Autor/a: Wellington Arturo Álvarez Baque

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela: Facultat d'Economia

Año: 2021 **Calificación:** Apto **Clave:** Trabajo de Investigación 6 créditos **Situación:** Dirección

Otras Actividades

Actividad: Coordinadora del programa Sócrates-Erasmus para la titulación de A.D.E. de la Universitat de València
Fechas: 01/09/2003 - 31/07/2006
Ámbito: Internacional
Clasificación: Cargo Académico
Entidad:

Actividad: Co-dirección del Master en Marketing y Comunicación - 6ª edición hasta el curso 2015-2016, que es la 13ª edición
Fechas: 01/09/2008 -
Ámbito: Nacional
Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos
Entidad: Universitat de València, Cámara de Comercio

Actividad: Co-dirección del Diploma en Gestión de la Comunicación en Marketing - 6ª edición hasta la 10ª edición
Fechas: 01/09/2008 -
Ámbito: Nacional
Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos
Entidad: Universitat de València, Cámara de Comercio

Actividad: Co-dirección del Diploma en Marketing Estratégico- 6ª edición hasta la 10ª edición
Fechas: 01/09/2008 -
Ámbito: Nacional
Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos
Entidad: Universitat de València, Cámara de Comercio

Actividad: Secretaria de Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València
Fechas: 09/2010 - 09/2016
Ámbito:
Clasificación: Sin Especificar
Entidad:

Actividad: Reconocimiento al artículo más citado en el periodo 2010-2014 en la Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa: Enrique Bigné, Aina Borredá y María José Miquel (2013): 'El valor Percibido del Establecimiento y su relación con la Imagen de Marca Privada: Efecto moderador del Conocimiento de la Marca Privada como oferta propia del Establecimiento'. Vol. 22, No. 1.
Fechas: 01/09/2015 - 01/09/2015
Ámbito: Internacional
Clasificación: Premios, Menciones y distinciones honoríficas
Entidad: Fundación Camilo Prado

Actividad: Reconocimiento al artículo más citado en el periodo 2011-2015 en la Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa: Enrique Bigné, Aina Borredá y María José Miquel (2013): 'El valor Percibido del Establecimiento y su relación con la Imagen de Marca Privada: Efecto moderador del Conocimiento de la Marca Privada como oferta propia del Establecimiento'. Vol. 22, No. 1.
Fechas: 01/09/2016 - 01/09/2016
Ámbito: Internacional
Clasificación: Premios, Menciones y distinciones honoríficas
Entidad: Fundación Camilo Prado

Actividad: Reconocimiento al artículo más citado en el periodo 2012-2016 en la Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa: Enrique Bigné, Aina Borredá y María José Miquel (2013): 'El valor Percibido del Establecimiento y su relación con la Imagen de Marca Privada: Efecto moderador del Conocimiento de la Marca Privada como oferta propia del Establecimiento'. Vol. 22, No. 1.
Fechas: 02/10/2017 - 02/10/2017
Ámbito: Internacional
Clasificación: Premios, Menciones y distinciones honoríficas
Entidad: Fundación Camilo Prado

Actividad: Seminario experimental en gestión de emociones (seminario impartido en inglés)

Fechas: 22/05/2019 - 03/06/2019

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos y Seminarios Recibidos

Entidad: Universitat de València - SFPIE

Actividad: Ús avançat de Moodle

Fechas: 24/01/2019 - 25/01/2019

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos y Seminarios Recibidos

Entidad: Universitat de València - SFPIE

Actividad: III Workshop Sección Marketing ACEDE - Asociación Insight Analytics: NUEVAS ORIENTACIONES EN LA INVESTIGACIÓN DE MARKETING: BIG DATA Y APLICACIONES EMPRESARIALES

Fechas: 23/01/2020 - 24/01/2020

Ámbito: Nacional

Clasificación: Cursos y Seminarios Recibidos

Entidad: Universitat Jaume I

Actividad: Miembro del Grupo de Investigación 'Servicio, Innovación y Valor - SIV' (GIUV2016-32). Directora: Amparo Cervera Taulet

Fechas: 31/01/2018 - 14/12/2020

Ámbito: Nacional

Clasificación: Grupos con los que Mantiene Relación

Entidad: Universitat De València

Actividad: Miembro colaborador del Grupo de Investigación 'Economía creativa y mercados culturales - CREAMARKT' (GIUV2020-470). Director: Manuel Cuadrado García

Fechas: 15/12/2020 -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Grupos con los que Mantiene Relación

Entidad: Universitat de València

Actividad: Miembro del "Grupo de investigación en marketing, internacionalización y gestión del canal de distribución (MARKINADIS)" GIUV2013-146. Director: Alejandro Mollá Descals

Fechas: 15/12/2020 -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Grupos con los que Mantiene Relación

Entidad: Universitat de València

Conferencias

Título: Importancia de la Ética en la Comunicación y en el Marketing Empresarial

Localidad: Valencia - Facultat d'Economia **País:** ESPAÑA **Fecha:** 03/12/2020

Denominación del acto: Ética y Empresa: el Valor del Buen Hacer

Título: Aplicaciones en marketing de QCA: elección de la tienda física como canal de queja

Localidad: Madrid - Universidad Autónoma **País:** ESPAÑA **Fecha:** 17/01/2020

Denominación del acto: Análisis cualitativo comparado (QCA) en marketing

Contribuciones a Congresos

Autores: Miquel, M.J.; Cuenca, A.C.; Royo, M.
Título: Las actitudes y su medición en marketing. Un caso de reflexión
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VII Congreso Nacional y III Congreso Hispano-Francés (AEDEM)
Publicación: Actas del Congreso
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Córdoba **País::** ESPAÑA **Año:** 1993
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 100567 **Orden:** 001 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, M.J.; Royo, M.; Cuenca, A.C.
Título: Análisis de la metodología en la selección de canales de Distribución de productos industriales. Un enfoque bi-unívoco nacional-global
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: V Encuentros de profesores de Marketing
Publicación: Actas del Congreso
Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Sevilla **País::** ESPAÑA **Año:** 1993
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 100568 **Orden:** 002 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, S., Miquel, M.J.; Caplliure, E. M
Título: El enfoque cultural como estrategia de penetración en un país extranjero
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: VIII Congreso Nacional y IV Congreso Hispano-Francés
Publicación: Libro de ponencias, vol. 2, pp. 683-694.
Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Cáceres **País::** ESPAÑA **Año:** 1994
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 020412 **Orden:** 003 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Cuenca, A.C.; Royo, M. y Miquel, M.J.
Título: El Posicionamiento de Banesto para los Jóvenes Antes y Después de la Crisis
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VIII Congreso Nacional - IV Congreso Hispano Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Cáceres, junio.
Publicación: Libro de ponencias, pp. 627-640.
Número de autores: **Carácter:** Nacional
Entidad organizadora:
Ciudad: **País::** ESPAÑA **Año:** 1994
Observaciones:
Palabras Clave: Marketing
Código: 020304 **Orden:** 004 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E. y Miquel, M^a.J.

Título: Publicidad Comparativa y Recuerdo Publicitario: Un análisis empírico

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: VI Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing. San Sebastián, septiembre.

Publicación: Libro de ponencias, pp. 203-211.

Número de autores: **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: **País::** ESPAÑA **Año:** 1994

Observaciones:

Palabras Clave: Marketing

Código: 020305 **Orden:** 005 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E. y Miquel, M^a.J.

Título: La Comunicación como Variable Promocional en el Comercio Detallista

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: III Congreso de Comercio de la Comunidad Valenciana. Nuevas Estrategias Comerciales en un Entorno Competitivo

Publicación: Col.lecció estudis comercials 12. Generalitat Valenciana, pp. 291-304

Número de autores: **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: **País::** ESPAÑA **Año:** 1994

Observaciones:

Palabras Clave: Marketing

Código: 020306 **Orden:** 006 **Orden Relevancia:**

Autores: MIQUEL, M.J., CAPLLIURE, E.M. Y ALDÁS, J.

Título: Estudio Comparativo de la Imagen Percibida de las Cadenas de Electrodomésticos de la Comunidad Valenciana

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: VII Encuentro de Profesores de Marketing

Publicación: Libro de Ponencias, pp. 89-98.

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Barcelona **País::** ESPAÑA **Año:** 1995

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 020415 **Orden:** 007 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Camisón, C.; Martínez, C.; Miquel, M^a. J. y Belloch, A.

Título: Las Agencias de Viaje: Factores de Calidad e Implicaciones de Marketing

Tipo de participación: Ponencia invitada

Congreso: V Congreso Nacional de Economía. Las Palmas de Gran Canaria, diciembre

Publicación: Libro de ponencias, pp. 189-210.

Número de autores: **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: **País::** ESPAÑA **Año:** 1995

Observaciones:

Palabras Clave: Marketing

Código: 020312 **Orden:** 008 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Martínez, C.; Miquel, M^a.J. y Belloch, A.

Título: Perceived Quality of the Services of Travel Agencies

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 24th. Annual Conference of the European Marketing Academy. París, mayo;

Publicación: Proceedings, pp. 1435-1442

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: **País::** FRANCIA **Año:** 1995

Observaciones:

Palabras Clave: Marketing

Código: 020360 **Orden:** 009 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Martínez, C.; Miquel, M.J.; Belloch, A.
Título: La calidad percibida. Una aproximación a las agencias de viajes
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: IX Congreso Nacional y V Congreso Hispano-Francés (AEDEM)
Publicación: Actas del congreso
Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Toledo **País::** ESPAÑA **Año:** 1995
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 100569 **Orden:** 010 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, M.J.
Título: The effectiveness of advertising: the effects of repetition, frequency and exposure
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VIII Colloquium for doctoral students in Marketing - SESSEC
Publicación:
Número de autores: 1 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: **País::** FRANCIA **Año:** 1995
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 100570 **Orden:** 011 **Orden Relevancia:**

Autores: MIQUEL, S., BIGNÉ, J.E., MIQUEL, M.J., CAPLLIURE, E.M. y CUENCA, A.C
Título: Determination of Strategic Groups in the Regions of Catalonia, Valencia and Murcia and Identification of their Degree of Openness to Foreign Markets
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: EMAC Conference
Publicación: Libro de ponencias, pp. 2027-2032.
Número de autores: 5 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Budapest **País::** HUNGRÍA **Año:** 1996
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 020418 **Orden:** 012 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E. y Miquel M^a.J.
Título: La Duración del Anuncio. Efectos Cognitivos y Afectivos
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: X Congreso Nacional VI Congreso Hispano-Francés. AEDEM. Granada, junio.
Publicación: Libro de ponencias, pp. 767-778.
Número de autores: **Carácter:** Nacional
Entidad organizadora:
Ciudad: **País::** ESPAÑA **Año:** 1996
Observaciones:
Palabras Clave: Marketing
Código: 020318 **Orden:** 013 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Martínez, C. y Miquel, M^a.J.
Título: The Influence of Motivation, Experience and Satisfaction on the Quality of Service of Travel Agencies
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VI Workshop on Service Quality. EIASM. Madrid 16-17 de abril.
Publicación: Carpeta de ponencias
Número de autores: **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: **País::** ESPAÑA **Año:** 1996
Observaciones:
Palabras Clave: Marketing
Código: 020361 **Orden:** 014 **Orden Relevancia:**

Autores: Cruz, S.; Miquel M.J.; Moutinho, L. y Pinto J.

Título: Female Role Portrayal and Role Orientation: Is congruency Needed for Advertisement Effectiveness?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 26th European Marketing Academy (EMAC) Conference

Publicación: CD Rom

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Warwick **País::** REINO UNIDO **Año:** 1997

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 034196 **Orden:** 015 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, S.; Bigné, E.; Cuenca A. y Miquel M.J.

Título: Análisis Exploratorio de Tipologías de Cooperación en los Sectores Tradicionales de la Comunidad Valenciana. El Caso del Arco Mediterráneo

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: VII International Conference, AEDEM. European Association of Management and Business Economics. Estambul, 8-10 septiembre

Publicación: Best Papers Proceedings pp. 359-369.

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: **País::** TURQUÍA **Año:** 1998

Observaciones:

Palabras Clave: Marketing

Código: 020367 **Orden:** 016 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, M.J.

Título: La creatividad en la planificación de medios. Una vía de mejora de la eficacia publicitaria

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: II Seminario de planificación de medios

Publicación: Actas del seminario

Número de autores: 1 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Benicasim **País::** ESPAÑA **Año:** 1998

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 100571 **Orden:** 017 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, S.; Cuenca, A.C.; Miquel, M.J.

Título: Apertura a Mercados internacional y grupos estratégicos: El caso de las empresas del mueble en la cuenca mediterránea

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: VIII Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Científica

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Porto **País::** PORTUGAL **Año:** 1998

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 100572 **Orden:** 018 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E. y Miquel, M^a J.

Título: Posición del Anuncio e Implicación con el Producto Anunciado: ¿Determinan la Eficacia Publicitaria?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 15^o Seminario sobre Audiencias de Televisión. Aedemo, Bilbao 3-5 de febrero

Publicación: Actas del Congreso. pp. 185-200.

Número de autores: **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: **País::** ESPAÑA **Año:** 1999

Observaciones:

Palabras Clave: Marketing

Código: 020335 **Orden:** 019 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E. y Miquel, M^a J.

Título: Creative Use of Traditional Variables: The Position and Repetition of the Advertisements. Key Factors in the Advertising Effectiveness

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 28th. Annual Conference of the European Marketing Academy. Berlín, mayo.

Publicación: Proceedings y CD Rom.

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: **País::** ALEMANIA **Año:** 1999

Observaciones:

Palabras Clave: Marketing

Código: 020370 **Orden:** 020 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, S.; Parra, F.; Miquel, M.J.; Marín, C.

Título: Relationship Marketing and Human Resource Management in Retailing

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: VI International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science - The European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS)

Publicación:

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: **País::** PUERTO RICO **Año:** 1999

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 100573 **Orden:** 021 **Orden Relevancia:**

Autores: Caplliure, E.M.; Miquel, M.J.; Sánchez, J.

Título: Aplicación de la escala de medición de la Implicación PII revisada al caso español

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XII Encuentro de Profesores de Marketing, Santiago de Compostela

Publicación: Libro de ponencias, pp. 39-51

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Santiago de Compostela **País::** ESPAÑA **Año:** 2000

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 020417 **Orden:** 022 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel Peris, S.; Bigné Alcañiz, J.E.; Miquel Romero, M.J.; Marín Sánchez, C.E.

Título: Internal Marketing: Proposal for a Management Model Applied to Associated Commerce

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 7th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (7-10 de julio 2000)

Publicación: Si

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Sintra **País::** PORTUGAL **Año:** 2000

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 028162 **Orden:** 023 **Orden Relevancia:**

Autores: Royo, M.; Miquel, M.J.; Marín, C.E.

Título: Análisis de roles de género, sexismo y sexo contenidos en la publicidad

Tipo de participación: Comunicación

Congreso: XII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing (25 y 26 de septiembre de 2000)

Publicación:

Número de autores: **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Santiago de Compostela **País::** ESPAÑA **Año:** 2000

Observaciones: Trabajo en curso

Palabras Clave:

Código: 028168 **Orden:** 024 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, S.; Puellas, J.A.; Miquel, M.J.; Romero, S.

Título: Store Brands: Chain Store Strategies

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: AM 2000 Conference - Academy of Marketing

Publicación: Actas del Congreso

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Derby **País::** REINO UNIDO **Año:** 2000

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 100574 **Orden:** 025 **Orden Relevancia:**

Autores: Royo, M.; Caplliure, E.M.; Miquel, M.J.

Título: Men in Printing advertising in the 1990s

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 30th EMAC Conference

Publicación: CD rom

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Bergen **País::** NORUEGA **Año:** 2001

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 020423 **Orden:** 026 **Orden Relevancia:**

Autores: Royo, M.; Caplliure, E.M.; Miquel, M.J.

Título: Men vs. Women role in print advertising in the 1990's

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: AM 2001

Publicación: CD rom

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Cardiff **País::** INGLATERRA **Año:** 2002

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 020424 **Orden:** 027 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, M.J.; Sánchez, J.; Caplliure, E.M.

Título: Is it necessary to adapt the Revised Personal Involvement Inventory to the Spanish context?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Multicultural Conference, Academy of Marketing Science

Publicación: CD rom

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2002

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 020425 **Orden:** 028 **Orden Relevancia:**

Autores: Royo, M. ; Miquel, M.J.; Caplliure, E.M.

Título: Género y sexismo: 25 años de revisión.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 107 Seminario Aedemo. Tendencias para el futuro. claves para entender cambios en la sociedad y en el consumidor

Publicación: Libro de ponencias, editado por AEDEMO. Depósito legal M-51211-2003

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Madrid **País::** ESPAÑA **Año:** 2003

Observaciones:

Palabras Clave: Publicidad / Género / Sexismo / Roles

Código: 004777 **Orden:** 029 **Orden Relevancia:**

Autores: Andreu, L. y Miquel, M.J.

Título: Innovación en servicios a través de emociones y procesos

Tipo de participación: Comunicación

Congreso: XVIII Congreso Nacional-XIV Hispano Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)

Publicación:

Número de autores: **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Ourense, 2-4 de junio **País::** ESPAÑA **Año:** 2004

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 012563 **Orden:** 030 **Orden Relevancia:**

Autores: Caplliure, Eva; Miquel, María José

Título: El sector textil español: La orientación al mercado y las nuevas tecnologías

Tipo de participación: Comunicación

Congreso: XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Publicación: Actas -CD del congreso

Número de autores: 2 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Almería **País::** ESPAÑA **Año:** 2006

Observaciones: 20 al 22 de Septiembre

Palabras Clave:

Código: 035658 **Orden:** 031 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J.

Título: Actitud y ética hacia la piratería musical. Un análisis exploratorio

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XX Congreso Hispano Francés de AEDEM

Publicación: Cd Rom actas

Número de autores: 2 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora: Universitat de les Illes Balears

Ciudad: Palma de Mallorca **País::** ESPAÑA **Año:** 2006

Observaciones: 5 al 7 de Junio

Palabras Clave:

Código: 037056 **Orden:** 032 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J.

Título: Ética en el consumo de música: hábitos y actitudes hacia la piratería

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Publicación: CDRom Actas del Congreso

Número de autores: 2 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora: Universidad de Almería

Ciudad: Almería **País::** ESPAÑA **Año:** 2006

Observaciones: 20 al 22 de Septiembre

Palabras Clave:

Código: 037062 **Orden:** 033 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, M^a José; Ruiz Mafé, C; Sanz Blas, S.; Tronch García de los Ríos, J.

Título: 'E-LEARNING: SERVICE CONSIDERATIONS AND RELATIONS WITH THE MEDIUM AS PREDICTORS OF PURCHASE INTENTION'

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: International Technology, Education and Development Conference (INTED) 2007

Publicación: INTED 2007 Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2007

Observaciones:

Palabras Clave: Formación Continua a Distancia

Código: 033515 **Orden:** 034 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Miquel, M.J.; Ruiz, C.; Sáenz, S.

Título: Influencia del perfil sociodemográfico, relaciones con el medio, actitud ante la compra a distancia y riesgo percibido en la decisión de compra futura for TV

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 6th "Marketing Trends" International Congress

Publicación: 6th "Marketing Trends" International Congress, Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Paris **País::** FRANCIA **Año:** 2007

Observaciones: 26 y 27 de enero

Palabras Clave: compra por televisión / riesgo percibido de compra

Código: 032502 **Orden:** 035 **Orden Relevancia:**

Autores: Caplliure, Eva; Miquel, María José

Título: Actitud hacia la orientación al mercado y nuevas tecnologías: Análisis en el sector textil español

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 6th "Marketing Trends" International Congress

Publicación: 6th "Marketing Trends" International Congress, Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Paris **País::** FRANCIA **Año:** 2007

Observaciones: 26 y 27 de enero

Palabras Clave:

Código: 035660 **Orden:** 036 **Orden Relevancia:**

Autores: Sanchez-García, I.; Sanz-Blas, S.; Gonzalez-Morante, A; Miquel-Romero,M.J.

Título: The image of a destination as a key variable in the segmentation of tourists: An analysis of its influence on behaviour

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 6th

Publicación: 6th

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Paris **País::** FRANCIA **Año:** 2007

Observaciones: 26 y 27 de enero

Palabras Clave:

Código: 035661 **Orden:** 037 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Miquel, M.J.; Ruiz, C.; Sanz, S.

Título: SPANISH TELEVIEWER RELATIONS WITH THE TELEVISION MEDIA. AN EXPLORATORY STUDY OF TELEVISION MEDIA FUNCTIONS

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 9th International Conference on Arts and Cultural Management. Valencia, 8-11 July

Publicación: 9th International Conference on Arts and Cultural Management, Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2007

Observaciones:

Palabras Clave: Comportamiento del consumidor / compra por televisión

Código: 035136 **Orden:** 038 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Miquel, M^a J.; Ruiz, C.; Sanz, S.

Título: INFLUENCIA DEL PERFIL SOCIODEMOGRAFICO, RELACIONES CON EL MEDIO, ACTITUD ANTE LA COMPRA A DISTANCIA Y RIESGO PERCIBIDO EN LA DECISION DE COMPRA FUTURA POR TELEVISION.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 6th 'Marketing Trends' International Congress. Paris, January 26th-27th

Publicación: 6th 'Marketing Trends' International Congress, Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Paris **País::** FRANCIA **Año:** 2007

Observaciones:

Palabras Clave: Comportamiento del consumidor / compra por televisión

Código: 041215 **Orden:** 039 **Orden Relevancia:**

Autores: Lassala, C.; Miquel, M.J.; Ruiz, C.; Sáenz, S.

Título: A proposed model of Internet banking services usage. An analysis of Spanish consumers.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Management International Conference

Publicación: Management International Conference, Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Portorož **País::** ESLOVENIA **Año:** 2007

Observaciones:

Palabras Clave: Banca online

Código: 041216 **Orden:** 040 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado García, Manuel; Miquel Romero, María José

Título: Antecedentes de la intención de descarga gratuita de música

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Publicación: XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 2 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Vigo **País::** ESPAÑA **Año:** 2007

Observaciones: 19-21 de Septiembre de 2008

Palabras Clave:

Código: 044413 **Orden:** 041 **Orden Relevancia:**

Autores: Aldás Manzano, Joaquín; Miquel Romero, María José; Sancho, Franco Manuel

Título: Influencia de la publicidad en la intención de consumo de alcohol de los jóvenes: implicaciones para los gestores públicos y publicitas

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Publicación: XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 2 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Vigo **País::** ESPAÑA **Año:** 2007

Observaciones: 19-21 de Septiembre de 2007

Palabras Clave:

Código: 044414 **Orden:** 042 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Montoro-Pons, J.D.

Título: Measuring consumer's attitude towards music piracy

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 9th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC07)

Publicación: Proceedings Cd Rom

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universitat de València

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2007

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 043425 **Orden:** 043 **Orden Relevancia:**

Autores: Broz, Adrián; Caplliure, Eva; Miquel, María José; Ruiz, Carla; Sanz, Silvia

Título: Brand Equity en un contexto de fusiones y adquisiciones

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XVIII Luso-Spanish Conference on Management

Publicación: XVIII Luso-Spanish Conference on Management Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 5 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Portugal **País::** PORTUGAL **Año:** 2008

Observaciones: 7-8 de Febrero de 2008

Palabras Clave:

Código: 044415 **Orden:** 044 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel Romero, María José; Sancho Esper, Franco Manuel

Título: Does alcohol advertising affect the consumption intention of Spanish young consumers?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: EMAC: European Marketing Academy Conference

Publicación: Libro de Actas (CD)

Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Brighton **País::** REINO UNIDO **Año:** 2008

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 052706 **Orden:** 045 **Orden Relevancia:**

Autores: Caplliure-Giner, E., Cuadrado-García, M y Miquel-Romero, M.J.

Título: The antecedents of music piracy: ethics and attitude

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 7th International Congress Marketing Trends

Publicación: Cd Rom

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Venecia **País::** ITALIA **Año:** 2008

Observaciones:

Palabras Clave: Piratería / Comportamiento del consumidor

Código: 043430 **Orden:** 046 **Orden Relevancia:**

Autores: Lassala, C.; Miquel, M^ªJ.; Ruiz, C.; Sáenz, S.

Título: Extending the Technology Acceptance Model to Explain Online Banking Services Patronage: The Role of Trust, Involvement and Perceived Risk.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Management International Conference 2008

Publicación: Management International Conference, Proceedings y CD-ROM (ISSN: 1854-4312, ISBN: 978-961-6573-99-3)

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: BARCELONA **País::** ESPAÑA **Año:** 2008

Observaciones:

Palabras Clave: Banca online

Código: 051349 **Orden:** 047 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J.

Título: Consumers' ethics on unauthorised music downloadings. An empirical research in Spain

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Management International Conference MIC 2008

Publicación: Cd Rom

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Barcelona **País::** ESPAÑA **Año:** 2008

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 052671 **Orden:** 048 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, M^ª José; Ruiz Mafé, C; Sanz Blas, S.; Tronch García de los Ríos, J.

Título: SEGMENTING CONSUMERS BY E-LEARNING COURSES PURCHASE BEHAVIOUR

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: International Technology, Education and Development Conference (INTED) 2008

Publicación: INTED 2008 Proceedings y CD-ROM (ISSN: 978-84-612-0190-7)

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2008

Observaciones:

Palabras Clave: Formación Continua a Distancia

Código: 053104 **Orden:** 049 **Orden Relevancia:**

Autores: Sancho, F., Miquel, M.J. y Aldás, J.

Título: The influence of socialization agents on consumption intention of young people

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Management International Conference

Publicación: En soporte CD

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Barcelona **País::** ESPAÑA **Año:** 2008

Observaciones:

Palabras Clave: Publicidad / Comportamiento del consumidor

Código: 052711 **Orden:** 050 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero M. J; Montoro-Pons, J.D.

Título: Analysis and implications of cinema consumption habits in the digital era in Spain

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 15th International Conference on Cultural Economics

Publicación: Cd-Rom Proceedings

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Boston **País::** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **Año:** 2008

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 052668 **Orden:** 051 **Orden Relevancia:**

Autores: Sancho, F., Miquel, M.J. y Aldás, J.

Título: La intención de consumo de alcohol de los jóvenes en el marco de la teoría de la socialización del consumidor

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XX ENCUENTROS DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING

Publicación: Actas y CD-ROM del XX ENCUENTROS DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: MASPALOMAS (GRAN CANARIA) **País::** ESPAÑA **Año:** 2008

Observaciones:

Palabras Clave: Publicidad / Comportamiento del consumidor

Código: 052712 **Orden:** 052 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Pérez-Cabañero, C.

Título: La teoría del comportamiento planeado en decisiones con connotaciones éticas: el caso de la piratería musical

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 8th International Congress Marketing Trends

Publicación: CDRom

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Paris **País::** FRANCIA **Año:** 2009

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 052672 **Orden:** 053 **Orden Relevancia:**

Autores: Caplliure, Eva; Miquel, María José; Pérez, Carmen

Título: Intención de compra de la marca del distribuidor en productos duraderos.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 8th "Marketing Trends" International Congress

Publicación: 8th "Marketing Trends" International Congress, Proceedings y CD-ROM

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Paris **País::** FRANCIA **Año:** 2009

Observaciones: 17 y 19 de enero

Palabras Clave: Comportamiento del consumidor / Marca del distribuidor

Código: 051731 **Orden:** 054 **Orden Relevancia:**

Autores: Benavides, C y Miquel, M.J.

Título: El marketing viral en el ámbito del correo electrónico: Una aproximación al proceso

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXI ENCUENTROS DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING

Publicación: Actas y CD-ROM del XXI ENCUENTROS DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING

Número de autores: 2 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Bilbao **País::** ESPAÑA **Año:** 2009

Observaciones: Septiembre 2009

Palabras Clave:

Código: 066000 **Orden:** 055 **Orden Relevancia:**

Autores: Caplliure, Eva; Miquel, María José; Pérez, Carmen

Título: 'Factores de éxito de la marca del distribuidor en productos duraderos'

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Encuentro de Profesores de Marketing

Publicación: CD-Rom

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Bilbao **País::** ESPAÑA **Año:** 2009

Observaciones: Septiembre

Palabras Clave: Comportamiento del consumidor / Marca del distribuidor

Código: 064900 **Orden:** 056 **Orden Relevancia:**

Autores: Caplliure, Eva; Miquel, María José; Pérez, Carmen

Título: 'Attitude towards store brand durable goods'

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 38th EMAC Conference.

Publicación: CD-Rom

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Nantes **País::** FRANCIA **Año:** 2009

Observaciones: Mayo

Palabras Clave: Marca del distribuidor / Comportamiento del consumidor

Código: 064899 **Orden:** 057 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Borredá, A.; Miquel, M.J.

Título: Influencia de la imagen de la marca privada en la formación del valor de marca del establecimiento

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXII Congreso Nacional de Marketing

Publicación: Actas XXII Congreso Nacional de Marketing. ISBN: 978-84-7356-711-4.

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Oviedo **País::** ESPAÑA **Año:** 2010

Observaciones: 22 al 24 de Septiembre

Palabras Clave:

Código: 069633 **Orden:** 058 **Orden Relevancia:**

Autores: Benavides, C.; Miquel, M.J.; Caplliure, E.M.

Título: Evasión publicitaria en el ámbito del correo electrónico: análisis de sus antecedentes

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXII Congreso Nacional de Marketing

Publicación: Actas XXII Congreso Nacional de Marketing. ISBN: 978-84-7356-711-4.

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Oviedo **País::** ESPAÑA **Año:** 2010

Observaciones: 22 al 24 de Septiembre

Palabras Clave:

Código: 069634 **Orden:** 059 **Orden Relevancia:**

Autores: Lluch-Tormos, D; Cuadrado-García, M.; Miquel-Romero, M.J.

Título: Internet music piracy. An empirical study of consumer intentions

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 16th International Conference on Cultural Economics. ACEI 2010

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Copenhagen Business S.

Ciudad: Copenague **País::** DINAMARCA **Año:** 2010

Observaciones: 9-12 Junio 2010

Palabras Clave:

Código: 062729 **Orden:** 060 **Orden Relevancia:**

Autores: Currás, R.; Miquel, M.J.; Ruiz, C.; Sanz, S.

Título: The role of genre personae relationships on teleshopping behaviour

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: The 9th International Conference on Research in Advertising (ICORIA)

Publicación: CD

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Madrid **País::** ESPAÑA **Año:** 2010

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 062779 **Orden:** 061 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, M.J.; Sancho, F.

Título: Advertising Influences on youth alcohol consumption: Does the age matter?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: The 9th International Conference on Research in Advertising (ICORIA)

Publicación: CD

Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Madrid **País::** ESPAÑA **Año:** 2010

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 069635 **Orden:** 062 **Orden Relevancia:**

Autores: Sancho, F.; Miquel, M.J.

Título: El consumo de alcohol en los jóvenes universitarios: modelizando los factores de influencia

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXIV Congreso internacional de Economía Aplicada ASEPELT 2010

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Alicante **País::** ESPAÑA **Año:** 2010

Observaciones: 16 al 19 de Junio

Palabras Clave:

Código: 069636 **Orden:** 063 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel Romero, M^a José; Caplliure Giner, Eva M^a; Pérez Cabañero, Carmen; Currás Pérez, Rafael.

Título: La conciencia de precio como variable moderadora de la intención de compra de productos duraderos con marca del distribuidor.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXII Congreso nacional de Marketing

Publicación: En libro de Actas

Número de autores: 4 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Oviedo **País::** ESPAÑA **Año:** 2010

Observaciones:

Palabras Clave: Marketing / Comportamiento del consumidor / Marca del distribuidor

Código: 072026 **Orden:** 064 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, M^aJ.; Martínez; J.F.; Cervera, A. e Iniesta, MA.

Título: La Universitat de Valencia y su vinculación con la sociedad a través de su imagen proyectada

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: II Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público y No Lucrativo

Publicación: Cd del Congreso

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Covilha **País::** PORTUGAL **Año:** 2010

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 074538 **Orden:** 065 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado, M; Frasquet, M; García-Benau, M.A; Miquel, M.J; Montoro, J.D; Ruiz, M.E; Zorio, A.

Título: Fortalezas y debilidades del uso de las TIC como recurso docente universitario en un proyecto multidisciplinar y europeo

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: I Trobades d'Innovació Educativa

Publicación:

Número de autores: 7 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2010

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 072964 **Orden:** 066 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Pérez-Cabañero, C.

Título: Motivaciones del comportamiento atípico ante la prestación de servicios culturales. El caso de una biblioteca universitaria

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: II Workshop en Economía y Gestión de la Cultura

Publicación: Cd Rom

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universitat de València

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2010

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 072967 **Orden:** 067 **Orden Relevancia:**

Autores: M.J. Miquel-Romero; J.F. Martínez-Pérez; A. Cervera-Taulet; J.J. Martín-Zamorano-Ecija

Título: Measurement of the Projected Image: An Application to the University Context

Tipo de participación: Comunicación

Congreso: INTED 2011- International Technology, Education and Development Conference

Publicación: INTED2011 Abstracts CD

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2011

Observaciones:

Palabras Clave: Universidad / Imagen de marca / multiple stakeholders

Código: 075328 **Orden:** 068 **Orden Relevancia:**

Autores: Eva M^a Caplliure Giner, M^a José Miquel Romero, Carmen Pérez Cabañero y Rafael Currás Pérez

Título: Influence of customers' perceptions on purchase intention of private label durable goods: home appliances.

Tipo de participación: Poster

Congreso: 40th European Marketing Academy Conference

Publicación: Referencia en libro de actas

Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Ljubljana **País::** ESLOVENIA **Año:** 2011

Observaciones:

Palabras Clave: Marca del distribuidor / Intención de compra / productos duraderos

Código: 076847 **Orden:** 069 **Orden Relevancia:**

Autores: M^aJosé Miquel Romero; Carmen Pérez Cabañero; Eva M^a Caplliure Giner

Título: Análisis de la influencia de las variables personales en la intención de compra de la marca del distribuidor en productos duraderos. Una aplicación al producto lavadoras.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXV Congreso Anual de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)

Publicación: En CD

Número de autores: **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2011

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 076848 **Orden:** 070 **Orden Relevancia:**

Autores: Manuel Cuadrado García; M^aJosé Miquel Romero

Título: La descarga de música de Internet desde la Teoría del Comportamiento Planeado: Análisis e Implicaciones de futuro.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXV Congreso Anual de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)

Publicación: En CD

Número de autores: 2 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2011

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 077859 **Orden:** 071 **Orden Relevancia:**

Autores: Manuel Cuadrado-García; María José Miquel-Romero; Carmen Pérez-Cabañero

Título: Motivations of deviant customer behaviour during the cultural service delivery. The case of a University library

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 11th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC 2011). 3-6 Julio

Publicación: CD congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Antwerp **País::** BÉLGICA **Año:** 2011

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 077860 **Orden:** 072 **Orden Relevancia:**

Autores: M^a José Miquel Romero; Carmen Pérez Cabañero; Eva M^a Caplliure Giner

Título: La Influencia del Género en la Intención de Compra de Productos Duraderos con Marca de la Distribución

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXIII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK). 14-16 Septiembre

Publicación: CD con Actas del Congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Castellón **País::** ESPAÑA **Año:** 2011

Observaciones: ISBN: 978-84-7356-796-1 DEPÓSITO LEGAL: M-32075-2011

Palabras Clave:

Código: 077861 **Orden:** 073 **Orden Relevancia:**

Autores: Manuel Cuadrado; Juan D. Montoro; M^a José Miquel

Título: El Uso de las Redes Sociales Para la Promoción de Competencias entre Estudiantes Universitarios

Tipo de participación: Comunicación

Congreso: IX JORNADES DE XARXES D'INVESTIGACIÓ EN DOCÈNCIA UNIVERSITÀRIA. 16-17 Junio

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Alicante **País::** ESPAÑA **Año:** 2011

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 077862 **Orden:** 074 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Ruiz-Molina, M.E.

Título: Los motivos de no asistencia al cine. Reflexiones metodológicas desde la investigación de mercados

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: III Workshop en Economía y Gestión de la Cultura

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universitat de Girona

Ciudad: Girona **País::** ESPAÑA **Año:** 2011

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 088170 **Orden:** 075 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Ruiz-Molina, M.E; Hernández-Martín, L; Zorio-Grima, A; Montoro-Pons, J.D; García-Benau, M.A; Miquel-Romero, M.J.

Título: Aplicación de la metodología learning by doing en materias de contenido económico-empresarial

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: II Trobades d'Innovació Educativa

Publicación:

Número de autores: 7 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora: Universitat de València

Ciudad: València **País::** ESPAÑA **Año:** 2011

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 088172 **Orden:** 076 **Orden Relevancia:**

Autores: Consolación Adame-Sánchez; María-José Miquel-Romero

Título: Are SMEs Good Places to Work? The Spanish Case

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: INBAM - International Network of business and Management Journals

Publicación: Acta del congreso

Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2012

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 095420 **Orden:** 077 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, M.J.; Adame-Sánchez, C.

Título: Determinants of electronic word-of-mouth through email: Innovation in the traditional communication?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: GIKA. Global Innovation and Knowledge Academy. Julio

Publicación: Actas del Congreso

Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2012

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 100575 **Orden:** 078 **Orden Relevancia:**

Autores: Pérez-Cabañero, C.; Miquel-Romero, M.J.; Caplliure-Giner, E.M.

Título: The purchase of shopping goods with private label: gender as moderator variable

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 41st Annual Conference, Emac (European Marketing Academy), 22nd-25th May

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Lisboa **País::** PORTUGAL **Año:** 2012

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 100577 **Orden:** 080 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M.; Miquel-Romero, M.J.; Ruiz-Molina, M.E.

Título: La satisfacción del estudiante con las TIC en un proyecto de desarrollo de competencias

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: X Jornades de Xarxes d'Investigació en docència universitària

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Alicante **País::** ESPAÑA **Año:** 2012

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 100578 **Orden:** 081 **Orden Relevancia:**

Autores: Caplliure, E., Currás, R., Miquel, M.J.; Pérez, C

Título: La influencia del riesgo percibido y la satisfacción anticipada en la intención de compra de productos con marca del distribuidor

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXIV Congreso Nacional de Marketing

Publicación: AEMARK, 2012. XXIV Congreso Nacional de Marketing. Ed. ESIC. Isbn: 9788473568654

Número de autores: 4 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Palma de Mallorca **País::** ESPAÑA **Año:** 2012

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 100402 **Orden:** 082 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Hernández-Martín, L; Zorio-Grima, A; Ruiz-Molina, M.E; Montoro-Pons, J.D; Miquel-Romero, M.J; García-Benau, M.A.

Título: Enhancing student's experience: an international innovative teaching project between European universities

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Annual Conference of International Partners and Affiliates (Regent's School London)

Publicación:

Número de autores: 7 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Regent's School

Ciudad: Londres **País::** REINO UNIDO **Año:** 2012

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 086739 **Orden:** 083 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M.; Miquel-Romero, M.J.; Ruiz-Molina, M.E.

Título: Evaluación del diseño y resultado de una investigación de mercados para la promoción de competencias transversales

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: III Trobades d'innovació Educativa

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora: Universitat de València

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2012

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 105946 **Orden:** 083 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; González-Gallarza, M; Seric, M.

Título: Experiencias de integración entre docencia en grado e investigación como recurso metodológico práctico

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XI Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria, Universidad de Alicante, 4 y 5 de julio de 2013

Publicación:

Número de autores: 4 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: **País::** ESPAÑA **Año:** 2013

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 106280 **Orden:** 084 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Berenguer-Contrí, G; Miquel-Romero, M.J; Pérez-Cabañero, C.

Título: Estudio empírico de los problemas y soluciones del sector de las artes escénicas: el caso de la Comunitat Valenciana

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: V Workshop on Cultural Economics and Management

Publicación: Libro de actas

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universidad de Cádiz

Ciudad: Cádiz **País::** ESPAÑA **Año:** 2013

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 108906 **Orden:** 085 **Orden Relevancia:**

Autores: Andreu, L.; Miquel-Romero, M.J.; Wetherell, S.

Título: Analyzing online banner advertising: the role of message appeal and product involvement

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXV Congreso Nacional de Marketing

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Barcelona **País::** ESPAÑA **Año:** 2013

Observaciones: 18-20 de Septiembre

Palabras Clave:

Código: 110253 **Orden:** 087 **Orden Relevancia:**

Autores: Moreno, A.R.; Miquel-Romero, M.J.; Andreu, L.

Título: Efectos de los componentes cognitivos y afectivos de la imagen del establecimiento en la intención de recompra; Una aplicación en el pequeño comercio minorista

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXV Congreso Nacional de Marketing

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Barcelona **País::** ESPAÑA **Año:** 2013

Observaciones: 18-20 de Septiembre

Palabras Clave:

Código: 113721 **Orden:** 089 **Orden Relevancia:**

Autores: Moreno-García, A.R.; Miquel-Romero, M.J.; Andreu-Simó, L.

Título: Enhancing Small Retailer Loyalty: The Role of the Salesperson

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 17th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD)

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD)

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2013

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 114229 **Orden:** 089 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, M.J.; Caplliure-Giner, E.M.; Adame-Sánchez, C.

Título: Store brand as a tool for distributor relationship marketing management: its importance in store brand extensions

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: GIKA. Global Innovation and Knowledge Academy. Julio

Publicación: Actas del Congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: GIKA Global Innovation and Knowledge Academy

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2013

Observaciones: Este trabajo recibió el premio del Congreso al mejor trabajo presentado

Palabras Clave: Store brand / brand commitment / marketing relacional

Código: 107549 **Orden:** 089 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Montoro-Pons, J.D.

Título: Estudio de posicionamiento de los medios de acceso a contenidos en la industria de la música

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: VI Workshop en Economía y Gestión de la Cultura

Publicación: Pendiente

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: UNIVERSIDAD ANTONIO NEBRIJA

Ciudad: Madrid **País::** ESPAÑA **Año:** 2014

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 127641 **Orden:** 091 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Montoro-Pons, J.D; Filimon, N.

Título: Análisis de la percepción del servicio en el sector de la música mediante técnicas proyectivas

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: VI Workshop en Economía y Gestión de la Cultura

Publicación: Pendiente

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: UNIVERSIDAD ANTONIO NEBRIJA

Ciudad: Madrid **País::** ESPAÑA **Año:** 2014

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 127642 **Orden:** 092 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, M.J.; Caplliure, E.; Pérez, C.; Currás, R.

Título: Buying private label durable products: Influence of perceived risk and anticipated satisfaction

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 43rd EMAC Conference

Publicación:

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2014

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 125608 **Orden:** 094 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, M.J, Caplliure, E.M., Perez, C. y Bigné, E.

Título: Do Men and Women Differ When Purchasing Private Label Goods?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: First International Symposium NB&PL, Barcelona, June 2014

Publicación: Springer Proceedings in Business and Economics 2014

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Barcelona **País::** ESPAÑA **Año:** 2014

Observaciones:

Palabras Clave: Marca del distribuidor / Género / Intención de compra

Código: 121317 **Orden:** 095 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Ruiz-Molina, M.E.
Título: La gestión de las emociones en la docencia universitaria
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: XII Jornadas de Redes de investigación en docencia universitaria
Publicación: CdRom
Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional
Entidad organizadora: Universidad de Alicante
Ciudad: Alicante **País::** ESPAÑA **Año:** 2014
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 127644 **Orden:** 095 **Orden Relevancia:**

Autores: Currás, R.; Dolz, C.; Miquel, M.J.
Título: Expectativas y percepciones del consumidor español respecto a la responsabilidad social: diferencias sociodemográficas
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXVI Congreso Aemark
Publicación: ISBN: 978-84-15986-51-5
Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Elche **País::** ESPAÑA **Año:** 2014
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 125610 **Orden:** 096 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Montoro-Pons, J.D; Coca, M.
Título: Autocontrol, emociones y rendimiento académico. Un estudio exploratorio en el contexto universitario europeo
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: XIII Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria
Publicación: CdRom
Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional
Entidad organizadora: Universidad de Alicante
Ciudad: Alicante **País::** ESPAÑA **Año:** 2015
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 136356 **Orden:** 096 **Orden Relevancia:**

Autores: Icazuriaga, J; Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J.
Título: Valor percibido e intención de compra de música grabada
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VII Workshop on Cultural Economics and Management
Publicación:
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Oporto **País::** PORTUGAL **Año:** 2015
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 136359 **Orden:** 097 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Montoro-Pons, J.D.
Título: Conducting qualitative research to analyse people's perception of music services
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XIII International Conference on Arts and Cultural Management, AIMAC 2015
Publicación: USB
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: Universidad Aix-Marseille
Ciudad: Aix-en-Provence **País::** FRANCIA **Año:** 2015
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 136409 **Orden:** 098 **Orden Relevancia:**

Autores: Adame, Consolación; Caplliure, Eva María; Miquel, María José

Título: Work-life balance and firm: A matter of women?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: GIKA Conference

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: GIKA Global Innovation and Knowledge Academy

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2015

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 138041 **Orden:** 099 **Orden Relevancia:**

Autores: Caplliure, Eva-María; Curras-Perez, R.; Miquel, Maria-José; Perez-Cabañero, C

Título: Attitude, quality and satisfaction toward distributor brands in durable goods: the influence of consumers' price consciousness

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Advances in National Brand and Private Label Marketing. Second International Conference

Publicación: Springer

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universitat Oberta de Catalunya

Ciudad: Barcelona **País::** ESPAÑA **Año:** 2015

Observaciones:

Palabras Clave: Store brand / attitude / price consciousness / durable goods / satisfaction

Código: 138046 **Orden:** 100 **Orden Relevancia:**

Autores: Icazuriaga, J; Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J.

Título: Analyzing Perceived Value, Satisfaction and Purchase Intention in the Music Industry

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 19th International Conference on Cultural Economics

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Association for Cultural Economics International (ACEI)

Ciudad: Valladolid **País::** ESPAÑA **Año:** 2016

Observaciones: June 21st to 24th

Palabras Clave:

Código: 141667 **Orden:** 101 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigne, Enrique; Caplliure, Eva María; Miquel, María José

Título: Does eWom influence specialized versus private label travel agency choice?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: GIKA Conference

Publicación: CD

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: GIKA Global Innovation and Knowledge Academy

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2016

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 138042 **Orden:** 102 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigne, Enrique; Caplliure, Eva María; Miquel, María José

Título: Will you come back? A fsQCA analysis in travel agencies

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: EMAC (European Marketing Academy Conference)

Publicación: PEN DRIVE

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: European Marketing Academy

Ciudad: Oslo **País::** NORUEGA **Año:** 2016

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 138043 **Orden:** 103 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigne, Enrique; Caplliure, Eva-María; Miquel, María-José; Ruiz, Carla
Título: Identifying drivers Leading to Loyalty in Travel Agencies: a fsQCA Analysis.
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: Global Marketing Conference
Publicación: Proceedings
Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: Global Alliance of Marketing & Management Associations
Ciudad: Hong Kong **País::** CHINA **Año:** 2016
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 138135 **Orden:** 104 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, Enrique; Caplliure, Eva; Miquel, María José; Pérez, Carmen
Título: El Hipermercado como Proveedor de Servicios Turísticos
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVIII Congreso de Marketing
Publicación: Actas del congreso: ESIC Editorial, ISBN 978-84-16701-48-3
Número de autores: 4 **Carácter:** Nacional
Entidad organizadora: AEMARK- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional
Ciudad: León **País::** ESPAÑA **Año:** 2016
Observaciones: 7-9 Septiembre
Palabras Clave:
Código: 141668 **Orden:** 105 **Orden Relevancia:**

Autores: Frasset, Marta; Miquel, María-José
Título: Influence of Multichannel Integration in the Online Consumer Decision Process
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: Multichannel Marketing: Recasting the customer experience
Publicación: Ninguna
Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza
Ciudad: Zaragoza **País::** ESPAÑA **Año:** 2016
Observaciones: 20 Mayo
Palabras Clave:
Código: 141669 **Orden:** 106 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, Enrique; Caplliure, Eva; Miquel, María-José
Título: Opportunity for a new Channel based on Store Brand Extension in highly Competitive Services Markets
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: Multichannel Marketing: Recasting the Customer Experience
Publicación: Ninguna
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza
Ciudad: Zaragoza **País::** ESPAÑA **Año:** 2016
Observaciones: 20 Mayo
Palabras Clave:
Código: 141670 **Orden:** 107 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, María-José; Frasset, Marta
Título: Which Dimensions of Multichannel Integration are Necessary for Customer Satisfaction?
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: EMAC (European Marketing Academy Conference)
Publicación: Actas del congreso; ISBN printed version 978-82-8247-284-5; ISBN digital version 978-82-8247-285-2
Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: European Marketing Academy
Ciudad: Oslo **País::** NORUEGA **Año:** 2016
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 141671 **Orden:** 108 **Orden Relevancia:**

Autores: Frasset, Marta; Miquel, María-José
Título: Multichannel Integration: Measurement and Influence in Customer Loyalty
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: CERR 2016: Colloquium on European Research in Retailing
Publicación: Actas del congreso
Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: Toulouse Business School
Ciudad: Toulouse **País::** FRANCIA **Año:** 2016
Observaciones: 2-4 June
Palabras Clave:
Código: 141672 **Orden:** 109 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigne, Enrique; Miquel, María-José; Caplliure, Eva
Título: Promoting Negative Comments does not Influence all Providers Alike
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 16th ICORIA (International Conference on Research in Advertising)
Publicación: Actas del congreso
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Ljubljana **País::** ESLOVENIA **Año:** 2016
Observaciones: 30 de Junio-2 dev Julio
Palabras Clave:
Código: 141673 **Orden:** 110 **Orden Relevancia:**

Autores: Currás, R.; Dolz, C.; Miquel, M.J.
Título: Disconfirmation of expectations in the field of Corporate Social Responsibility: How much it affects the brand?
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVI International Marketing Trends Conference
Publicación: Actas del congreso
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: ESCP Europe
Ciudad: Madrid **País::** ESPAÑA **Año:** 2017
Observaciones: 26-28 January
Palabras Clave:
Código: 142288 **Orden:** 111 **Orden Relevancia:**

Autores: Bigné, E.; Caplliure, E.; Miquel, M.J.
Título: I Read about You and now I'm Convinced to Buy your Store Brand Tourism Package
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVI International Marketing Trends Conference
Publicación: Actas de congreso
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: ESCP Europe
Ciudad: Madrid **País::** ESPAÑA **Año:** 2017
Observaciones: 26-28 January
Palabras Clave:
Código: 144120 **Orden:** 112 **Orden Relevancia:**

Autores: Rodríguez-Sánchez, C.; Sancho-Esper, F.; Miquel-Romero, M.J.
Título: Effects of Regulatory Changes in the Spanish Alcoholic Beverages Industry: Communication Strategies and Underage Consumption
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: EMAC, 44th Annual Conference: Collaboration in Research
Publicación: CD - Actas del congreso
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Lovaina **País::** BÉLGICA **Año:** 2015
Observaciones: Celebrado en Mayo
Palabras Clave:
Código: 144572 **Orden:** 113 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, M.J.; Adame-Sanchez, C.; Caplliure-Giner, E.
Título: Identifying External and Internal Drivers for Implementing Work-life Balance Policies
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: GIKA Conference
Publicación: Actas del congreso
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Lisboa **País::** PORTUGAL **Año:** 2017
Observaciones: 25-27 Junio
Palabras Clave:
Código: 156340 **Orden:** 114 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Fons-D'Ocon, E; Miquel-Romero, M.J.
Título: Celebrity Endorsement: Factors Influencing the Purchase Intentions of Endorsed Brands' Products
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications - CMC2017
Publicación: Actas del congreso ISBN 978-84-946082-09 Faculty of Economics and Business, University of Zaragoza
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza
Ciudad: Zaragoza **País::** ESPAÑA **Año:** 2017
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 156341 **Orden:** 116 **Orden Relevancia:**

Autores: Frasquet, M.; Miquel, M.J.
Título: La Elección del Canal de Queja en el Contexto Minorista
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2017
Publicación: Actas del congreso ISBN 978-84-17129-34-7 Esic Editorial
Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Sevilla **País::** ESPAÑA **Año:** 2017
Observaciones: 6-8 Septiembre
Palabras Clave:
Código: 156326 **Orden:** 118 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Fons-D'Ocón, E; Miquel-Romero, M.J.
Título: Celebrity Endorsement: Influencia de la Identificación del Aficionado y de la Colisión de Marcas en el Valor Percibido
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2017
Publicación: Actas del congreso ISBN 978-84-17129-34-7 Esic Editorial
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Sevilla **País::** ESPAÑA **Año:** 2017
Observaciones: 6-8 Septiembre
Palabras Clave:
Código: 156342 **Orden:** 119 **Orden Relevancia:**

Autores: Frasquet, M.; Miquel, M.J.
Título: Understanding Complaint Channel Choice in the Omnichannel Retailing Era
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications
Publicación: Libro de Actas ISBN 978-84-946082-09 Faculty of Economics and Business, University of Zaragoza
Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Zaragoza **País::** ESPAÑA **Año:** 2017
Observaciones: 4th-5th May
Palabras Clave:
Código: 156327 **Orden:** 119 **Orden Relevancia:**

Autores: Eva María Caplliure, María-José Miquel

Título: La Naturaleza del Producto y el Riesgo Percibido: Cómo se Combinan en la decisión de compra de Productos con Marca del Distribuidor

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2017

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Sevilla **País::** ESPAÑA **Año:** 2017

Observaciones: 6-8 Septiembre

Palabras Clave:

Código: 156343 **Orden:** 120 **Orden Relevancia:**

Autores: Frasquet, M.; Miquel, M.J.; Mollá, A.

Título: Complaining at the Store or through Social Media: the Influence of the Purchase Channel

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 4th National Brand & Private Label (NB&PL) Marketing Conference

Publicación: ISBN 978-3-319-59700-3 Springer

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Barcelona **País::** ESPAÑA **Año:** 2017

Observaciones: 28th-30th June

Palabras Clave:

Código: 156328 **Orden:** 120 **Orden Relevancia:**

Autores: Frasquet, M.; Miquel, M.J.; Mollá, A.

Título: Complaining in Omnichannel Retailing: Channel Dependencies and Relational Influences

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 19th European Association for Education & Research in Commercial Distribution

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Dublín **País::** IRLANDA **Año:** 2017

Observaciones: 4-6 July

Palabras Clave:

Código: 156329 **Orden:** 121 **Orden Relevancia:**

Autores: Martí-Parreño, J.; Miquel-Romero, M.J.; Sánchez-Mena, A.A.

Título: Personal, Technological, and Motivational factors influencing Teachers' Attitude towards Educational Video Games

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Society for Information Technology & Teacher Education International Conference

Publicación: E. Langran & J. Borup (Eds.), Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference (pp. 437-443). Washington, D.C., United States: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Washington, D.C. **País::** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **Año:** 2018

Observaciones: Proceedings en <https://www.learnlib.org/p/182564/> Último acceso March 28, 2018

Palabras Clave:

Código: 164496 **Orden:** 122 **Orden Relevancia:**

Autores: Frasset, M.; Miquel, M.J.; Mollá, A.
Título: Patterns of customer complaining in omnichannel retailing
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: CERR 2018: Colloquium on European Research in Retailing
Publicación: Actas del congreso. ISBN: 978-1-84469-034-3
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: University of Surrey
Ciudad: Guildford **País::** REINO UNIDO **Año:** 2018
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 163535 **Orden:** 123 **Orden Relevancia:**

Autores: Schlesinger, Waleska; Cervera-Taulet, Amparo; Miquel-Romero, Ma. José
Título: ¿Cómo marca el patrocinio de un evento deportivo de alta implicación a la marca patrocinadora? Aplicación al caso de instituciones públicas.
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXX Congreso Internacional de Asociación Española de Marketing Académico y Profesional
Publicación:
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: AEMARK- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional
Ciudad: Barcelona **País::** ESPAÑA **Año:** 2018
Observaciones:
Palabras Clave: Patrocinio / marca
Código: 162367 **Orden:** 125 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, María-José; Cervera-Taulet, Amparo; Schlesinger, Waleska
Título: Nonprofit brand sponsorship, reputation and brand equity: the role of participation type
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 17th Congress on Public and Non-Profit Marketing
Publicación:
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: International Association of Public and Non Profit Marketing
Ciudad: Bournemouth **País::** INGLATERRA **Año:** 2018
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 162368 **Orden:** 126 **Orden Relevancia:**

Autores: Alabau-Tejada, N.; Miquel-Romero, M.J.; Cuadrado-García, M.
Título: Product placement in video games for adolescents: relevance of game-product congruity and product proximity
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 17th International Conference on Research in Advertising ICORIA 2018
Publicación: Actas del congreso
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: Facultad d'Economia. Universitat de Valencia
Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2018
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 162455 **Orden:** 129 **Orden Relevancia:**

Autores: José Martí Parreño; María José Miquel Romero
Título: Attitude towards Advergaming: a fsQCA Approach
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXXII Congreso Anual de AEDEM
Publicación: Actas del congreso
Número de autores: 2 **Carácter:** Nacional
Entidad organizadora: Universitat de València
Ciudad: Gandía - Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2018
Observaciones: 6-8 Junio
Palabras Clave:
Código: 164498 **Orden:** 130 **Orden Relevancia:**

Autores: Martí-Parreño, J., Miquel-Romero, M.J., Sánchez-Mena, A.A., & García-Ferrando, R.
Título: The Role of Educational Level in Teachers' Beliefs and Use of Educational Games
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 10th Annual International Conference on Education and New Learning Technologies - EDULEARN18
Publicación: Actas del Congreso, pp. 5404-5410
Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Palma de Mallorca **País::** ESPAÑA **Año:** 2018
Observaciones: 2-4 Julio
Palabras Clave:
Código: 164499 **Orden:** 131 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, M.J., Martí-Parreño, J., García-Ferrando, R., & Sánchez-Mena, A.A.
Título: Teachers' knowledge and perceived availability of educational games
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 10th Annual International Conference on Education and New Learning Technologies - EDULEARN18
Publicación: Actas del Congreso, pp. 5167-5171
Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Palma de Mallorca **País::** ESPAÑA **Año:** 2018
Observaciones: 2-4 Julio
Palabras Clave:
Código: 164500 **Orden:** 132 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, M.J ; Cervera-Taulet, A.; Schlesinger, W.; Pérez-Cabañero, C.
Título: How can hospitality be measured in tourism? The need to consider hospitableness in resident-tourist relationships
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 18th International Congress of the International Association on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM)
Publicación: Actas del congreso
Número de autores: **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora: International Association of Public and Non Profit Marketing
Ciudad: Győr **País::** HUNGRÍA **Año:** 2019
Observaciones:
Palabras Clave: Residents / Hospitality / tourism / The real and genuine hospitality, away from profitability purposes, where
Código: 172736 **Orden:** 132 **Orden Relevancia:**

Autores: José Martí-Parreño, María José Miquel-Romero, Antonio Sánchez-Mena, Rosa García-Ferrando
Título: Teachers Attitude Towards Educational Video Games: The Role of Educational Level
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 17th European Conference on e-Learning - ECEL 2018
Publicación: Actas del congreso
Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Atenas **País::** GRECIA **Año:** 2018
Observaciones: 1-2 Noviembre
Palabras Clave:
Código: 164501 **Orden:** 133 **Orden Relevancia:**

Autores: Cruz-Ros, S; Guerrero, D; Miquel-Romero, M.J.
Título: Absorptive Capacity and its impact on innovation and performance: SEM and fsQCA findings.
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 8th Global Innovation and Knowledge Academy
Publicación:
Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional
Entidad organizadora:
Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2018
Observaciones:
Palabras Clave:
Código: 169238 **Orden:** 133 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel, Maria-Jose; Frasset, Marta; Mollá, Alejandro

Título: Drivers of consumer complaints through social media of offline vs online buyers

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 20th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Zaragoza **País::** ESPAÑA **Año:** 2019

Observaciones: Premio a la segunda mejor ponencia presentada en el congreso

Palabras Clave:

Código: 175025 **Orden:** 134 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, María José; Cervera-Tauet, amparo; Schlesinger, Waleska

Título: Propuesta de una escala para la medición de la hospitalidad (Hospitableness) residente-turista

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXXI Congreso Internacional de Marketing

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Cáceres **País::** ESPAÑA **Año:** 2019

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 175026 **Orden:** 135 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J.; Montoro-Pons, J.D.

Título: The influence of arts participation on music genres preferences

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 15th International Conference on Arts and Cultural Management, AIMAC 2019

Publicación:

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Università Ca'Foscari Venezia

Ciudad: Venecia **País::** ITALIA **Año:** 2019

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 173047 **Orden:** 135 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Miquel-Romero, M.J; Montoro-Pons, J.D; Palma-Martos, M.L.

Título: Analyzing the role of arts involvement on music preferences

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 9th Workshop on Cultural Economics and Management

Publicación:

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Ciudad: Meknés **País::** MARRUECOS **Año:** 2019

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 173284 **Orden:** 136 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, María-José; Martí-Parreño, José; Méndez-Ibáñez, Ernesto

Título: Videojuegos educativos: ¿mayor entretenimiento implica mejor rendimiento?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Redes-Innovaestic

Publicación: Libro de actas

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora: Universidad de Alicante

Ciudad: Alicante **País::** ESPAÑA **Año:** 2019

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 180123 **Orden:** 137 **Orden Relevancia:**

Autores: Martí-Parreño, J.; Méndez-Ibáñez, E.; Miquel-Romero, M.J.

Título: Attitude toward educational video games: the role of engagement

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 11th International Conference on Education and New Learning Technologies

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: The International Association for Technology, Education and Development (IATED)

Ciudad: Palma de Mallorca **País::** ESPAÑA **Año:** 2019

Observaciones: 1-3 Julio; ISBN: 978-84-09-12031-4

Palabras Clave:

Código: 180124 **Orden:** 138 **Orden Relevancia:**

Autores: Martí-Parreño, J.; Miquel-Romero, M.J.; Méndez-Ibáñez, E.

Título: Academic performance and educational video games: does gender matter?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 11th International Conference on Education and New Learning Technologies

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: The International Association for Technology, Education and Development (IATED)

Ciudad: Palma de Mallorca **País::** ESPAÑA **Año:** 2019

Observaciones: 1-3 Julio; ISBN: 978-84-09-12031-4

Palabras Clave:

Código: 180125 **Orden:** 139 **Orden Relevancia:**

Autores: Moreno, A.R; Andreu, L.; Miquel-Romero, M.J.

Título: Integrated theoretical framework of stakeholder participation and value co-creation in the context of sustainable tourism

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Travel and Tourism Research Association Conference (TTRA) - European Chapter

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Bournemouth **País::** INGLATERRA **Año:** 2019

Observaciones:

Palabras Clave: Turismo sostenible / marketing turístico

Código: 178474 **Orden:** 140 **Orden Relevancia:**

Autores: Domingo Ribeiro-Soriano, Maria-Jose Miquel-Romero, Maria Orero-Blat

Título: How to deal with publications (en International Society of Management Engineers)

Tipo de participación: Ponencia invitada

Congreso: International Symposium on Innovative Management, Information and Production Conference

Publicación:

Número de autores: **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Huaqiao **País::** CHINA **Año:** 2019

Observaciones: 25-27 Octubre

Palabras Clave:

Código: 176457 **Orden:** 141 **Orden Relevancia:**

Autores: Frasset-Deltoro, M.; Miquel-Romero, M.J.

Título: Analysing competitive showrooming behaviours

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 5th Colloquium on European Research in Retailing (CERR 2020)

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 2 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universitat de València

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2020

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 183642 **Orden:** 142 **Orden Relevancia:**

Autores: Ostrovskaya, Liudmila; Rodriguez-Sanchez, Carla; Sancho-Esper, Franco Manuel; Romero-Ortiz, Azahara; Campayo-Sanchez, Fernando; Miquel-Romero, María José; Perez-Server, Ester; Casado-Aranda, Luis Alberto

Título: Mejorando la comunicación en el aula: el uso de los cuestionarios de incidencias críticas en el área de marketing

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XVIII Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria y VI Workshop Internacional de Innovación en Enseñanza Superior y TIC (REDES_INNOVAESTIC 2020)

Publicación: Libro de actas del congreso - ISBN: 978-84-09-20651-3

Número de autores: 8 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora: Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Alicante (ICE)

Ciudad: Alicante **País::** ESPAÑA **Año:** 2020

Observaciones: 4 al 11 de Junio de 2020

Palabras Clave:

Código: 187188 **Orden:** 143 **Orden Relevancia:**

Autores: Cervera-Taulet, .; Schlesinger; S.; Miquel-Romero, M.J. Sanz-Blas, S y Pérez-Cabañero, C.

Título: ¿Percibe el residente en Valencia que el desarrollo turístico de la ciudad es sostenible?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: III Congreso MESVAL 'Hacia un modelo económico de territorio sostenible'

Publicación:

Número de autores: 5 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universidad de Valencia

Ciudad: País:: ESPAÑA **Año:** 2021

Observaciones:

Palabras Clave: Turismo sostenible / turismo residente

Código: 190387 **Orden:** 144 **Orden Relevancia:**

Autores: Cuadrado-García, M; Fons-D'Ocon, E; Miquel-Romero, M.J.

Título: Effects of fan identification and brand collision on perceived value in a celebrity endorsement context

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 25th International Conference on Corporate and Marketing Communications. CMC2020

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universidad de Granada

Ciudad: Granada **País::** ESPAÑA **Año:** 2021

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 189876 **Orden:** 145 **Orden Relevancia:**

Autores: Chimborazo-Azogue, L-E.; Frasset, M.; Mollá-Descals, A.; Miquel-Romero, M-J.

Título: What drives mobile showrooming? The role of smartphones, involvement and value consciousness

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 6th Colloquium on European Research in Retailing

Publicación: ISBN 978-2-493066-00-8

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Sophia Antipolis **País::** FRANCIA **Año:** 2021

Observaciones:

Palabras Clave: mobile / Showrooming / Value Consciousness / Smartphone

Código: 190870 **Orden:** 146 **Orden Relevancia:**

Autores: M.J. Miquel-Romero; L. Ostrovskaya; F. Sancho-Esper; C. Rodríguez-Sánchez; L.A. Casado-Aranda; F. Campayo-Sánchez; A. Romero-Ortiz

Título: Motivando a Preguntar: El Cuestionario de Incidencias Críticas en el Proceso de Enseñanza-Aprendizaje

Tipo de participación: Comunicación

Congreso: Sèptimes Jornades de Innovació Docent

Publicación:

Número de autores: 7 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora: Universitat de València

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2021

Observaciones: 20-21 Julio de 2021

Palabras Clave:

Código: 196248 **Orden:** 147 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel Romero, María José; Cuadrado García, Manuel; Cuenca Ballester, Antonio Carlos

Título: Introduciendo el Flipped Learning en la asignatura de Investigación de Mercados: Algunas Reflexiones

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: VIII Jornada d'Innovació Educativa

Publicación: Actas del congreso: VIII Jornada d'Innovació Educativa - La Transferència en la Innovació Educativa: Oportunitat per a Generar Aprenentatges i Consolidar el Currículum; pág. 344-346

Número de autores: 3 **Carácter:** Nacional

Entidad organizadora: Universitat de València

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2022

Observaciones: 11 de Julio de 2022

Palabras Clave:

Código: 204763 **Orden:** 148 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel Romero, M-J.; Mollá Descals, A.; Frasquet, M.

Título: Intencionalidad del Showrooming Competitivo y Lealtad al Minorista Multicanal

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 33rd International Marketing Conference - AEMARK

Publicación: Actas del congreso; pág. 200

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universitat de València

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2022

Observaciones: 7-9 de Septiembre

Palabras Clave:

Código: 204764 **Orden:** 149 **Orden Relevancia:**

Autores: Fons, Eduardo; Miquel Romero, María José; Cuadrado García, Manuel

Título: Is Awareness of the Athlete's Endorsed Brand Threatened when the Team has a Different Sponsor?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 33rd International Marketing Conference - AEMARK

Publicación: Actas del Congreso, pág. 145

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: Universitat de València

Ciudad: Valencia **País::** ESPAÑA **Año:** 2022

Observaciones: 7-9 de Septiembre

Palabras Clave:

Código: 204765 **Orden:** 150 **Orden Relevancia:**

Autores: Fons, Eduardo; Miquel Romero, María José; Cuadrado García, Manuel; Montoro-Pons, Juan D.

Título: Celebrity Endorsement Weakening: When Brand's Impact On Fans Goes Beyond Endorsers

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 21st International Congress Marketing Trends

Publicación: Actas del congreso

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Roma **País::** ITALIA **Año:** 2022

Observaciones: 20-22 Enero

Palabras Clave:

Código: 204766 **Orden:** 151 **Orden Relevancia:**

Autores: Adame, C; Caplliure, E. M.; Miquel, M.J.

Título: Teletrabajar en confinamiento: Enriquecimiento, conflicto y tensión en las relaciones trabajo-familia y sus efectos sobre la satisfacción laboral

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXXVI AEDEM Annual Meeting

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: EUROPEAN ACADEMY OF MANAGEMENT AND BUSINESS ECONOMICS

Ciudad: Madrid **País::** ESPAÑA **Año:** 2022

Observaciones:

Palabras Clave: teletrabajo / Conflicto trabajo-familia / SATISFACCIÓN EN EL TRABAJO

Código: 204760 **Orden:** 152 **Orden Relevancia:**

Autores: Frasquet, M.; Miquel-Romero, M.J.; Mollá-Descals, A.

Título: Can Showroomers Be Converted into Store Buyers Using Environmental Claims?

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 8th Colloquium on European Research in Retailing (CERR)

Publicación: Libro de actas, pp. 114-115

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora:

Ciudad: Portsmouth **País::** REINO UNIDO **Año:** 2023

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 621651 **Orden:** 153 **Orden Relevancia:**

Autores: Andreu, L.; Font, X.; Miquel, M.J.; Aldás, J.

Título: How Personal Social Responsibility and Environmental Self-Identity Explain the Perceived Importance of Using a Sustainability Filter in Booking Hotels

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Surrey 2023 Conference

Publicación:

Número de autores: 4 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: University of Surrey

Ciudad: Surrey **País::** REINO UNIDO **Año:** 2023

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 621652 **Orden:** 154 **Orden Relevancia:**

Autores: Miquel-Romero, M.J.; Mollá-Descals, A.; Frasquet-Deltoro, M.

Título: How Environmental Factors Shape the Showrooming and Delivery Decisions

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXXIV Congreso Internacional de Marketing - AEMARK 2023

Publicación:

Número de autores: 3 **Carácter:** Internacional

Entidad organizadora: AEMARK- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Ciudad: Madrid **País::** ESPAÑA **Año:** 2023

Observaciones:

Palabras Clave:

Código: 621653 **Orden:** 155 **Orden Relevancia:**

Proyectos

Título del proyecto/contrato: El Marketing Internacional en los Sectores Tradicionales Valencianos

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universidad de Valencia

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 1994 **hasta:** 1995

Investigador/s responsable/s: Salvador Miquel Peris

Número de investigadores participantes: ---

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 012605 **Orden:** 001

Título del proyecto/contrato: Marketing de las agencias de viaje: percepción y calidad

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos-Instituto Valenciano de Turismo (ITVA)

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 1994 **hasta:** 1995

Investigador/s responsable/s: Enrique Bigné Alcañiz

Número de investigadores participantes: ---

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 012606 **Orden:** 002

Título del proyecto/contrato: Análisis de los roles de género contenidos en la publicidad audiovisual y gráfica

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universidad de Valencia

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 1999 **hasta:** 2000

Investigador/s responsable/s: Marcelo Royo Vela

Número de investigadores participantes: ---

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 012607 **Orden:** 003

Título del proyecto/contrato: Análisis Estratégico del Futuro del Transporte de Mercancías de Cargas Renfe (convenio de investigación)

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Cargas Renfe

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 2000 **hasta:** 2000

Investigador/s responsable/s: Salvador Miquel Peris ,Antonio C. Cuenca Ballester

Número de investigadores participantes: ---

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 012608 **Orden:** 004

Título del proyecto/contrato: Factores determinantes del comportamiento de compra a través del móvil. Un análisis del consumidor español

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universitat de València. Proyectos de investigación precompetitivos

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: UVAE082167 **Importe:** 5.300,00 **Duración, desde:** 2008 **hasta:** 2009

Investigador/s responsable/s: Carla Ruiz Mafé

Número de investigadores participantes: 4

Palabras Clave: Compra a través del móvil

Código de proyecto/contrato: 014830 **Orden:** 005

Título del proyecto/contrato: Familia y trabajo: Desarrollo y consecuencias de las políticas de conciliación en las empresas familiares

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universitat de València. Proyectos de investigación precompetitivos

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** 7.800,00 **Duración, desde:** 2008 **hasta:** 2009

Investigador/s responsable/s: Eva María Caplliure Giner

Número de investigadores participantes: 5

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 014831 **Orden:** 006

Título del proyecto/contrato: Variables explicativas de la intención de compra de la marca del distribuidor en productos duraderos

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Conselleria de Cultura, Educació i Ciència. Generalitat Valenciana

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: GV/2019/019 **Importe:** 12.000,00 **Duración, desde:** 2009 **hasta:** 2011

Investigador/s responsable/s: Eva Maria Caplliure Giner

Número de investigadores participantes: 4

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 018239 **Orden:** 007

Título del proyecto/contrato: Diseño e implementación de actividades docentes de carácter interdisciplinar, bilingüe, virtual y transferible entre materias y centros de la UE

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universidad de Valencia

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: 86/FO/29 **Importe:** 1.000,00 **Duración, desde:** 2009 **hasta:** 2010

Investigador/s responsable/s: Cuadrado-García, M.

Número de investigadores participantes: 7

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 016470 **Orden:** 008

Título del proyecto/contrato: Grupo de Innovación Educativa: Innova Multidisciplinar

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universidad de Valencia

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: GID86/2009 **Importe:** --- **Duración, desde:** 2009 **hasta:** 2012

Investigador/s responsable/s: Cuadrado-García, M.

Número de investigadores participantes: 7

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 016471 **Orden:** 009

Título del proyecto/contrato: Configuración de la universidades como centros de educación a lo largo de la vida del ciudadano mediante la gestión de relaciones entre sus stakeholders

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Subdirección General de Proyectos de Investigación

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: SEJ2007-68105-C02-01 **Importe:** --- **Duración, desde:** 2010 **hasta:** 2011

Investigador/s responsable/s: Amparo Cervera Taulet

Número de investigadores participantes: ---

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 020513 **Orden:** 010

Título del proyecto/contrato: Desarrollo y coordinación de un proyecto docente interdisciplinar entre universidades europeas

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universidad de Valencia

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** 1.000,00 **Duración, desde:** 2010 **hasta:** 2011

Investigador/s responsable/s: Cuadrado-García, M.

Número de investigadores participantes: 10

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 020310 **Orden:** 011

Título del proyecto/contrato: Análisis del Consumidor Responsable en España: Factores Sociodemográficos y Psicográficos que Determinan las Respuestas del Consumidor a las Iniciativas de Responsabilidad Social

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Servei d'Investigació (Universitat de Valencia)

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: UV-INV-AE11-40683 **Importe:** 10.485,00 **Duración, desde:** 2011 **hasta:** 2012

Investigador/s responsable/s: Rafael Martín Currás Pérez

Número de investigadores participantes: 3

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 021188 **Orden:** 012

Título del proyecto/contrato: Estudio de la Responsabilidad Social Corporativa como estrategia de generación de valor para el consumidor. Un análisis de segmentación en base a características psicográficas

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Generalitat Valenciana. Consellería de Cultura, Educació i Esport

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: GVA/2013/055 **Importe:** 5.500,00 **Duración, desde:** 2013 **hasta:** 2013

Investigador/s responsable/s: Rafael Currás Pérez

Número de investigadores participantes: 4

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 029764 **Orden:** 013

Título del proyecto/contrato: Estudio de eficacia publicitaria de la campaña: Del efecto mariposa al efecto voluntariado. El simple gesto de alguien como tú puede cambiar el mundo

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Cruz Roja Española

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 2014 **hasta:** 2014

Investigador/s responsable/s: Cuadrado-García, M.

Número de investigadores participantes: 3

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 032404 **Orden:** 014

Título del proyecto/contrato: Implicaciones de la estrategia de distribución multicanal para las empresas orientadas a las internacionalización y al entorno online

Tipo de contrato/Programa: Proyectos de Investigación del Plan Nacional de I+D+I

Empresa/Administración financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: ECO2014-55881-R **Importe:** 45.980,00 **Duración, desde:** 2015 **hasta:** 2017

Investigador/s responsable/s: Alejandro Mollá y Marta Frasquet

Número de investigadores participantes: 11

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 033002 **Orden:** 015

Título del proyecto/contrato: Metodologías de aprendizaje activo en el aula: el uso de las Ted Lessons y la Gamificación

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universitat de València

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: UV-SFPIE_RMD15-312658 **Importe:** 180,00 **Duración, desde:** 2015 **hasta:** 2016

Investigador/s responsable/s: Carla Ruiz Mafé

Número de investigadores participantes: 7

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 032898 **Orden:** 016

Título del proyecto/contrato: Colaboración en la organización de unas jornadas académicas de análisis de nuevas fórmulas de gestión y marketing en artes escénicas

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: AVETID (Asociación Valenciana de Empresas de Teatro y Circo)

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 2015 **hasta:** 2016

Investigador/s responsable/s: Cuadrado-García, M.

Número de investigadores participantes: 7

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 034269 **Orden:** 017

Título del proyecto/contrato: Estudio de público del Festival Cabanyal Íntim y asesoramiento para la búsqueda de patrocinadores

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universitat de València

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 2016 **hasta:** 2017

Investigador/s responsable/s: Cuadrado-García, M.

Número de investigadores participantes: 5

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 036875 **Orden:** 018

Título del proyecto/contrato: Incremento del aprendizaje percibido y la satisfacción del estudiante mediante el aprendizaje colaborativo

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universitat de València

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: UV_SFPIE_GER16_418954 **Importe:** 1.500,00 **Duración, desde:** 2016 **hasta:** 2017

Investigador/s responsable/s: Enrique Bigné y Carla Ruiz

Número de investigadores participantes: 7

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 035115 **Orden:** 019

Título del proyecto/contrato: Aproximación innovadora, sostenible e integral al ecosistema de turismo de cruceros: percepción de residentes y cruceristas

Tipo de contrato/Programa: Conselleria de Cultura, Educació i Ciència de la Generalitat Valenciana

Empresa/Administración financiadora: Generalitat Valenciana. Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: AICO/2017/120 **Importe:** 38.700,00 **Duración, desde:** 2017 **hasta:** 2019

Investigador/s responsable/s: Amparo Cervera Taulet

Número de investigadores participantes: ---

Palabras Clave: cruceros / turismo de cruceros / comportamiento del turista / actitud de los residentes

Código de proyecto/contrato: 037855 **Orden:** 020

Título del proyecto/contrato: Producción y gestión multidisciplinar de una pieza teatral. Un proyecto de enseñanza-aprendizaje a la carta.

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universitat de València

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: UV-SFPIE_RMD17-586254 **Importe:** 750,00 **Duración, desde:** 2017 **hasta:** 2018

Investigador/s responsable/s: Cuadrado-García, M.

Número de investigadores participantes: 5

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 038467 **Orden:** 022

Título del proyecto/contrato: SPRING: Succession Planning and Regeneration In Family Businesses for New Growth through an innovative training programme

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Erasmus + Programme, European Commission

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: 601117-EPP-1-2018-1-IT-EP **Importe:** 70.000,00 **Duración, desde:** 2019 **hasta:** 2021

Investigador/s responsable/s: Maria Jose Miquel Romero

Número de investigadores participantes: 6

Palabras Clave: family business

Código de proyecto/contrato: 042866 **Orden:** 023

Título del proyecto/contrato: Organización y gestión multidisciplinar de un maratón escénico (teatro, danza y música)

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universitat de València

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: UV-SFPIE_RMD18-830269 **Importe:** 200,00 **Duración, desde:** 2017 **hasta:** 2018

Investigador/s responsable/s: Manuel Cuadrado-García; Josefina Atienza-Gallego; M^a José Miquel-Romero; Juan D. M.

Número de investigadores participantes: 5

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 041051 **Orden:** 023

Título del proyecto/contrato: Estudio de públicos del Festival Internacional de Artes Escénicas Tercera Setmana (2^a Edición)

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: AVETID (Asociación Valenciana de Empresas de Teatro y Circo)

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** 2.000,00 **Duración, desde:** 2017 **hasta:** 2018

Investigador/s responsable/s: Cuadrado-García, M.

Número de investigadores participantes: 4

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 038468 **Orden:** 024

Título del proyecto/contrato: Estudio del público del festival Cabanyal Íntim y asesoramiento en la búsqueda de patrocinadores y campaña de comunicación

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Asociación Cultural Francachela Teatro

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 2017 **hasta:** 2018

Investigador/s responsable/s: Cuadrado-García, M.

Número de investigadores participantes: 4

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 038469 **Orden:** 025

Título del proyecto/contrato: #PRIDA4ALL: Consolidación de redes de mentorización y formación en English as a Medium of Instruction (EMI).

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Universitat de València

Entidades participantes: SFPIE - Servei de Formació Permanent i Innovació Educativa

Número de proyecto/contrato: UV-SFPIE_GER-847156 **Importe:** 400,00 **Duración, desde:** 2018 **hasta:** 2019

Investigador/s responsable/s: Elvira Montañes Brunet

Número de investigadores participantes: 43

Palabras Clave: English as a Medium of Instruction (EMI) / red de innovación docente / internacionalización

Código de proyecto/contrato: 041342 **Orden:** 026

Título del proyecto/contrato: Implicaciones de la digitalización y la omnicanalidad para los procesos de compra y los modelos de negocio.

Tipo de contrato/Programa: Proyectos de Investigación del Plan Nacional de I+D+I

Empresa/Administración financiadora: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, y la Agencia Estatal de Investigación.

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: ECO2017-83051-R **Importe:** 20.570,00 **Duración, desde:** 2018 **hasta:** 2020

Investigador/s responsable/s: Alejandro Mollá Descals (IP1); Marta Frasset Deltoro (IP2),

Número de investigadores participantes: 7

Palabras Clave: Digitalización / omnicanalidad / Procesos de compra / Modelos de Negocio / Redes sociales / Logística / comercio minorista / Big Data

Código de proyecto/contrato: 038429 **Orden:** 027

Título del proyecto/contrato: La técnica de recogida de dudas de forma anónima a través de los cuestionarios de incidencias críticas (CUICS) como herramienta de mejora del aprendizaje e incremento de la motivación del alumnado

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Vicerrectorado de Estudios, Formación y Calidad, Universidad de Alicante

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** 900,00 **Duración, desde:** 2019 **hasta:** 2020

Investigador/s responsable/s: Liudmila Ostrovskaya

Número de investigadores participantes: 9

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 043145 **Orden:** 028

Título del proyecto/contrato: SOSTENIBILIDAD, DIGITALIZACIÓN, INNOVACIÓN Y ENTREGA DE VALOR: OPORTUNIDADES PARA EL COMERCIO Y EL TURISMO EN ENTORNOS COMPETITIVOS DE INCERTIDUMBRE

Tipo de contrato/Programa: Proyectos de investigación para potenciar los grupos de investigación consolidados

Empresa/Administración financiadora: Generalitat Valenciana

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: AICO 2021 144 **Importe:** 90.000,00 **Duración, desde:** 2021 **hasta:** 2023

Investigador/s responsable/s: Irene Gil Saura y Alejandro Mollá Descals

Número de investigadores participantes: 12

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 046590 **Orden:** 029

Título del proyecto/contrato: A University-Business Alliance to Accelerate the Digital and Green Transition of Healthcare and Innovation in the Health Market

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: Erasmus + Programme, European Commission

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: ERASMUS-EDU-2022-PI-ALL-I **Importe:** 83.127,00 **Duración, desde:** 2023 **hasta:** 2026

Investigador/s responsable/s: Domingo Ribeiro Soriano

Número de investigadores participantes: 4

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 564691 **Orden:** 030

Participación en Comités y Representaciones

Título del comité: Comité de Expertos

Entidad de la que depende: AEMARK- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Tema: "Premio a la mejor Tesis Doctoral en Marketing 2020"

Fecha inicio: 07/09/2020 **Fecha Fin:**

Otros Méritos o aclaraciones

Méritos no clasificados

Certificado de Publicidad y promoción del punto de venta (3ª edición). Consellería de Industria, Comercio y Turismo. Fondo Social Europeo. ADEIT. Dirección: Mª José Miquel Romero

Introducció al marketing per a no economistes. Curso de extensión universitaria 2005. Dirección: Mª José Miquel Romero

Certificado de Publicidad y promoción del punto de venta (4ª edición). Consellería de Industria, Comercio y Turismo. Fondo Social Europeo. ADEIT. Dirección: Mª José Miquel Romero

Convenio de investigación con la empresa Gabinete de Encuestas y Estudios Socioeconómicos para la realización del Anteproyecto de LIBRO BLANCO DE LA ARTESANIA VALENCIANA, de la Consellería de Industria y Comercio de la Generalitat de Valencia, 2001-2002. Responsable de la investigación: Francisco Raga

Evaluadora de trabajos presentados a distintos foros y congresos (European Marketing Academy Conference, Encuentros de Marketing, Congreso AEDEM)

Directora del Diploma de posgrado Investigación de Mercados: Conocer al cliente y al entorno, desde el curso 2013-2014 hasta el curso 2015-2016

Méritos relacionados con la calidad y difusión de resultados de la actividad Investigadora

Relatora en el II Workshop en Economía y Gestión de la Cultura. Valencia, 4 y 5 de Noviembre de 2010.

Méritos relacionados con la actividad investigadora

Miembro del tribunal que ha juzgado la tesis doctoral de D. Manuel Civera Satorres, bajo el título "Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido". Directores: Dr. D. Salvador Miquel Peris y Dr. D. Miguel Angel Moliner Tena. Universitat Jaume I, Castellón. Junio 2008. Calificación: Sobresaliente Cum Laude.

Revisora de la Revista Innovar en 2012

Revisora de la Revista Cuadernos de Gestión en los años 2011 y 2012

Revisora de la Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa en 2011

Reconocimiento a la labor investigadora (Sexenio): Resolución de la Comisión Evaluadora de la Actividad Investigadora en la que se concede el primer sexenio. Periodo 2003-2012

Reconocimiento a la labor investigadora (Sexenio): Resolución de la Comisión Evaluadora de la Actividad Investigadora en la que se concede el segundo sexenio. Periodo 2013-2018

Méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración

Co-directora del posgrado propio de la Universitat de València Master en Marketing y Comunicación desde el curso 2008-2009 hasta el curso 2012-2013.

Secretaria del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, de la Universitat de València, desde el 28 de Septiembre de 2010 hasta el 4 de Octubre de 2016.

Co-directora del Master en Marketing e Investigación de Mercados, Título Oficial de la Universitat de València, durante los cursos 2013-2014 y 2014-2015.

Tipo de texto: Resumen de la trayectoria científica**Título:**

Coautora de más de 30 artículos publicados en revistas de ámbito nacional y mayoritariamente internacional, 17 de los cuales están indexados en revistas con impacto JCR/ SJR (ISI Web of Knowledge/SCOPUS) y 5 con impacto Q1 JCR-SJR. Además, uno de los trabajos ha sido reconocido por la Fundación Camilo Prado, durante tres años consecutivos, como el artículo más citado de la revista en el periodo previo de cinco años. Índice H Google Scholar 6 e Índice i10 5. Citas totales según Google Scholar 155.

Ha participado en distintos congresos y foros nacionales e internacionales con más de 130 ponencias, algunas de las cuales se han publicado en Proceedings respaldados por editoriales de reconocido prestigio internacional, como Springer Proceedings in Business and Economics. Coautora de 3 libros y coautora/autora de 17 capítulos de libro, algunos de ellos de difusión internacional, publicados en editoriales de prestigio.

Además, ha participado en más de 12 proyectos de investigación, financiados en convocatorias públicas, y en diversos convenidos con empresas o instituciones privadas sobre la base del asesoramiento basado en la investigación: participación en proyectos OTRI que implican transferencia de conocimiento a organismos y la comunidad en general.

Ha estado en calidad de profesora e investigadora visitante en la Universidad de Glasgow, Escocia (durante 3 meses en el año 1996), en la Salford University, Reino Unido (durante tres meses en 1997) y en la Universidad HEC en Montreal, Canadá (durante dos meses en 2017).

Miembro de equipo investigador Servicio-Innovación-Valor (SIV), grupo inscrito en el Registro de Estructuras de Investigación de la Universidad de Valencia (Referència: GIUV2016-324), además adscrito a la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la Universidad de Valencia.

Participación como moderadora de mesa en diversos congresos y workhops, tanto de ámbito nacional como internacional.

Co-directora del Master en Marketing e Investigación de Mercados durante dos cursos académicos, y co-directora del Master en Marketing y Comunicación (título propio de la Universitat de València, junto a la Cámara de Comercio de Valencia) durante ocho cursos académicos. Secretaria del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valencia durante seis años.



Fecha del CVA	16/11/2023
----------------------	------------

María Sicilia Piñero – 48395844A – 01/07/1977

ORCID: 0000-0002-1731-4570

Web of Science Researcher ID: R-4667-2019.

María Sicilia es Catedrática de Marketing en la Universidad de Murcia (España). Es profesora funcionaria desde 2008. Es Doctora en Marketing (Universidad de Murcia, 2003). Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Murcia (1999, Premio extraordinario de Licenciatura). Ba Hons Business in Europe (Manchester Metropolitan University, 1999). Máster en Dirección y Gestión en Comercio Exterior por ENAE Business School (2000).

La profesora María Sicilia lleva más de 24 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Murcia. Tiene 4 quinquenios reconocidos: 4(1999-2004; 2004-2009; 2009-2014; 2014-2019). En 2022 obtuvo la calificación de Excelente en el programa Docentium de la Universidad de Murcia (período de evaluación 2016/17 2017/18 2018/19 2019/20 2020/21). Ha publicado 2 libros (1 ESIC) y un total de 18 capítulos de libro (8 de ellos en inglés) en editoriales internacionales de prestigio como Eduard Elgar Publishing, Springer, IGI-Global y Emerald. Pertenece al grupo de Innovación docente Innovamarketing, liderado por la profesora M.C. Alarcón del Amo. Ha participado en cuatro proyectos de innovación docente y participado en 8 congresos de innovación docente.

Pertenece al Grupo de Investigación en Comportamiento del Consumidor (E093-03), dirigido por Salvador Ruiz. Sus intereses de investigación se centran en el comportamiento del consumidor online, eWOM, redes sociales y turismo. Ha participado en más de 100 Congresos, entre los que destacan EMAC, AMA, ICORIA, ACR, AEMARK. Ha obtenido 5 premios de investigación. Un premio al mejor artículo de investigación publicado en Spanish Journal of Marketing- Esic, concedido por AEMARK en 2020. Un premio Dragó al artículo más citado de la Revista Latina de Comunicación Social. Un “best paper award” a la mejor ponencia de ICORIA 2010, un premio a la mejor ponencia AEMARK 2015 y otro a la mejor ponencia sobre marcas en AEMARK 2009. Ha participado como investigador en 14 proyectos de investigación, 7 obtenidos en convocatorias competitivas. Ha sido IP en un proyecto financiado por la Fundación Ramón Areces.

En cuanto a la gestión, destacan los siguientes cargos. Presidenta de la Comisión de Doctorado de Ciencias Sociales y Jurídicas en 2022. Vocal de la Junta Directiva de la Asociación Española de Marketing AEMARK, desde el 24 de septiembre de 2010 hasta 23 de septiembre de 2014. Secretaria del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, desde 1 de septiembre de 2010 hasta el 30 de septiembre de 2012. Actualmente es miembro de la Comisión Académica del Máster Universitario de Marketing Digital y Analítico y de la Comisión de Doctorado de Ciencias de la Empresa de la Universidad de Murcia.

Indicadores generales de calidad de la producción científica

Publicaciones con JCR: 16 (5 en Q1, 3 en Q2)

Publicaciones con SJR (distintas de las anteriores): 24

Índice H en Web of Science: 14

Citas totales Google Scholar: 3956

Índice H Google Scholar: 28



Índice i10 Google Scholar: 42

Sexenios: 3 (2003-2008: 2009-2014; 2015-2020)

Tesis dirigidas: 5 (2 con mención internacional)

Estancias de investigación: 2 semestrales (Columbia Business School, Estados Unidos 2005 y King's College Business School, Reino Unido, 2020)

Artículos publicados:

1. Sicilia, M., López, M., & Palazón, M. (2023). The combined effect of front-of-package labels and influencer recommendations on food choice decisions. *Appetite* (Q1 Behavioral Sciences, JCR 2022: 5.4), 191, 107074.
2. Sicilia, M., & Palazón, M. (2023). Developing customer engagement through communication consistency and channel coordination. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*. <https://doi.org/10.1108/SJME-02-2022-0022>. (Q2 en Marketing, SJR (2020): 0,876).
3. Palazón, M., López, M., Sicilia, M., & López, I. (2022). The customer journey: a proposal of indicators to evaluate integration and customer orientation. *Journal of Marketing Communications*, 28(5), 528 - 559. (Q1 en Business, SJR (2020): 0,838).
4. Hidalgo-Alcazar, C., Ruiz, S., & Sicilia, M. (2021). Emotions and Cognitions When Reading Online Reviews: Effect on Tourism Service Image. *Journal of Technology Management & Innovation*, 16(4), 11 - 21. (Q3 en Management, SJR (2020): 0,231).
5. López, M., Sicilia, M., & Verlegh, P. W. (2022). How to motivate opinion leaders to spread e-WoM on social media: monetary vs non-monetary incentives. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 16(1), 154 - 171. (Q1 en Business, JCR (2021): 10,179)
6. Sicilia, M., Caro-Jiménez, M. C., & Fernández-Sabiote, E. (2021). Influence of emotions displayed by employees during service recovery. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3), 392 - 408. (Q2 en Marketing, SJR (2020): 0,796).
7. Piñero, M. S., & Sánchez, J. M. (2020). Integración de la estrategia de comunicación en canales propios: El caso de El Corte Inglés. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 21(21), 8 - 26.
8. Sabiote, E. F., López, I. L., & Piñero, M. S. (2020). La integración de los canales offline y online en la distribución de artículos deportivos en España. *Distribución y Consumo*, 30(162), 86 - 94.
9. Fernández, E., López, I., & Sicilia, M. (2020). La distribución de artículos deportivos en España: evaluación de la estrategia omnicanal del sector. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 24(1), 1 - 16.
10. Sicilia, M., Palazón, M., & López, M. (2020). Intentional vs. unintentional influences of social media friends. *Electronic Commerce Research and Applications*, 42.
11. Rodríguez-Ricardo, Y., Sicilia, M., & López, M. (2019). Altruism and internal locus of control as determinants of the intention to participate in crowdfunding: the mediating role of trust. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(3), 1 - 16. (Q3 en Business, JCR (2019): 1,906).
12. Palazon, M., Delgado-Ballester, E., & Sicilia, M. (2018). Fostering brand love in Facebook brand pages. *Online Information Review*, 43(5), 710-727. (Q3 en Computer Science and Information Systems, JCR (2019): 1,805).
13. Rodríguez-Ricardo, Y., Sicilia, M., & López, M. (2018). What drives crowdfunding participation? The influence of personal and social traits. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 22(2), 163 - 182. (Q2 en Marketing, SJR (2018): 0,396).
14. López, M., Sicilia, M., & Verlegh, P. W. (2017). "Click like if you like it": the effect of directional posts on social network sites. *Online Information Review*, 41(5), 672 - 690. (Q3 en Computer Science and Information Systems, JCR (2017): 1,675).
15. López, M., Sicilia, M., & Moyeda-Carabaza, A. A. (2017). Creating identification with brand communities on Twitter: The balance between need for affiliation and need for uniqueness. *Internet Research*, 27(1), 21 - 51. (Q1 en Computer Science and Information Systems, JCR (2017): 3,8).
16. López, M., & Sicilia, M. (2017). Identificación de líderes de opinión leales en Twitter: Cómo saber si son leales a la marca. *Cuadernos de Gestión*, 17(1), 105 - 124. (Q3 en Business and International Management, SJR (2017): 0,16).

17. Sicilia, M., Delgado-Ballester, E., & Palazon, M. (2016). The need to belong and self-disclosure in positive word-of-mouth behaviours: The moderating effect of self-brand connection. *Journal of Consumer Behaviour*, 15(1), 60 - 71. (Q3 en Business, JCR (2016): 0,1,481).
18. Hidalgo-Alcázar, C., Sicilia, M., & Ruiz De Maya, S. (2015). La imagen de un producto turístico rural a través del acceso al contenido generado por otros usuarios en internet: Diferencias por género. *Journal of technology management & innovation*, 10(3), 75 - 84. (Q3 en Management of Technology and Innovation, SJR (2015): 0,243).
19. Palazón, M., Sicilia, M., & Lopez, M. (2015). The influence of "Facebook friends" on the intention to join brand pages. *Journal of Product & Brand Management*, 24(6), 580 - 595. (Q2 en Marketing, SJR (2015): 0,523).
20. Hidalgo, C., & Sicilia, M. (2015). How web interactivity influences the image of a tourist destination. *Journal of Urban Regeneration & Renewal*, 8(4), 356 - 366. (Q3 en Urban Studies, SJR (2015): 0,201).
21. López, M., & Sicilia, M. (2014). eWOM as source of influence: the impact of participation in eWOM and perceived source trustworthiness on decision making. *Journal of Interactive Advertising*, 14(2), 86 - 97. (Q2 en Communication, SJR (2019): 0,564).
22. Palazón, M., Delgado, E., & Sicilia, M. (2014). El papel de las redes sociales como generadoras de "amor a la marca". *Universia Business Review*, (41). (Q2 en Business, SJR (2014): 0,251).
23. Caro, M. C., & Sicilia, M. (2014). Las emociones y la resistencia al cambio de las actitudes. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 18(1), 17-31. (Q2, SJR (2018): 0,396).
24. Hidalgo, M. D. C., Sicilia, M., & Ruiz, S. (2014). The effect of user-generated content on tourist behavior: the mediating role of destination image. *Tourism & Management Studies*, 10, 158 - 164.
25. López, M., & Sicilia, M. (2014). Determinants of E-WOM influence: The role of consumers' internet experience. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 9(1), 28 - 43. (Q2 en Business, Management and Accounting, SJR (2014): 0,423).
26. Fernandez-Cavia, J., Díaz-Luque, P., Huertas, A., Rovira, C., Pedraza-Jimenez, R., Sicilia, M., & Míguez, M. I. (2013). Destination brands and website evaluation: a research methodology. *Revista Latina de Comunicación Social*, (68). (Q3 en Communication, SJR (2013): 0,226).
27. Martínez, A., Ruiz, C. S., & Sicilia, M. (2013). El rol de la edad en la valoración del materialismo y su influencia en la intención de compra. *Investigación y Marketing*, (118), 40.
28. López, M., & Sicilia, M. (2013). How WOM marketing contributes to new product adoption: Testing competitive communication strategies. *European Journal of Marketing*, 47(7), 1089 - 1114. (Q3 Business, JCR (2013): 1,00).
29. López, M., & Sicilia, M. (2013). Boca a boca tradicional vs. electrónico. La participación como factor explicativo de la influencia del boca a boca electrónico. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 17(1), 7 - 38.
30. Palazón, M. & Sicilia, M. (2012). Análisis de las promociones de ventas en Internet: el caso de las agencias de viaje. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 5(5), 80 - 96.
31. Delgado, M^a. E., Navarro, M^a. A., & Sicilia, M. (2012). Revitalising brands through communication messages: the role of brand familiarity. *European Journal of Marketing*, 46(1/2), 31 - 51. (Q3, JCR (2012): 0,781).
32. Hidalgo, M. D. C., & Sicilia, M. (2011). La interactividad de la web y la imagen del destino como determinantes del comportamiento del turista. *Investigación y marketing*, (111), 6 - 13.
33. López, M., & Sicilia, M. (2011). Use of online versus offline information sources by tourists. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 3(2), 273 - 288. (Q3 en Communication, SJR (2014): 0,140).
34. Navarro, M^a. A., Delgado, M^a. E., & Sicilia, M. (2011). La integración de los mensajes como alternativa a la repetición publicitaria. *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 15(2), 61 - 92.
35. Navarro, M^a. A., Delgado, M^a. E., & Sicilia, M. (2010). IMC: A methodology for designing consistent messages. *Universia Business Review*, (26), 150 - 167. (Q4, JCR (2010): 0,228).
36. Sicilia, M., & Ruiz, S. (2010). The effect of web-based information availability on consumers' processing and attitudes. *Journal of Interactive Marketing*, 24(1), 31 - 41. (Q2 en Business, JCR (2010): 1,40).
37. Sicilia, M., & Ruiz, S. (2010). The effects of the amount of information on cognitive responses in online purchasing tasks. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(2), 183 - 191. (Q1 en Computer Science and Information Systems, JCR (2010): 1,946).
38. Bailón, M. Á. N., Piñero, M. S., & Ballester, E. D. (2009). Efectos de la comunicación integrada de marketing a través de la consistencia estratégica: una propuesta teórica y metodológica. *Estudios Gerenciales*, 25(111), 35 - 57.
39. Navarro Bailón, M. Á., Delgado Ballester, E., & Sicilia Piñero, M. (2009). Efectos de la consistencia estratégica del mensaje en el consumidor. *Cuadernos de administración*, 22(38), 73 - 100. (Q3 en Business and International Management, SJR (2009): 0,127).



40. Navarro, A., Sicilia, M., & Delgado-Ballester, E. (2009). Integrated marketing communications: Effects of advertising-sponsorship strategic consistency. *EuroMed Journal of Business*, 4(3), 223 - 236. (Q3 en Business, Management and Accounting, SJR (2009): 0,12).
41. Sicilia, M., & Ruiz, S. (2009). La interactividad y el flujo en la eficacia de la comunicación interactiva. *Revista española de investigación de marketing*, 13(2), 91 - 115. (Q2, SJR (2018): 0,396).
42. Sicilia, M., Pérez, R., & Heffernan, T. (2008). How do EU Cities Utilise their Websites? A Content Analysis and Suggestions for Improvement. *Journal of Internet Business*, (5).
43. Palazón, M. D. & Sicilia, M. (2008). Estandarización vs. adaptación en la estrategia de comunicación de Coca-Cola en internet. *Investigación y Marketing*, (98), 62 - 69.
44. Sicilia, M., & Palazón, M. (2008). Brand communities on the internet: A case study of Coca-Cola's Spanish virtual community. *Corporate Communications: An International Journal*, 13(3), 255 - 270. (Q3 en Organizational Behavior and Human Resource Management, SJR (2008): 0,383).
45. Sicilia, M. (2008). Análisis de las decisiones del expositor ferial e influencia en los resultados obtenidos. *ICE, Revista de Economía*, (840), 73 - 92.
- Sicilia, M., & Ruiz, S. (2007). The role of flow in web site effectiveness. *Journal of Interactive Advertising*, 8(1), 33 - 44.
46. Sicilia, M., & Pérez, R. (2007). Internet como herramienta del Marketing de ciudades. *Investigación y marketing*, (96), 30 - 40.
47. Sicilia, M., & Ruiz, S. (2007). La organización de la información de un sitio web: efectos en el consumidor. *Revista Española de Investigación de Marketing*, 11(2), 89 - 115.
48. López, I., Ruiz, S., & Piñero, M. (2007). Cómo medir emociones y pensamientos en los estudios sobre el comportamiento de los consumidores. *Investigación y Marketing*, (94), 67 - 74.
- Navarro, M^a. A.; Delgado, M^a. E. & Sicilia, M. How Communication Tools Can Be Integrated? *Advertising Express Magazine*, 2007, 17 - 21.
49. Sicilia, M. & Palazón, M. (2006): Communication strategy on the internet. *Advertising Express*, 31 - 36.
50. Sicilia, M., Ruiz, S., & Reynolds, N. (2006). Attitude Formation Onlin-how the Consumer's need for Cognition Affects the Relationship between Attitude towards the Website and Attitude towards the Brand. *International Journal of Market Research*, 48(2), 139 - 154. (Q4 en Business, JCR (2006): 0,491).
51. Sicilia, M., Ruiz, S., & Munuera, J. L. (2005). Effects of interactivity in a web site: The moderating effect of need for cognition. *Journal of Advertising*, 34(3), 31 - 44. (Q3 en Business, SJR (2005): 0,495).
52. Ruiz, S., & Sicilia, M. (2004). The impact of cognitive and/or affective processing styles on consumer response to advertising appeals. *Journal of Business Research*, 57(6), 657-664. (Q3 en Business, JCR (2004): 0,607).
53. Sicilia, M., & de Maya, S. R. (2002). El consumidor ante las nuevas formas de comunicación comercial. *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 12(1), 97-110.

PREMIOS RECIBIDOS

1. Premio al mejor artículo publicado en la Spanish Journal of Marketing-ESIC AEMARK 2020. What drives crowdfunding participation? The influence of personal and social traits, *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, (2018), 22 (2), 163-182".
2. Premio a la mejor ponencia en congreso de marketing AEMARK 2015 (Pamplona)
3. Premio Drago al texto más citado al artículo titulado "Marcas de destino y evaluación de sitios web: Una metodología de investigación" de J Fernández-Cavia, P Díaz-Luque, A Huertas, C Rovira, R Pedraza-Jimenez, María Sicilia, L Gómez, MI Míguez, publicado en 2013 en la *Revista Latina de Comunicación Social* (68), 623-638.
4. High Commendation for "best paper award" for "Determinants of e-WOM influence: the role of consumers' internet experience", ICORIA 2010 (Madrid).
5. Primer accesit a la investigación sobre marcas "Marcas: gestión y proyección en el ámbito internacional", concedido por el Foro de Marcas Renombradas Españolas y la Oficina Española de Patentes y Marcas, entregado en el congreso AEMARK 2009 (Bilbao).

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA 01/10/2023

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Sebastián		
Apellidos	Molinillo Jiménez		
Sexo (*)	Hombre	Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	14/07/1971
DNI, NIE, pasaporte	25590075E		
Dirección email	smolinillo@uma.es	URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0001-9132-5190		

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrático		
Fecha inicio	21/12/2020		
Organismo/ Institución	Universidad de Málaga		
Departamento/ Centro	Economía y Administración de Empresas		
País	España	Teléfono	670947862
Palabras clave	Investigación de mercados, comportamiento del consumidor, adopción de tecnologías, marketing digital, marca, turismo, comercio		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
1996-1997	Investigador predoctoral del Programa Nacional de Formación de Profesorado Universitario y Personal Investigador
1998-2002	Profesor Asociado a tiempo completo de la Universidad de Málaga
2002-2020	Titular de Universidad de la Universidad de Málaga
2020-2023	Catedrático de Universidad de la Universidad de Málaga

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Doctor en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Málaga	2000
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Málaga	1994
Diplomado en Ciencias Empresariales	Universidad de Málaga	1992

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios):

El Profesor Molinillo inició su carrera docente e investigadora en la Universidad de Málaga en 1996 como becario del Programa Nacional de Formación de Profesorado Universitario y Personal Investigador. Profesor Asociado a tiempo completo en el periodo 1998-2002, Titular de Universidad desde 2003 a 2020, y actualmente Catedrático de Universidad adscrito al Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga desde el 21 de diciembre de 2020. Desempeñó el puesto de Vicedecano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (2002-2004) y el de Adjunto al Vicerrector en varias áreas de gobierno (2004-2012). Su actividad científico-técnica se resume en los siguientes guarismos:

- 52 artículos publicados en revistas incluidas en el JCR (Journal Citation Reports) en el periodo 2016-2023, de ellos: 29 Q1 (13 D1), 15 Q2, 5 Q3 y 3 Q4.



- 7 artículos publicados en revistas incluidas solo en el SJR (SCImago Journal Rank) de ellos: 2 Q1, 2 Q2, 3 Q3.
- 27 artículos publicados en revistas no incluidas en los rankings anteriores, de las cuales 5 indexadas en la Web of Science, 19 en Latindex, y 1 en otras no indexadas.
- 7 libros completos publicados, de los cuales uno en inglés en la editorial Springer y tres publicados por ESIC.
- 43 capítulos de libros, de los cuáles 9 en inglés en editoriales extranjeras como Palgrave Macmillan, Routledge e IGI Global.
- Más de 100 ponencias y comunicaciones en congresos, de las cuales 90 en eventos internacionales.
- 7 premios a la labor investigadora, de ellos 2 a la tesis doctoral y 5 best papers en congresos internacionales.
- Tesis doctorales dirigidas: 8 con la calificación de Sobresaliente Cum Laude, de las cuales 5 en los últimos diez años (2012-2022) con mención internacional, y una de ellas Premio Extraordinario. Las tres primeras tesis se dirigieron en el periodo 2003-2011 en el marco de un convenio de colaboración entre la Universidad de Málaga y la Universidad Nacional Experimental de los Llanos “Ezequiel Zamora” (Venezuela).
- IP de 10 proyectos o contratos de investigación con financiación pública, por un montante total de 509.808 euros + IVA, con la participación de un total de 82 investigadores.
- Participación en 20 proyectos o contratos de investigación, entre ellos 1 proyecto europeo, 6 proyectos competitivos del Plan Nacional y 3 proyecto del Plan Andaluz.
- IP de 15 contratos de transferencia o prestación de servicios profesionales, con un montante gestionado de 399.718 euros + IVA, y la participación de 41 investigadores y un técnico.
- 8 estancias internacionales de investigación en universidades de prestigio como Oxford Brookes University (2012-2014, 22 meses), University of Reding (2014-2015, 5 meses), University of Greenwich (2014-2015, 5 meses) y University of Portsmouth (2018-2019, 9 meses).
- Impulsor e IP del grupo de investigación SEJ-567 Estrategias de Marketing Digital creado en 2016. En su evaluación realizada en 2017 obtuvo una puntuación de 21,50/32.
- Editorial Assistant Tourism Review (JCR, Q1), Editorial Advisory Board de International Journal of Market Research (JCR, Q4), Journal Frontiers in Psychology (JCR, Q2), Editor Asociado de la Revista Brasileira de Gestão de Negócios (JCR, Q4).
- Research Gate: índice RG Score (01/01/2022) de 28,46, que es un valor superior al 85% de los miembros de la comunidad, Research Interest de 1.354 que es superior al 94% de los miembros, y 58.547 lecturas.
- Director de la Cátedra de Comercio y Transformación Digital de la Universidad de Málaga, con el mecenazgo de El Corte Inglés S.A. (2021-2026).

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias.

1. **Molinillo, S.**, Rejón-Guardia, F., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2023). Impact of perceived value on intention to use voice assistants: The moderating effects of personal innovativeness and experience. *Psychology & Marketing*. (IF JCR 2022: 6,70 Q1-SJR 2022: 2,083 Q1) Nº autores:4 Posición: 4 [Citaciones= 0]
2. Jiménez-Barreto, J., Rubio, N., & **Molinillo, S.** (2023). How Chatbot Language Shapes Consumer Perceptions: The Role of Concreteness and Shared Competence. *Journal of*



- Interactive Marketing, ahead-of-print, doi: <https://doi.org/10.1177/10949968231177618>. (JCR 2023 IF 2022: 11.8, D1) N° autores:3 Posición: 3 [Citaciones= 0]
3. Japutra, A., **Molinillo, S.**, Utami, A. F., & Ekaputra, I. A. (2022). Exploring the effect of relative advantage and challenge on customer engagement behavior with mobile commerce applications. *Telematics and Informatics*, 72, 101841. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101841> (JCR 2022 IF 2021: 9.140, D1). N° autores:4 Posición: 2 [Citaciones= 13, media=13]
 4. Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., **Molinillo, S.**, & Higuera-Castillo, E. (2022). Do biometric payment systems work during the COVID-19 pandemic? Insights from the Spanish users' viewpoint. *Financial Innovation*, 8, 22. <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00328-z> (JCR 2021 IF 2020: 3.985, Q1). N° autores:4 Posición: 2 [Citaciones= 26, media=13]
 5. **Molinillo, S.**, Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Carvajal-Trujillo, E. (2022). The customer retail app experience: Implications for customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102842. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102842>. (JCR 2022 IF 2021: 10.972, Q1). N° autores:4 Posición: 1 [Citaciones= 66, media=33]
 6. Loureiro, S. M. C., Japutra, A., **Molinillo, S.**, & Bilro, R. G. (2021). Stand by me: analyzing the tourist-intelligent voice assistant relationship quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(11), 3840-3859 (JCR 2021 IF 2020: 6.514, Q1). N° autores:4 Posición: 3 [Citaciones= 45, media=15]
 7. Jiménez-Barreto, J., Rubio, N. & **Molinillo, S.** (2021). Find a flight for me, Oscar! Motivational customer experiences with chatbots. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(11), 3860-3882 (JCR 2021 IF 2020: 6.514, Q1). N° autores:3 Posición: 3 [Citaciones= 51, media=17]
 8. **Molinillo, S.**, Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Social commerce website design, perceived value and loyalty behavior intentions: the moderating roles of gender, age and frequency of use. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102404. (JCR 2021 IF 2020: 7.135, Q1). N° autores:4 Posición: 1 [Citaciones= 161, media=53,66]
 9. Carvajal-Trujillo, E., **Molinillo, S.** & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Determinants and risks of intentions to use mobile applications in museums: an application of fsQCA. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1284-1303. (JCR 2021 IF 2020: 7.430, Q1; SJR 2019: 1.404, Q1). N° autores:3 Posición: 2 [Citaciones= 26 media=8,66]
 10. **Molinillo, S.**, Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2020). Analyzing the effect of social support and community factors on customer engagement and its impact on loyalty behaviors toward social commerce websites. *Computers in Human Behavior*, 108, 105980. (JCR IF 2020: 6.829, D1). N° autores:3 Posición: 1 [Citaciones= 247, media=82,33]

C.2. Congresos

Ha participado con más de 100 aportaciones a Congresos Científicos, de las cuales más del 80% en eventos internacionales como: Global Marketing Conference – GAMMA, American Marketing Academy, European Marketing Academy Conference – EMAC, Academy of Marketing Conference, AEMARK y AIRSI, entre otros.

C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado.

- “La gestión eficaz de marca como clave para la recuperación del turismo. Una aproximación multi-metodológica en el contexto internacional”. Contratante: Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Junta de Andalucía. Ref: P20_00457. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. Periodo: 01/01/2021 - 31/12/2022. Importe: 55.441,32 €. N° investigadores/as participantes: 12.



- “Impacto de las tecnologías inmersivas en los nuevos procesos de comunicación: claves para mejorar las experiencias de uso”. Código: PID2019-105468RB-I00. Área: Ciencias Sociales. Subárea: Comunicación. Entidad financiadora: Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad – RTI Tipo B, Convocatoria 2019. IP: Carlos Flavián Blanco y Luis Vicente Casalo Ariño. Cuantía total: 38.720,00 euros. Duración: 01/01/2020-31/12/2022. Tipo de participación: miembro del equipo.
- “Comprensión del impacto y adopción del comercio social mediante técnicas de Big Data bajo un enfoque cognitivo-atencional”. Código: BSEJ209UGR18. Entidad financiadora: Proyectos I+D+i del Programa Operativo FEDER 2018. IP: Francisco Liébana Cabanillas. Cuantía total: 13.050 euros. Duración: 01/01/2020- 31/12/2021- 24 meses. Tipo de participación: miembro del equipo.
- “Saturación turística en destinos costeros españoles. Estrategias de decrecimiento turístico. Una aproximación desde la dimensión social”. Proyectos I+D+i «Retos Investigación», Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Ref. RTI2018-094844-B-C33. Financiación: 42.350 euros. Duración: 01/01/2019-31/12/2022. IP: Enrique Navarro Jurado y Bienvenido Ortega Aguaza (Universidad de Málaga). Nº. de investigadores: 7. Tipo de participación: miembro del equipo.
- “La Publicidad en las Universidades Andaluzas: la información y la difusión de las actividades de extensión universitaria”. Dirección General de Universidades de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía. Referencia: Atalaya. Convocatoria: 2009. IP: María Isabel Calero Secall y Sara Robles Ávila. Nº de investigadores/as: 28. Periodo: 29/12/2009 - 30/04/2011. Cuantía de subvención: 124.000 €. Tipo de participación: co-director.
- “Estudio multisectorial sobre cualificaciones profesionales relacionadas con proyectos de comercio-ciudad”. Servicio Andaluz de Empleo de la Junta de Andalucía. Ref. 7062-AC/08. Financiación: 54.000 euros. Duración: 01/01/2009-31/12/2009. IP: Carlos J. Bejarano González (Confederación de Empresarios de Comercio de Andalucía). Nº. de investigadores: 10 investigadores. Tipo de participación: miembro del equipo.
- “Estudio de percepción de las actuaciones de accesibilidad y movilidad en el Centro Histórico de Málaga”. Contratante: Ayuntamiento de Málaga (Público). IP: Sebastián Molinillo Jiménez. Ref. 8.07/5.14.2516. Nº de investigadores/as: 20. Periodo: 25/10/2005 - 25/03/2006. Importe: 76.096 euros + IVA.



Parte A. DATOS PERSONALES

		Fecha del CVA		23/09/2019
Nombre y apellidos	SONIA SAN MARTIN GUTIERREZ			
DNI/NIE/pasaporte	13.156.258M	Edad	45	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	K-5359-2014 (y 8681054400 en Scopus)		
	Código Orcid	0000-0002-5030-9669		

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Burgos			
Dpto./Centro	Economía y Administración de Empresas/Facultad de CC. Económicas			
Dirección	Calle Parralillos, s/n 09001 Burgos			
Teléfono	947258950	correo electrónico	sanmargu@ubu.es	
Categoría profesional	Profesora Catedrática de Universidad	Fecha inicio	20/12/2017	
Espec. cód. UNESCO	531105			
Palabras clave	Marketing			

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Lda. Ciencias Empresariales	Universidad de Valladolid	2007
Dra. Ciencias Económicas	Universidad de Burgos	2002

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

-3 sexenios o tramos de investigación. Fecha del último: 05/06/2019.

-3 tesis doctorales dirigidas y ya defendidas (la de Jana Prodanova, "Electronic customer behaviour from relational, technology and personality-related theoretical perspectives. The case of high-involvement services", defendida en 2016 en Burgos; la de Nadia Jiménez, titulada "El efecto del país de origen y la intención de compra de los productos extranjeros", defendida en 2010 en Burgos y la de Fabricio Matos Cámara, titulada "Un marco multidisciplinar para el estudio de las relaciones del consumidor español con el destino turístico: aplicación al caso de "Mundo Maya-México", defendida en 2014 en Burgos y que ha obtenido el premio extraordinario de doctorado de la UBU). Otra tesis se va a defender el 12 de noviembre de 2019, de Paula Rodríguez Torrico, sobre distribución omnicanal.

-Miembro de la Unidad de Investigación Consolidada (UIC) 063 de Castilla y León.

-Directora del grupo de investigación GIR "Research in Marketing and Innovation" (R+M+i) de la Universidad de Burgos.

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

-INVESTIGACIÓN: Fui elegida para formar parte de la Comisión de Investigación de la Universidad de Burgos y tengo evaluados de forma favorable tres sexenios o tramos de investigación. Dirijo y reviso trabajos de investigación sobre comportamiento del consumidor, marketing de relaciones, comercio electrónico y marketing móvil. Asimismo, soy revisora de proyectos de investigación para la ANEP y de papers para congresos y revistas nacionales e internacionales. He participado y dirigido diversos proyectos de investigación financiados en convocatorias competitivas a nivel local, autonómico, nacional y europeo. Soy una de las investigadoras individuales más competitivas y financiada de la Universidad de Burgos Fui premio extraordinario de Doctorado y he recibido más de quince premios locales, autonómicos y nacionales. He dirigido tres trabajos de suficiencia investigadora y más de diez trabajos fin de máster. Actualmente codirijo cinco tesis doctorales sobre comercio electrónico y móvil, comportamiento del consumidor, turismo y comercio internacional. Los trabajos que he realizado han sido difundidos en foros empresariales y académicos, nacionales e internacionales y publicados en revistas nacionales e internacionales de impacto. He publicado más de cien artículos, un libro sobre marketing relacional y capítulos de libro sobre comercio

electrónico, móvil, comportamiento del consumidor y distribución comercial.

-DOCENCIA: en la Diplomatura y Licenciatura en Ciencias Empresariales, en el Grado en ADE, en el MBA de Burgos, en el programa de doctorado y master interuniversitario con mención de calidad de investigación en Economía de la Empresa y formo parte de los programas de doctorado en Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas y en Patrimonio y



Comunicación Audiovisual. He impartido conferencias en diferentes cursos de postgrado, másteres y cursos de verano. He dirigido más de veinte trabajos fin de grado y he tutorizado las prácticas en empresas de numerosos alumnos de Economía y he coordinado los intercambios bilaterales en el programa Erasmus con tres universidades alemanas. Tengo concedidos cinco tramos de actividad docente o quinquenios, mi actividad docente ha sido evaluada como destacada o excelente en las tres veces que me he presentado a evaluación del programa DOCENTIA. He asistido a más de cien cursos de formación para la docencia y la investigación y he publicado un manual docente práctico con la Editorial ESIC. He creado y dirijo un grupo de innovación docente, I.M.@.G.E, registrado en la Universidad de Burgos y financiado dos veces, con 10 profesores de distintas universidades nacionales e internacionales, de distintas ramas de conocimiento y con resultados presentados en jornadas de innovación docente, congresos y artículos. Formo parte de la Comisión de Evaluación de la Actividad Docente DOCENTIA y de la comisión del grado de ADE y del MBA de Burgos.

-GESTIÓN. He implantado y dirigido la Oficina de Marketing en la Universidad de Burgos, he sido la directora de la cátedra de marketing del Banco Santander, coordinadora del primer MBA oficial de Castilla y León, el de la Universidad de Burgos. armonizadora de las pruebas PAEU, directora del área, miembro electo del Consejo de Departamento, elegida para la Junta de Facultad y para el claustro de la Universidad de Burgos.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES *(ordenados por tipología)*

C.1. Selección de publicaciones más relevantes

- San-Martín, S.; Jiménez N.; Camarero, C. & San José-Cabezudo, R. (2019). What kind of video gamer are you?, Journal of Consumer Marketing, en prensa.
- Rodríguez, P.; San-Martín, S. y San-José, R. (2019). What drives m-shoppers to continue using mobile devices to buy?, Journal of Marketing Theory and Practice, 27:1, 83-102.
- San-Martín, S.; Jiménez N. & Puente, N. (2019). The path to mobile shopping compatibility, Journal of High Technology Management Research, 30 (1), 15-26.
- Prodanova., J., San-Martín, S. & Jiménez, N. (2018). Are you technologically prepared for mobile shopping?, Service Industries Journal, DOI: 10.1080/02642069.2018.1492561.
- San Martín, S. & Jiménez, N. (2017). Curbing electronic shopper perceived opportunism and encouraging trust. Industrial Management & Data Systems, 117 (10), 2210-2226.
- San Martín, S., Blasco, F. & Recuero, N. (2017). How can European museums reach sustainability?. Tourism Review. 72 (3), 303-318.
- Jiménez, N. & San Martín, S. (2017). Attitude toward m-advertising and m- repurchase. European Research on Management and Business Economics (former IEDEE). 23(2), 96-102.
- Rodríguez, P., San José, R. & San Martín, S. (2017). Tell me what they are like and I will tell you where they buy. An analysis of omnichannel consumer behavior. Computers in Human Behavior. 68, 465-471.
- San Martín, S., González, O. & Martos, M. (2017). To what extent does need for touch affect online perceived quality?. International Journal of Retail & Distribution Management, 45 (9), 950-968.
- PAULA RODRÍGUEZ; REBECA SAN-JOSÉ; SONIA SAN-MARTÍN. Tell me what they are like and I will tell you where they buy. An analysis of omnichannel consumer behavior. Computers in Human Behavior. 68, pp. 465 -471. 2017.
- SONIA SAN-MARTÍN; NADIA JIMÉNEZ; JANA PRODANOVA. EN EL COMERCIO MÓVIL EN ESPAÑA: ¿SE AJUSTA LA OFERTA A LA DEMANDA?». REVISTA CEFGESTIÓN. 219, pp. 1 - 44. 11/2016.
- NADIA JIMÉNEZ; SONIA SAN-MARTÍN. Attitude toward m-advertising and m-repurchase. European Research on Management and Business Economics (former IEDEE). 2016.
- BLANCA LÓPEZ; SONIA SAN MARTÍN; NADIA JIMÉNEZ. El éxito del Comercio Móvil B2C: Factores de Adopción y Propuestas de Valor de las Empresas. Cuadernos de Estudios Empresariales. 26, pp. 61 - 78. 2016.
- SONIA SAN MARTÍN; NADIA JIMÉNEZ; ESTEFANÍA JERÓNIMO. La evaluación del alumnado universitario en el Espacio Europeo de Educación Superior. Aula Abierta. 44 - 1, pp. 7 - 14. 2016.
- SONIA SAN MARTÍN; NADIA JIMÉNEZ; BLANCA LÓPEZ. THE FIRMS' BENEFITS OF MOBILE CRM FROM THE RELATIONSHIP MARKETING APPROACH AND THE TOE MODEL. Revista Española de Investigación en Marketing. 20, pp. 18 - 29. 2016.
- NADIA JIMÉNEZ; SONIA SAN-MARTÍN. TRUST AND SATISFACTION, KEYS TO CLIENT'S LOYALTY ON MOBILE COMMERCE. Academia Revista Latinoamericana de Administración. 29 - 4 (diciembre), 2016.
- NADIA JIMÉNEZ; SONIA SAN MARTÍN. The central role of the reputation of country-of-origin firms in



- developing markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 31 - 3, pp. 349 - 364. 2016.
- SONIA SAN-MARTÍN; JANA PRODANOVA; BLANCA LÓPEZ-CATALÁN. WHAT MAKES SERVICES CUSTOMERS SAY "BUY IT WITH A MOBILE PHONE"?. *Journal of Services Marketing*. 30 - 6, 2016.
- PRODANOVA, J.; SAN MARTÍN, S. Y JIMÉNEZ, N. (2015): EL PRESENTE Y EL FUTURO DE LA BANCA POR MÓVIL SEGÚN LOS USUARIOS ESPAÑOLES DE BANCA, *Universia Business Review*, 46, segundo trimestre, pp. 94-117.
- SAN MARTÍN, S.; PRODANOVA, J. Y JIMÉNEZ, N. (2015): The impact of age in the generation of satisfaction and WOM in mobile shopping, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 23, pp. 1-8.
- JIMÉNEZ, N.; SAN MARTIN, S.. THE MEDIATION OF TRUST IN COUNTRY-OF-ORIGIN EFFECTS ACROSS COUNTRIES. *Cross-cultural Management: An International Journal*. 21 (2), pp. 150-171. 2014.
- SAN MARTIN, S.; LÓPEZ, B. How can a mobile vendor get satisfied customers?. *Industrial Management and Data Systems*. 113 (2), pp. 156 - 170. 2013.
- SAN MARTIN, S; LÓPEZ, B.; RAMÓN, M.A.MOBILE SHOPPERS: TYPES, DRIVERS AND IMPEDIMENTS. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*. 23, pp. 350 - 371. 2013.
- SAN MARTIN, S.; LÓPEZ, B.; RAMÓN, M.A. Factors determining firms' perceived performance of mobile commerce. *Industrial Management & Data Systems*. 112 - 5 y 6, pp. 946 - 963. 2012.
- San Martín Gutiérrez, S.; Camarero Izquierdo, C.; San José Cabezudo, R. Does involvement matter in online shopping satisfaction and trust?. *Psychology & Marketing*. 28 - 2, pp. 145 - 167. 2011.
- San Martín, S.; Camarero, C.; San José, R.DUAL EFFECT OF PERCEIVED RISK ON CROSS-NATIONAL E-COMMERCE. *Internet Research*. 21 - 1, pp. 46 - 66. 2010.
- San Martín, S.; Camarero, C.; San José, R. Product and channel-related risk and involvement in online contexts. *Electronic Commerce Research and Applications*. 9 - 3, pp. 263 - 273. 2010.
- Jiménez Torres, N. y San Martín Gutiérrez, S. The role of country-of-origin, ethnocentrism and animosity in promoting consumer trust. The moderating role of familiarity. *International Business Review*. 19 - 1, pp. 34 - 45. 2010.
- Camarero Izquierdo, C.; San Martín Gutiérrez, S. How perceived risk affects online buying?. *Online Information Review*. 33 - 4, pp. 629 - 654. 2009.
- Camarero, C.; San Martín, S.Consumer trust to a web site. Moderating effect of attitudes towards online shopping. *Cyberpsychology and Behaviour*. 11 - 5, pp. 549 - 554. 2008.

C.2. Proyectos

- Nombre del proyecto: "Facing youngsters' mobile addiction through an innovative technological app". Investigadora principal: Sonia San Martín Gutiérrez. Entidad/es financiadora/s: Comisión Europea (Erasmus +). KA201 - Strategic Partnerships for school educatio. Fecha de inicio: 09/2019
- Nombre del proyecto: A Collective Research Impact Framework and multi-variate models to foster the true engagement of actors and stakeholders in Health Research and Innovation Grado de contribución: Investigador/a Investigador principal: Paola Zaratín (Italian MS Foundation) Entidad/es financiadora/s: Comisión Europea (H2020) Fecha de inicio: 12/2017
- Nombre del proyecto: La compra de viajes y productos turísticos a través del teléfono móvil. Determinantes internos y externos al consumidor castellano-leonés. Entidad de realización: Universidad de Burgos. Entidad financiadora: Fundación Villalar. Castilla y León. Investigador/a principal: Sonia San Martín Gutiérrez. Fecha de inicio-fin: 05/2015 - 05/2016
- Proyecto: ¿Cómo son los e-turistas en Castilla y León? Tipología y recomendaciones estratégicas para las empresas turísticas. Entidad de realización: Universidad de Burgos. Investigador/a principal: Sonia San Martín Gutiérrez. Entidad/es financiadora/s: Consejo Económico y Social de Castilla y León Fecha de inicio-fin: 06/2016 - 01/2017
- Denominación del proyecto: "Análisis de las innovaciones clave en la distribución comercial minorista: sus determinantes y sus consecuencias en los hábitos de compra". Investigador/es responsable/es: Óscar González Benito. Entidad/es financiadora/s: Desarrollo e Innovación Tecnológica Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio



de Economía y Competitividad (ECO2014-53060-R).

Fecha de inicio: 01/2015

Fecha fin: 12/2017

Cuantía: 45.000 euros

-Denominación del proyecto: La compra de viajes y productos turísticos a través del teléfono móvil. Determinantes internos y externos al consumidor castellano-leonés

Entidad financiadora: Fundación Villalar-Castilla y León

Investigadora responsable: SONIA SAN MARTÍN

Fecha de inicio-fin: 05/2015 - 05/2016

-Denominación del proyecto: "Marca de Distribuidor: Implicaciones Competitivas".

Investigador/es responsable/es: Óscar González Benito.

Entidad/es financiadora/s: Desarrollo e Innovación Tecnológica Resolución de 20 de diciembre de 2010 Dirección General de Investigación del Ministerio de Ciencia e Innovación. CONVOCATORIA: Plan Nacional de Investigación Científica de 21 de diciembre de 2010). de la Secretaría de Estado de Universidades e Investigación (BOE nº309

Fecha de inicio: 01/2012

Fecha fin: 12/2014

C.3. Contratos

Denominación del proyecto: EL TURISMO COMO MOTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE BURGOS

Calidad en que ha participado: Investigador/a N.º investigadores/as: 6

Entidad/es financiadora/s: FUNDACIÓN CAJA DE BURGOS

Curso: 2013-2014

C.4. Premios

-Accésit del Premio de Investigación CES CYL y Universidades de CYL por el trabajo "¿CÓMO SON LOS e-TURISTAS EN CASTILLA Y LEÓN? TIPOLOGÍA Y RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS PARA LAS EMPRESAS TURÍSTICAS", del CES de Castilla y León. 01/2017

-Premio al mejor artículo publicado en la Revista Spanish Journal of Marketing ESIC (convocatoria 2016) "What factors enhance impulse buying in mobile commerce?", de AEMARK, León. 09/09/2016

-PREMIO Aster al mejor trabajo de investigación nacional en marketing (XXVIII edición) por el trabajo "Un enfoque multidisciplinar para el estudio de la generación de confianza, satisfacción y lealtad del comprador on-line español. Riesgo, implicación y perfil del comprador como moderadores", concedido por ESIC en 2010.

-Premio Hermes a la Investigación, concedido por la Federación de Empresarios de Comercio de Burgos en 2006 .

-Accésit del Premio Hermes por el trabajo titulado "La relación del consumidor burgalés con el establecimiento comercial desde una perspectiva multidisciplinar y multinivel", concedido por la Federación de Empresarios de Comercio de Burgos, en 2005.

-III Premio Jóvenes Talentos 2005, por el trabajo titulado "El marketing interno como herramienta clave en la gestión de los recursos humanos. Un enfoque relacional para lograr el compromiso de los trabajadores"

Entidad que concede: AEDIPE. 2005

C.6. Otras actividades y cargos desempeñados

-Secretaria de la Comisión Académica del programa de Doctorado en Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas hasta la actualidad.

-Directora de la Oficina de Marketing de la Universidad de Burgos, del 1/7/2008 a 1/7/2011.

-Directora de la Cátedra de Marketing UBU-Banco Santander en el curso 2010/2011.

-Miembro de la Comisión de Evaluación de la Docencia (DOCENTIA) desde junio de 2012.

-Coordinadora del MBA de la Universidad de Burgos desde noviembre de 2014 hasta 2016.

-Miembro de la Comisión de Investigación de la Universidad de Burgos desde 12/2012.

-Miembro de la Comisión de Modificación de los Estatutos de la UBU desde junio de 2012.

-Vocal de la Junta Directiva de EMARK desde septiembre de 2012 hasta 2016.

-Miembro de la comisión de diseño del MBA desde julio de 2010, del grado de FICO de 2008 a 2011, del grado de ADE.

-Coordinadora académica de los intercambios bilaterales del programa ERASMUS con las universidades alemanas de Flensburg desde 2001 a 2013, Deggendorf desde 2003 y Oldenburg-Emden de 2005 a 2013.