



**Comisión Interministerial de Ciencia y
Tecnología**

Curriculum vitae

Nombre: YOLANDA POLO REDONDO

Fecha: 05/03/2016

Situación profesional actual

Organismo: Universidad de Zaragoza
Facultad, Escuela o Instituto: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Depto./Secc./Unidad estr.: Marketing e Investigación de Mercados
Dirección postal: Gran Vía 2, 50.005 Zaragoza

Correo electrónico: ypolo@unizar.es

Especialización (Códigos UNESCO): 5311
Categoría profesional: Catedrática de Universidad. Fecha de inicio: 12/08/92

Nº de Registro Personal: A44EC014726

Situación administrativa

Plantilla Contratado Interino Becario
 Otras situaciones especificar:

Dedicación A tiempo completo A tiempo parcial

Líneas de investigación

Breve descripción, por medio de palabras claves, de la especialización y líneas de investigación actuales.
DIFUSIÓN DE INNOVACIONES, SUPERVIVENCIA, MARKETING DE RELACIONES, SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, GESTIÓN DE VALOR DEL CLIENTE, NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA EMPRESA

Formación Académica

Titulación Superior	Centro	Fecha
Licenciada en CC. Económicas y Empresariales	Universidad de Zaragoza. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Junio de 1979
Grado de Licenciatura	Universidad de Zaragoza. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Junio de 1980
Doctorado	Centro	Fecha
Doctora en CC. Económicas y Empresariales	Universidad de Zaragoza. Departamento de Economía y Dirección de Empresas	Febrero de 1986

Actividades anteriores de carácter científico profesional

Puesto	Institución	Fechas
Catedrática de Universidad	Universidad de Zaragoza	1992/1993 hasta actualidad
Titular de Universidad	Universidad de Zaragoza	Cursos 1988-92
Titular Interina	Universidad de Zaragoza	Octubre 1987- Enero 1988
Profesora Colaboradora	Universidad de Zaragoza	Cursos 1982-1987
Profesora Ayudante	Universidad de Zaragoza	Cursos 1979-1982

Idioma	Habla	Lee	Escribe
Inglés	B	C	B
Francés	B	C	B

Participación en Proyectos de I+D financiados en Convocatorias públicas (últimos 5 años)

- Investigadora responsable del Proyecto de Investigación "Marketing de Experiencias para una gestión integral y rentable de las relaciones con los clientes", concedido por el Ministerio de Ciencia e Innovación, **ECO2014-54760**. Duración 2015-2017.
- Investigadora principal del Proyecto Internacional: "Hacia una mayor contabilidad de la actividad del marketing: el papel del valor del cliente (Increasing Marketing accountability within the firm: the role of customer value)". Concedido por el Ministerio de Ciencia e Innovación dentro del Programa Nacional de Internacionalización de la I+D, Subprograma de Proyectos Internacionales, Modalidad de Proyectos de Movilidad (Acciones Integradas), Submodalidad Alemania. Período de duración: 01/01/2012 a 31/12/2013. Investigador principal alemán: Profesor Dr. Manfred Krafft (University of Muenster).
- Investigadora responsable del Proyecto de Investigación "Hacia un modelo de gestión de las relaciones: integrando los comportamientos transaccionales y no transaccionales para explicar el valor del cliente", concedido por el Ministerio de Ciencia e Innovación, **ECO2011-23027**. Duración 2012-2014.
- Investigadora responsable del Proyecto de Investigación "Análisis de la dinámica de las relaciones proveedor-cliente. El papel de los costes de cambio y de los efectos de red en los servicios", concedido por el Ministerio de Ciencia e Innovación. **ECO 2008-04704**. Duración 2009-2011.
- Investigadora Principal del Grupo de Investigación de Excelencia "Generés". Diputación General de Aragón. Departamento de Ciencia, Tecnología y Universidad. Duración 2008-2014.
- Miembro del Proyecto Interdisciplinar "Las Relaciones con las Administraciones Públicas a través de las TIC: Beneficios y barreras percibidos en la aceptación por parte de los ciudadanos", concedido por el Gobierno de Aragón. Duración 2008-2010.
- Investigadora responsable del Proyecto de Investigación "Análisis Estratégico del impacto de los costes de cambio y los efectos de red en las TIC: aproximación a la satisfacción como mecanismo de retención de clientes", concedido por el Ministerio de Educación y Ciencia. **SEC2005-05968**. Duración 2006-2008.

Publicaciones

Se incluyen los artículos publicados en los últimos 5 años y algunos relevantes publicados con anterioridad

Matute, J.; Polo, Y. y Utrillas, A. M. (en prensa), "The influence of EWOM characteristics on online repurchase intentions: mediating roles of trust and perceived usefulness". **Online Information Review**, (Information Science & Library Science 2015: 1.152, 32/86, **Q2**)

Polo, Y. y Sesé, J. (2016), "Does the nature of the interaction matter? Understanding customer channel choice for purchases and communications". **Journal of Service Research**, 19 (3), 276-290. (Business 2015: 2.462, 29/120, **Q1**)

Lucia, L.; Bordonaba, V.; Polo, Y. and Grünhagen, M. (2016), "Complementary IT resources for enabling technological opportunism". **Information & Management**, Vol. 53, 654-667. (Management 2015: 2.163, 56/192, **Q2**; Information Science & Library Science, 16/86, **Q1**)

Bordonaba, V., Grünhagen, M., Lucia, L. y Polo, Y. (2014), "Technological opportunism effects on IT adoption, intra-firm diffusion and performance: evidence from the U.S. and Spain". **Journal of Business Research**, vol.67, pp. 1178-1188. (Business 2014: 1.480, 54/115, **Q2**)

Bordonaba, V.; Lucia, L. y Polo, Y. (2014), "E-Business implementation and Performance: Analysis of mediating factors". **Internet Research** (Business 2014: 1.661, 45/115, **Q2**)

Polo, Y. y Sesé, J. (2013), "Strengthening Customer Relationships: what Factors Influence Customers to Migrate to Contracts". **Journal of Service Research**, 16 (2), 138-154. (Business 2012: 2.71, 18/116, **Q1**)

Fuentelsaz, L.; Maicas, J.P. y Polo, Y. (2012), "Switching Costs, Network Effects and Competition in the European Mobile Telecommunications Industry". **Information Systems Research**, vol.23, pp. 93-108. FI (Management, 2012: 2.010, 42/172, **Q1**).

Bordonaba, V.; Lucia, L. y Polo, Y. (2012), "Antecedents and Consequences of E-Business Use by European Retailers". **Internet Research**, vol. 22 (5), pp. 532-550 (Business 2012: 1.5, 46/116, **Q2**)

Cambra, J. y Polo, Y. (2011), "Post-satisfaction factors affecting the long-term orientation of supply relationships". **Journal of Business and Industrial Marketing**, vol. 26, pp. 395-406. (Business 2012: 1.00, 70/116, **Q3**)

Bordonaba, V.; Lucia, L. y Polo, Y. (2011), "Determinants of firm size in the franchise distribution system: empirical evidence from the Spanish market". **European Journal of Marketing**, 45 (1/2), 170-190. (Business 2011: 0.956, 70/116, **Q3**)

Polo, Y.; Sesé, J. y Verhoef, P. (2011), "The Effect of Pricing and Advertising on Customer Retention in a Liberalizing Market". **Journal of Interactive Marketing**, vol. 25 (4), pp. 201-214, (Business 2011: 1.679, 35/113, **Q2**).

Runner-up for the **2012 Award for the Best Paper** published in the Journal of Interactive Marketing in 2011.

Maicas, J.P.; Polo, Y. y Sesé, J. (2009), "The role of (personal) network effects and switching costs in determining mobile users' choice". **Journal of Information Technology**, vol. 24 N° 2, pp.: 160-171, (Management 2009: 2.049, 30/112, **Q2**; Information Science 2009 13/66, **Q1**).

Polo, Y. y Sesé, J. (2009), "How to make switching costly: the role of marketing and relationship characteristics". **Journal of Service Research**, vol. 12 N° 2, pp.: 119-137, 2009. (Business 2009:1.667, 30/87 **Q2**)

Maicas, J.P.; Polo, Y. y Sesé, J. (2009), "Reducing the level of switching costs in mobile communications: the case of mobile number portability". **Telecommunications Policy**, vol. 33 N° 9, 2009. pp. 544-554. (Information Science 2009:0.969, 21/61, **Q2**)

Fuentelsaz, L., Maicas, J.P. y Polo, Y. (2008) "The Evolution of Mobile Communications in Europe: The Transition from the Second to the Third Generation". **Telecommunications Policy**, vol. 32(6), pp. 436-449. (Information Science 2008:1.244, 22/61 **Q2**; Communication 2008: 1.244, 11/45, **Q1**)

Cambra, J. y Polo, Y. (2008) "Influence of the standardization of a firm's productive process on the long-term orientation of its supply function: an empirical study". **Industrial Marketing Management**, vol.37 (4), pp.407-420. (Business 2008:1.403, 35/77, **Q2**)

Cambra, J.; Polo, Y. y Wilson, A. (2008) "The influence of an organization's corporate values on employees personal buying behaviour". **Journal of Business Ethics**, vol. 81 (1), pp.157-167. (Ethics 2008:1.023, 7/28, **Q1**)

Cambra, J.; Hart, S. y Polo, Y. (2008) "Environmental respect: ethics or simply business? A study in the small and medium enterprise context". **Journal of Business Ethics**, vol. 82(3), pp. 645-656, (Ethics 2008:1.023, 7/28, **Q1**)

Cambra, J. y Polo, Y. (2008) "Long-term orientation of the supply function in the SME context: reasons, determining factors and implications". **International Small Business Journal**, vol. 26(5), pp.619-641. (Business 2008:1.729, 22/77, **Q2**)

Cambra, J. y Polo, Y. (2008) "Creating Satisfaction in the demand-supply chain: the buyers' perspective". **Supply Chain Management: an International Journal**, vol.13 (3), pp. 211-224. (Business 2008:1.417, 33/77, **Q2**)

Fuentelsaz, L.; Gómez, J. y Polo, Y. (2003) "Intrafirm Diffusion of New Technologies: an empirical application". **Research Policy**, vol. 32, pp.533-551 (Management 2003: 1.404, 17/67, **Q2**; Planning & Development 2003: 1.404, 3/39, **Q1**).

Fuentelsaz, L.; Gómez, J. y Polo, Y. (2002) "Followers Entry Timing: Evidence from the Spanish Banking Sector". **Strategic Management Journal**, vol.23 (3), pp.245-264 (Management, 2002: 3.092, **Q1**).

Contribuciones a Congresos

En los últimos años ha presentado comunicaciones en los siguientes: European Marketing Academy Conference, Marketing Science Conference y en los congresos nacionales de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa y de la Asociación de Profesores Universitarios de Marketing.

Tesis Doctorales dirigidas

Ha dirigido 12 tesis doctorales. Todas ellas han obtenido la máxima calificación. De las 12, cuatro han sido premio extraordinario de doctorado, dos premio a la mejor tesis doctoral leída en el área de Comercialización e Investigación de Mercados y dos premio cátedra Telefónica a la mejor tesis de carácter

socioeconómico.

Actividades Académicas

- Ha dirigido tres masteres en distintos momentos del tiempo: Post-grado en Economía de la Distribución Comercial (250 horas lectivas), Master de Marketing y Gestión Comercial (300 horas lectivas) y, en la actualidad, Master Propio en Comunicación de Empresas y Publicidad (510 horas lectivas).
- Ha formado parte del comité científico de varios congresos: European Marketing Academy, Marketing Trends, IFSAM, ACEDE, AEMARK, etc.
- Co-chair para el track "New product and brand management", en el próximo Congreso de EMAC (European Marketing Academy Conference), junio 2014.
- Miembro Jurado del Premio "Aragón Investiga" en las categorías de: Joven investigador, Empresa innovadora y Excelencia investigadora, (Año 2011-12).
- Miembro Jurado del Premio Nacional de Investigación en Economía (Edición 2015)

Otros méritos

- Evaluación positiva de los **seis tramos docentes solicitados**. Período 1979 - 2009. Evaluaciones positivas destacadas durante todo el período.
- Evaluación positiva de los **cinco sexenios de investigación solicitados**. Períodos 1982-1987, 1988-1993, 1994-1999, 2000-2005 y 2006-2011.
- Miembro del Consejo Asesor de Investigación y Desarrollo del Gobierno de Aragón para el área de economía (Decreto 110/2004 de 27 de abril. BOA Nº 53, 10 de mayo de 2004). Desde 2004 hasta 2014.
- Presidenta de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE), desde septiembre de 2006 a septiembre de 2008.
- Vicepresidenta del Claustro Universitario de la Universidad de Zaragoza, desde diciembre de 2008 hasta la actualidad.
- Gestora del Plan Nacional I+D+i, área de economía, del Ministerio de Ciencia e Innovación, desde enero de 2009 hasta enero de 2012.
- Miembro titular de la Comisión de Acreditación Nacional para el Acceso al Cuerpo de Catedráticos de Universidad, nombrada por el Consejo de Universidades en resolución de 8 de junio de 2009, publicado en el Boletín Oficial del Estado de 19 de junio de 2009. Años 2009-2011.
- Miembro de la Comisión de Seguimiento del Programa Ingenio-Consolider del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Marzo, 2010.

- Miembro de la Comisión de seguimiento del Plan Nacional I+D+i, para el área de economía. Año 2011.
- Miembro de la Comisión de Alegaciones del Plan Nacional I+D+i, para el área de economía. Años 2009-2011.
- Vocal del Jurado de Selección de los Premios Nacionales a la Excelencia en el Rendimiento Académico Universitario, nombrada por la Secretaría General de Universidades del Ministerio de Educación. Abril, 2010.
- Vocal del Observatorio Aragonés del Comercio. Nombramiento del Gobierno de Aragón, según Orden de 7 de noviembre de 2011. Años 2011-2014.
- Ha ocupado distintos puestos de gestión en la Universidad de Zaragoza a lo largo de estos años. Entre ellos el de Vicerrectora de Cultura y Proyección Social, puesto que ocupa en la actualidad.

Curriculum vitae

DATOS PERSONALES

Apellidos: Beerli Palacio

Nombre: Asunción

Situación profesional actual

Organismo: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Facultad, Escuela o Instituto: Facultad de Economía, Empresa y Turismo
Depto/Inst/Centro.: Depto. Economía y Dirección de Empresas
Dirección postal: Edificio Empresariales, Módulo C, Despacho C-1-06

Teléfono del trabajo (indicar prefijo, número y extensión): 928-451781

Fax: 928-4518219

Correo electrónico del trabajo: abeerli@dede.ulpgc.es

Especialización (Códigos UNESCO): Marketing (Comercialización) 5311-05

Categoría profesional: Catedrática de Universidad

Situación administrativa (marque con una 'x' la opción deseada)

Plantilla Contratado Interino Becario

Otras situaciones especificar:

Dedicación A tiempo completo

A tiempo parcial

Formación Académica

Titulación Superior	Centro	Fecha
Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de La Laguna	1984

Doctorado	Centro	Fecha
Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	1990

Actividades anteriores de carácter científico profesional

Puesto	Institución	Fechas
Técnico en Marketing	Caja Insular de Ahorros de Canarias	1983-1987

Idiomas (R = regular, B = bien, C = correctamente)

Idioma	Habla	Lee	Escribe
Inglés	B	C	B

Participación en Proyectos de I+D financiados en Convocatorias públicas.

Título del proyecto: ORIENTACIÓN AL MERCADO DE LAS EMPRESAS HOTELERAS QUE OPERAN EN LA REGIÓN CANARIA

Entidad financiadora: GOBIERNO DE CANARIAS.CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTES. DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES E INVESTIGACIÓN

Entidades participantes:

Duración, desde: 2003 hasta: 2004 Cuantía de la subvención (Euros): 12.545,57

Investigador responsable: Agustín Quintana Déniz

Listado de investigadores participantes: Agustín Quintana Déniz, Asunción Beerli Palacio, Josefa Delia Martín Santana, Sergio Moreno Gil, Gonzalo Díaz Meneses

Título del proyecto: ANÁLISIS DE LOS FACTORES DETERMINANTES DEL RESULTADO DE LAS ORGANIZACIONES EN RED: UNA APLICACIÓN EMPÍRICA A LAS REDES DE FRANQUICIA DESDE UNA PERSPECTIVA RELACIONAL

Entidad financiadora: UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Entidades participantes:

Duración, desde: 2004 hasta: 2005 Cuantía de la subvención (Euros): 2.400

Investigador responsable: Margarita Fernández Monroy

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio, Josefa D. Martín Santana, Margarita Fernández Monroy

Título del proyecto: GESTIÓN GLOBAL DE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO

Entidad financiadora: UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Entidades participantes:

Duración, desde: 2004 hasta: 2006 Cuantía de la subvención (Euros): 4.200

Investigador responsable: Sergio Moreno Gil

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio, Josefa D. Martín Santana, Sergio Moreno Gil, Agustín Quintana Déniz y Gonzalo Díaz Meneses

Título del proyecto: MARKETING SOCIAL PARA PROMOVER EL RECICLAJE DE RESIDUOS POR PARTE DEL CONSUMIDOR UTILIZANDO TÉCNICAS DE GEOMARKETING

Entidad financiadora: UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Entidades participantes:

Duración, desde: 2005 hasta: 2007 Cuantía de la subvención (Euros): 4.200

Investigador responsable: Gonzalo Díaz Meneses

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio, Josefa D. Martín Santana, Sergio Moreno Gil, Agustín Quintana Déniz y Margarita Fernández Monroy

Título del Proyecto: EFECTOS DE LA PUBLICIDAD NO CONVENCIONAL EN LAS AUDIENCIAS INFANTILES EN LA COMUNIDAD DE MADRID: HACIA UNA PROPUESTA SOCIAL OPERATIVA

Entidad financiadora: UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS.

Entidades participantes:

Duración, año 2007 hasta: 2008

Investigador responsable: Reinares Lara, P.

Listado de investigadores participantes: Conjunto de profesores de la Universidad Rey Juan Carlos y las profesoras Asunción Beerli Palacio, A. y Josefa Delia Martín Santana de la ULPGC

Título del Proyecto: CONTRIBUCIÓN DE INTERNET AL POSICIONAMIENTO DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Entidad financiadora: CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA

Entidades participantes:

Duración, año 2011 hasta: 2014

Investigador responsable: Dolores M^a Frías Jamilena

Listado de investigadores participantes: Dolores Frías Jamilena (IP) Teodoro Luque Martínez, Miguel A. Rodríguez Molina, Salvador del Barrio García, J. Alberto Castañeda García, Asunción Beerli Palacio, Josefa Delia Martín Santana, Jorge Chica Olmo, Ana Isabel Polo Peña, Lorenza López Moreno, Carmen María Sabiote Ortiz, Esmeralda Crespo Almendros.

Publicaciones o Documentos Científico-Técnicos

(CLAVE: L = libro completo, CL = capítulo de libro, A = artículo, R = "review", E = editor,
S = Documento Científico-Técnico restringido.)

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A

Título: Comportamiento de los Segmentos del Mercado Bancario Minorista en la Provincia de Las Palmas

Ref. (marque con una 'x') revista : X Libro
Clave: L Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 1993
Editorial (si libro): Centro de Investigación Económico y Social de Canarias Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y García Falcón, J.M.

Título: La Segmentación del Mercado y su Aplicación al Mercado Bancario Minorista

Ref. (marque con una 'x') X revista: Revista Europea de Economía y Dirección de Empresas Libro
Clave: A Volumen: 1 número: 1 Páginas, inicial: 79 final: 89 Fecha: 1992
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. Y García Falcón, J.M.

Título: Alternativas Estratégicas de Distribución en el Sector Bancario

Ref. (marque con una 'x') X revista: Esic-Market Libro
Clave: A Volumen: número: 78 (4º Trimestre) Páginas, inicial: 3 final: 16 Fecha: 1992
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: La Eficacia Publicitaria en Prensa: Una Aplicación a la Publicidad Bancaria

Ref. (marque con una 'x') X Revista: Investigación y Marketing (AEDEMO) Libro
Clave: A Volumen: número: 41 Páginas, inicial: 67 final: 75 Fecha: 1993
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.

Título: La Metodología Científica del Marketing y sus Diferentes Orientaciones

Ref. (marque con una 'x') X revista: Investigación y Marketing (AEDEMO) Libro
Clave: A Volumen: número: 43 Páginas, inicial: 61 final: 69 Fecha: 1993
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.
Título: Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales

Ref. (marque con una 'x') revista: x Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 1994 (1ª ed.) y 1998 (2ª ed)
Editorial (si libro): Cívitas Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Rodríguez Díaz, M.
Título: Una Aplicación de las Variables del Retailing-mix al Comercio Mayorista Textil

Ref. (marque con una 'x') X revista: Esic-Market Libro
Clave: A Volumen: número: 87 (1º Trimestre) Páginas, inicial: 31 final: 52 Fecha: 1995
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Rodríguez Díaz, M. Y Beerli Palacio, A.
Título: Análisis Tipológico de los Consumidores de Productos de Confección Textil

Ref. (marque con una 'x') X revista: Investigación y Marketing (AEDEMO) Libro
Clave: A Volumen: número: 49 Páginas, inicial: 52 final: 62 Fecha: 1995
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Importancia de la Eficacia Publicitaria para las Agencias de Publicidad Españolas

Ref. (marque con una 'x') X revista: Esic-Market Libro
Clave: A Volumen: número: 90 (4º Trimestre) Páginas, inicial: 65 final: 81 Fecha: 1995
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D. y Beerli Palacio, A.
Título: Antecedentes y Consecuencias de la Involucración de los Individuos hacia los Productos

Ref. (marque con una 'x') X revista: Revista Europea de Economía y Dirección de Empresas Libro
Clave: A Volumen: 5 número: 2 Páginas, inicial: 57 final: 66 Fecha: 1996
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Managing in Uncertainty: Theory and Practice
Memory-Based Advertising Effectiveness Techniques: Recall *versus* Recognition

Ref. (marque con una 'x') revista: x Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 1998
Editorial (si libro): Kluwer Academic Publishers Editor (si libro): Zopounidis, C. & Pardalos, P.M.
Lugar de publicación: Amsterdam

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.

Título: Gran Canaria Siglo XXI: Diagnóstico de Situación. Imagen Exterior

Ref. (marque con una 'x') revista: x Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 1998
Editorial (si libro): Excmo. Cabildo Insular de G.C. y ULPGC Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: Metodología para Diseñar un Instrumento de Medición de la Eficacia Publicitaria: Una Aplicación en los Medios de Comunicación Impresos a través del Diseño y Validación de un Copy-testing Publicitario

Ref. (marque con una 'x') X revista: Economía Industrial Libro
Clave: A Volumen: número: 321 Páginas, inicial: 171 final: 187 Fecha: 1998
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: Desing and Validation of an Instrument for Measuring Advertising Effectiveness in the Printed Media

Ref. (marque con una 'x') X revista: Journal of Current Issues and Research in Advertising Libro
Clave: A Volumen: 21 número: 2 (Fall) Páginas, inicial: 11 final: 30 Fecha: 1999
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: USA

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: Técnicas de Medición de la Eficacia Publicitaria

Ref. (marque con una 'x') revista: X Libro
Clave: L Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 1999
Editorial (si libro): Ariel Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: Importancia de los Modelos de Respuesta Publicitaria en el Proceso de Planificación y Control de la Publicidad

Ref. (marque con una 'x') X revista: Investigación y Marketing (AEDEMO) Libro
Clave: A Volumen: número: 62 Páginas, inicial: 40 final: 50 Fecha: 1999
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: Procedimientos de Evaluación de la Eficacia de Anuncios Publicitarios

Ref. (marque con una 'x') X revista: Revista Española de Investigación de Marketing Libro
Clave: A Volumen: 3 número: 1 Páginas, inicial: 37 final: 61 Fecha: 1999
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: ¿Cómo Medir la Involucración de los Individuos hacia los Productos?

Ref. (marque con una 'x') X Revista: Información Comercial Española Libro
Clave: A Volumen: número: 779 Páginas, inicial: 104 final: 115 Fecha: 1999
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: La Influencia de los Estilos Publicitarios en la Eficacia de los Anuncios Televisivos en los Jóvenes

Ref. (marque con una 'x') X revista: Revista Española de Investigación de Marketing Libro
Clave: A Volumen: 3 número: 2 Páginas, inicial: 7 final: 27 Fecha: 1999
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: XX Aniversario Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la ULPGC
Cómo Influye la Involucración en el Producto en la Eficacia Publicitaria

Ref. (marque con una 'x') revista: x Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 1999
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: La Respuesta Publicitaria Medida a través de los Cambios en las Creencias, Actitudes e Intenciones de Compra

Ref. (marque con una 'x') X revista: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa Libro
Clave: A Volumen: 10 número: 2 Páginas, inicial: 119 final: 132 Fecha: 2001
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Díaz Meneses, G.
Título: Geografía Comercial de España: Islas Canarias

Ref. (marque con una 'x') X revista: Distribución y Consumo Libro
Clave: A Volumen: número: 59 Páginas, inicial: 115 final: 125 Fecha: 2001
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A., Díaz Ramos, R., Díaz Meneses, G., Gutiérrez Taño, D., Martín Santana, J.D.,
Montero Muradas, I., Moreno Gil, S. y Quintana Déniz, A.
Título: El Marketing en las Empresas Industriales Canarias

Ref. (marque con una X) Revista: X Libro
Clave: L Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 2001
Editorial (si libro): Fundación FYDE-CajaCanarias Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D. y Quintana Déniz, A.
Título: Selección de Investigaciones Empresariales
Modelo Explicativo de los Factores Determinantes de la Lealtad de los Clientes en el Mercado Bancario Minorista

Ref. (marque con una 'x') revista: X Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 2001
Editorial (si libro): Fundación FYDE-CajaCanarias Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Díaz Meneses, G. y Pérez Pérez, P.
Título: The Configuration of the University Image and its Relationship with the Satisfaction of the Students

Ref. (marque con una 'x') X revista: Journal of Educational Administration Libro
Clave: A Volumen: 40 número: 5 Páginas, inicial: 486 final: 505 Fecha: 2002
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: Australia

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.
Título: Gran Canaria Siglo XXI: Acciones Estratégicas
Imagen Exterior (Tomo 1: Actividades Turísticas)

Ref. (marque con una 'x') revista: X Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 2002
Editorial (si libro): Exmo. Cabildo Insular de Gran Canaria Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Gran Canaria Siglo XXI: Acciones Estratégicas
Metodología Científica (Tomo 0: Presentación).

Ref. (marque con una 'x') revista: X Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 2002
Editorial (si libro): Exmo. Cabildo Insular de Gran Canaria Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Díaz Meneses, G. y Pérez Pérez, P.
Título: Configuración de la Imagen de las Universidades a través de los Componentes Cognitivo y Afectivo

Ref. (marque con una 'x') X revista: Cuadernos Aragoneses de Economía Libro
Clave: A Volumen: 12 número: 2 Páginas, inicial: final: Fecha: 2002
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D. y Quintana Déniz, A.
Título: Las Nuevas Tendencias del Marketing en las Empresas

Ref. (marque con una 'x') X revista: Líneas de Economía
Clave: A Volumen: número: 2 Páginas, inicial: 26 final: 31 Fecha: 2002
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G. y Beerli Palacio, A.;
Título: Las Falacias en torno al Poder Explicativo de las Variables Socio-Demográficas en la Conducta del Reciclado

Ref. (marque con una 'x') X revista: Líneas de Economía
Clave: A Volumen: número: 3 Páginas, inicial: 36 final: 40 Fecha: 2002
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: El Proceso de Formación de la Imagen de los Destinos Turísticos: Una Revisión Teórica

Ref. (marque con una 'x') X revista: Estudios Turísticos Libro
Clave: A Volumen: número: 154 Páginas, inicial: 5 final: 32 Fecha: 2002
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Promoción Comercial: Un Enfoque Integrador. Eficacia de la Promoción Comercial

Ref. (marque con una 'x') revista: X Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 2003
Editorial (si libro): ESIC Editor (si libro): Bigné Alcañiz, E.
Lugar de publicación: Madrid

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Díaz Meneses, G..
Título: Los Efectos de la Imagen Percibida de la Universidad en la Satisfacción de los Estudiantes

Ref. (marque con una 'x') X revista: Revista Española de Investigación de Marketing Libro
Clave: A Volumen: 7 número: 1 Páginas, inicial: 7 final: 25 Fecha: 2003
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Díaz Meneses, G..
Título: La Autoimagen y las Motivaciones del Voluntariado como Factores Explicativos del Tipo de ONG en que se Colabora

Ref. (marque con una 'x') X revista: *Esic Market* Libro
Clave: A Volumen: número: 114 Páginas, inicial: 161 final: 182 Fecha: 2003
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Díaz Meneses, G..
Título: Cómo son las Personas Resistentes a Reciclar: Una Aplicación Empírica al Reciclado de Vidrio

Ref. (marque con una 'x') X revista: Cuadernos Aragoneses de Economía Libro
Clave: A Volumen: 13 número: 2 Páginas, inicial: 405 final: 420 Fecha: 2003
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli, A. Martín, J. D. y Quintana, A.
Título: A model of customer loyalty in the retail banking market

Ref. (marque con una 'x') X revista: European Journal of Marketing Libro
Clave: A Volumen: 38 número: 1-2 Páginas, inicial: 253 final: 275 Fecha: 2004

Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: United Kingdom

Autores (p.o. de firma): Beerli A.; Díaz, G; Martín, J. D.
Título: The Behavioural Consequences of Self-congruency in Volunteers

Ref. (marque con una 'x') X revista: *Internacional Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* Libro
Clave: A Volumen: 9 número:15 Páginas, inicial: 28 final: 48 Fecha: 2004
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: USA

Autores (p.o. de firma): Díaz, G; Beerli, A..
Título: The Classic Hierarchy of Effects with Commitment in order to Understand Recycling Behavior Considering some Consumer Values

Ref. (marque con una 'x') X revista: *International Review of Public and Non Profit Marketing* Libro
Clave: A Volumen: 1 número:1 Páginas, inicial: 89 final: 110 Fecha: 2004
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli A.; Martín, J. D.
Título: Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis – a case study of Lanzarote, Spain

Ref. (marque con una 'x') X revista: *Tourism Management* Libro
Clave: A Volumen: 25 número: 5 Páginas, inicial: 623 final: 636 Fecha: 2004
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: United Kingdom

Autores (p.o. de firma): Beerli A.; Martín, J. D.
Título: Factors Influencing Destination Image

Ref. (marque con una 'x') X revista: *Annals of Tourism Research* Libro
Clave: A Volumen: 31 número: 3 Páginas, inicial: 657 final: 681 Fecha: 2004
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: Great Britain

Autores (p.o. de firma): Beerli A.; Martín, J. D.
Título: Cómo influyen las fuentes de información en la imagen percibida de los destinos turísticos

Ref. (marque con una 'x') X revista: *Revista Española de Investigación de Marketing* Libro
Clave: A Volumen: 8 número: 2 Páginas, inicial: 7 final: 34 Fecha: 2004
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Moreno, S; Beerli A.; Martín, J. D.
Título: La imagen de Gran Canaria como destino turístico

Ref. (marque con una 'x') X revista: *Vector Plus* Libro
Clave: A Volumen: 31 número: Páginas, inicial: 71 final: 78 Fecha: 2004
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli A.; Martín, J. D.
Título: Los Factores Culturales de los Turistas y la Imagen Percibida de los Destinos

Ref. (marque con una 'x') X revista: Annals of Tourism Research en Español Libro
Clave: A Volumen: 6 número:1 Páginas, inicial: 160 final: 174 Fecha: 2004
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli A.; Martín, J. D.
Título: Factores que Influyen en la Imagen de los Destinos

Ref. (marque con una 'x') X revista: Annals of Tourism Research en Español Libro
Clave: A Volumen: 6 número:2 Páginas, inicial: 357 final: 384 Fecha: 2004
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Díaz Meneses, G. y Moreno Gil, S.
Título: La Autocongruencia con la Imagen de los Lugares como Factor Explicativo de la Selección de los Destinos Turísticos

Ref. (marque con una 'x') revista: X Libro
Clave: CL Volumen: 12 número: marzo Páginas, inicial: 95 final: 106 Fecha: 2004
Editorial (si libro): Fundación Fyde-CajaCanarias Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Díaz, G., Beerli, A.
Título: Recycling Behavior: a multidimensional approach

Ref. (marque con una 'x') X revista: Environment and Behavior Libro
Clave: A Volumen: 37 número: 6 Páginas, inicial: 837 final: 860 Fecha: 2005
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: USA

Autores (p.o. de firma): Díaz, G., Beerli, A.
Título: Comparison of two techniques to promote recycling: blockleader versus Reward

Ref. (marque con una 'x') X revista: Journal of Environmental System Libro
Clave: A Volumen: 30 número: 2 Páginas, inicial: 105 final: 137 Fecha: 2005
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: USA

Autores (p.o. de firma): Díaz, G. ; Beerli, A.; Martín, J.; Quintana, A.; Moreno, S.
Título: Reseña de tesis: Comprensión del comportamiento de reciclado para el análisis de la eficacia de las técnicas de promoción del reciclaje

Ref. (marque con una 'x') X revista: Vector Plus Libro
Clave: A Volumen: 25 número: Páginas, inicial: 85 final: 95 Fecha: 2005
Editorial (si libro): Fundación Universitaria de Las Palmas Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: Factores que influyen en la formación de la imagen de los destinos turísticos después de la visita

Ref. (marque con una 'x') revista: X Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: final: Fecha: 2005
Editorial (si libro): Fundación Fyde-CajaCanarias Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A.; Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D
Título: El Entorno Competitivo y sus Efectos Moderadores en los Valores Culturales y Capacidades de las Empresas Orientadas al Mercado

Ref. (marque con una 'x') X revista: Revista Española de Investigación de Marketing Libro
Clave: A Volumen: 9 número: 1 Páginas, inicial: 37 final: 64 Fecha: 2005
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D.
Título: Los valores culturales como factores moderadores de las creencias y de la actitud hacia la publicidad

Ref. (marque con una 'x') revista: Libro X
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: final: Fecha: 2006
Editorial (si libro): Editor (si libro): Fundación FYDE-CajaCanarias.
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A.; Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D.; Díaz Meneses, G. y Moreno Gil, S.
Título: La Orientación al Mercado de las Empresas Hoteleras Canarias

Ref. (marque con una 'x') revista: Libro X
Clave: L Volumen: Páginas, inicial: final: Fecha: 2006
Editorial (si libro): Editor (si libro): Fundación FYDE-CajaCanarias.
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G. y Beerli Palacio, A.
Título: Different kinds of consumer response to the reward recycling technique: similarities at the desired routine level.

Ref. (marque con una 'x') Revista: Journal of Asia Pacific Marketing & Logistics Libro
Clave: A Volumen: 18-1/2 Páginas, inicial:43 final:60 Fecha: 2006
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: Australia

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G. y Beerli Palacio, A.
Título: Ecologistas, responsables y renuentes: los segmentos volitivos y actitudinales asociados al desempeño de las áreas de reciclaje en el hogar.

Ref. (marque con una 'x') Revista: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa Libro
Clave: A Volumen: 15/4 Páginas, inicial:107 final:120 Fecha: 2006
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: ESPAÑA

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G. y Beerli Palacio, A.
Título: El proceso de adopción de la conducta de reciclado: modelos explicativos y variables moderadoras.

Ref. (marque con una 'x') Revista: Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas; Libro
Clave: A Volumen: 28 Páginas, inicial:55 final:86 Fecha: 2006
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: ESPAÑA

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A., Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Selección de Investigaciones Empresariales
Capítulo: Los Sistema de Recursos Humanos como Antecedentes de la Orientación al Mercado de las Empresas Hoteleras

Ref. Revista: X Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: 163 final: 185 Fecha: 2007
Editorial (si libro): Fundación Fyde-CajaCanarias Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A., Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Human Resource Systems as Antecedents of Hotel Industry Market Orientation: An Empirical Study in the Canary Islands, Spain

Ref. X Revista: International Journal of Hospitality Management Libro
Clave: A Volumen: 26 número: Páginas, inicial: 854 final: 870 Fecha: 2007
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: USA

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Díaz Meneses, G.; Moreno Gil, S.
Título: Self-congruity and destination choice
Ref. (marque con una 'x') X revista: Annals of Tourism Research
Libro Clave: A Volumen: 34, 3 Páginas, inicial: 571 final: 587 Fecha: 2007
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: USA

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D. y Beerli Palacio, A.
Título: El Comportamiento del Donante de Sangre desde la Perspectiva del Marketing Social. Factores Determinantes de la Predisposición a donar.

Ref. Revista: Revista Española de Investigación de Marketing ESIC Libro
Clave: A Volumen: 12 número: 1 Páginas, inicial: 27 final: 41 Fecha: 2008
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D. y Beerli Palacio, A.
Título: Potential Donor Segregation to Promote Blood Donation.
Ref. Revista: Transfusion and Apheresis Science Libro
Clave: A Volumen: 32 número: 2, April Páginas, inicial: 133 final: 140 Fecha: 2008
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: USA

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D. y Porta, M.
Título: El marketing como herramienta para incrementar la eficacia de los planes de salud pública.
Ref. Revista: Gaceta Sanitaria Libro
Clave: A Volumen: 22 número: 1, Abril Páginas, inicial: 27 final: 36 Fecha: 2008
Editorial (si libro): Editor (si libro):

Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D. y Beerli Palacio, A.

Título: Why attitudes toward advertising are not universal: cultural explanations

Ref. Revista: Journal of Euromarketing

Libro

Clave: A Volumen: 17 número: 3/4 Páginas, inicial: 159 final: 181 Fecha: 2008

Editorial (si libro): Editor (si libro):

Lugar de publicación: USA

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A., Martín Santana, J.D. y Quintana Déniz, A.

Título: Selección de Investigaciones Empresariales (Convocatoria 2006)

Capítulo: Los Factores Internos de la Empresa como Antecedentes de la Orientación al Mercado de las Empresas Hoteleras

Ref. Revista:

Libro

Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: 81 final: 113 Fecha: 2008

Editorial (si libro): Fundación Fyde-CajaCanarias Editor (si libro):

Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D., Beerli Palacio, A. y Fernández Monroy, M.

Título: Selección de Investigaciones Empresariales (Convocatoria 2006)

Capítulo: El Comportamiento del Donante de Sangre desde la Perspectiva del Marketing: Factores Determinantes de la Predisposición a Donar Sangre

Ref. Revista:

Libro

Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: 169 final: 186 Fecha: 2008

Editorial (si libro): Fundación Fyde-CajaCanarias Editor (si libro):

Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: Model explaining the predisposition to donate blood from the social marketing perspective

Ref. Revista: International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing

Libro

Clave: A Volumen: 14 número: August Páginas, inicial: 205 final: 214 Fecha: 2009

Editorial (si libro): Editor (si libro):

Lugar de publicación: England

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A., Martín Santana, J.D. y Fernández Monroy, M.

Título: Importancia del Valor de Marca en la Satisfacción y Lealtad de los Clientes en el Mercado Industrial en Selección de Investigaciones Empresariales

Ref. Revista: Libro

Clave: CL Volumen: número: August Páginas, inicial: 63 final: 82 Fecha: 2009

Editorial (si libro): Fundación Fyde-CajaCanarias Editor (si libro):

Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Martín-Santana, J.D.; Beerli-Palacio, A. y Naranjo Maroto, G

Título: Development of an advertising impact index: an empirical application in the measurement of advertisements' different styles effectiveness in magazines

Ref. Revista: Revista Portuguesa de Marketing Libro
Clave: A Volumen: número: 23 Páginas, inicial: 19 final: 33 Fecha: 2009
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: Portugal

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, JD; Beerli Palacio, A. y Naranjo Maroto, G.
Título: Desarrollo de un índice de medida del impacto publicitario: Una aplicación empírica para medir la eficacia de anuncios con diferentes estilos en el medio revistas

Ref. Revista: Libro
Clave: CL Volumen: número: Páginas, inicial: 63 final: 82 Fecha: 2010
Editorial (si libro): Fundación Fyde-CajaCanarias Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli-Palacio, A. y Martín-Santana, J.D.
Título: La eficacia de la publicidad on line en el contexto de los blogs

Ref. Revista: Cuadernos de Gestión Libro
Clave: A Volumen: 10 número: Páginas, inicial: 17 final: 42 Fecha: 2010
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.; Fernández Monroy, M.; Galván Sánchez, I. y Díaz Meneses, G
Título: Modelo explicativo del comportamiento de los jóvenes ante el botellón y el cannabis desde la perspectiva del marketing social

Ref. Revista Española de Investigación y Marketing Libro
Clave: A Volumen: 16 número: 1 Páginas, inicial: 87 final: 112 Fecha: 2012
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Moreno Gil, S.; Beerli-Palacio, A. y De León Ledesma, J.
Título: Entendiendo la imagen de un destino turístico. Factores que la integran y la influencia de las motivaciones

Ref. Revista Española de Investigación y Marketing Libro
Clave: A Volumen: número: 16 Páginas, inicial: 35 final: 62 Fecha: 2012
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: Cuba

Autores (p.o. de firma): • Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A.

Título: The effectiveness of web ads: rectangle vs contextual banners

Ref. On line Information Review Libro
Clave: A Volumen: 9 número: 2 Páginas, inicial: 181 final: 197 Fecha: 2012
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: USA

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.; Fernández Monroy, M.; Galván Sánchez, I. y Díaz Meneses, G
Título: A model of attitudes, beliefs, emotions and values to explain the Spanish youth street binge drinking phenomena

Ref. Review on Public and Nonprofit Marketing Libro
Clave: A Volumen: 1 número: 1 Páginas, inicial: 79 final: 89 Fecha: 2012
Editorial (si libro): Editor (si libro):
Lugar de publicación: England

Participación en contratos de I+D de especial relevancia con Empresas y/o Administraciones (nacionales y/o internacionales)

Título del contrato/proyecto: Satisfacción de los alumnos de la ULPGC con los Servicios Generales

Tipo de contrato: Convenio Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: ULPGC

Entidades participantes:

Duración, desde: 1991 hasta: 1991

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 2.500.000 Ptas.

Título del contrato/proyecto: Plan estratégico de la empresa CAPISA-BIONA

Tipo de contrato: Convenio Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: CAPISA-BIONA

Entidades participantes:

Duración, desde: 1994 hasta: 1995

Investigador responsable: Juan Manuel García Falcón

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio y Josefa Delia Martín Santana

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): n.d.

Título del contrato/proyecto: Imagen de Marca del Sector del Automóvil

Tipo de contrato: Convenio Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: Domingo Alonso y Toyota Canarias

Entidades participantes:

Duración, desde: 1997 hasta: 1997

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio y Josefa Delia Martín Santana

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 3.311.000 Ptas.

Título del contrato/proyecto: Lanzamiento de un nuevo producto para la empresa CAPISA-BIONA

Tipo de contrato: Convenio Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: CAPISA-BIONA

Entidades participantes:

Duración, desde: 1998 hasta: 1998

Investigador responsable: Juan Manuel García Falcón

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio y Josefa Delia Martín Santana

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): n.d.

Título del contrato/proyecto: La Orientación al Marketing de las Empresas Industriales Canarias

Tipo de contrato: Convenio Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: Fundación Fyde Caja-Canarias

Entidades participantes:

Duración, desde: 1999 hasta: 2000

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio, Josefa Delia Martín Santana, Sergio Moreno Gil, Agustín Quintana Déniz, Gonzalo Díaz Meneses, Ricardo Díaz Armas, Desiderio Gutiérrez Taño, Isabel Montero Muradas
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 1.000.000 Ptas.

Título del contrato/proyecto: Plan de Comunicación de la ULPGC

Tipo de contrato: Contrato de Colaboración con la Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: ULPGC

Entidades participantes:

Duración, desde: 1999 hasta: 2000

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio, Pedro Pérez Pérez, Gonzalo Díaz Meneses

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): n.d.

Título del contrato/proyecto: Factores Determinantes del Comportamiento de Compra con Tarjetas de Crédito

Tipo de contrato: Contrato de Colaboración con la Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: Caja Insular de Ahorros de Canarias

Entidades participantes:

Duración, desde: 1999 hasta: 1999

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio, Josefa Delia Martín Santana

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 1.199.863 Ptas.

Título del contrato/proyecto: Gran Canaria Siglo XXI

Tipo de contrato: Convenio con la Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: Cabildo Insular de Gran Canaria

Entidades participantes:

Duración, desde: 1996 hasta: 2002

Investigador responsable: Juan Manuel García Facón

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio, Josefa D. Martín Santana, Agustín Quintana Déniz, Gonzalo Díaz Meneses, Sergio Moreno Gil, Margarita Fernández Monroy y otros.

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): n.d.

Título del contrato/proyecto: Tracking de Eficacia Publicitario de Campaña Institucional de Caja Rural de Canarias

Tipo de contrato: DEDE Asesoramiento y Formación Empresarial

Empresa/Administración financiadora: Grupo Creativo JEM&J

Entidades participantes:

Duración, desde: 2003 hasta: 2003

Investigador responsable: Josefa D. Martín Santana

Listado de investigadores participantes: Josefa D. Martín Santana y Asunción Beerli Palacio.

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 3.300 euros

Título del contrato/proyecto: Elaboración de Fichas Técnicas de Evaluación de Proyectos Empresariales Susceptibles de Constituirse en Entidades de Economía Social

Tipo de contrato: Convenio Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: Federación Canaria de Desarrollo Local

Entidades participantes:

Duración, desde: 2003 hasta: 2003

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio y Josefa Martín Santana

Listado de investigadores participantes: Sergio Moreno Gil, Gonzalo Díaz Meneses, Elizardo Monzón Gil, Jose Ignacio Rodríguez Castañón, Ana Nanclares Susaeta, Carmelo MENA Hernández, Mónica Medina Arribas, Agustín Sánchez Medina, Domingo Verano Tacoronte, Katuska Cabrera Suárez, Petra de Saa Pérez, Daniel Celis Sosa, Antonia Mercedes García Cabrera, M. Gracia García Soto

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 60.000 euros

Título del contrato/proyecto: Convenio marco para el desarrollo de programas de actuación conjunta de carácter cultural y científico en el sector turístico

Tipo de contrato: Convenio Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: Patronato de Turismo

Entidades participantes:

Duración, desde: 2002 hasta: 2004

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio

Listado de investigadores participantes: Sergio Moreno Gil, Gonzalo Díaz Meneses, Josefa D. Martín Santana, Agustín Quintana Déniz

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 59.217 euros

Título del contrato/proyecto: Investigación cualitativa en la prensa diaria impresa

Tipo de contrato: Contrato de colaboración

Empresa/Administración financiadora: Informaciones Canarias S.A. (INFORCASA)

Entidades participantes:

Duración, año 2005

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 12.000 €

Título del contrato/proyecto: Estudio de mercado cuantitativo sobre el comportamiento de los lectores de prensa diaria en la provincia de las Palmas

Tipo de contrato: Convenio Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: Informaciones Canarias S.A (INFORCASA)

Entidades participantes:

Duración, año 2006

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 24.000 €

Título del contrato/proyecto: Estudio de mercado para estimar la demanda potencial de estudios universitarios en Fuerteventura

Tipo de contrato: Convenio Fundación Universitaria de Las Palmas

Empresa/Administración financiadora: Cabildo de Fuerteventura

Entidades participantes:

Duración, año 2006

Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio

Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 6.900 €

Título del contrato/proyecto: Los Efectos de la Inversión Publicitaria de la Marca Aguiar en Gran Canaria

Tipo de contrato: Contrato de colaboración
Empresa/Administración financiadora: Aguiar, S.A.
Entidades participantes:
Duración, año 2007
Investigador responsable: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana
Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 12.500 €

Título del contrato/proyecto: Estudio del Comportamiento del Consumidor de Munchitos en Canarias
Tipo de contrato: Contrato de colaboración

Empresa/Administración financiadora: Aperitivos Snack
Entidades participantes:
Duración, año 2009
Investigadores responsables: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana
Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 24.000 euros

Título del contrato/proyecto: Estudio de Mercado Cualitativo de Aperitivos en Canarias
Tipo de contrato: Contrato de colaboración

Empresa/Administración financiadora: Aperitivos Snack
Entidades participantes:
Duración, año 2010
Investigadores responsables: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana
Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): 10.500 euros

Título del contrato/proyecto: Convenio de Colaboración con el Instituto Canario de Hemodonación y Hemoterapia para el estudio de un Modelo Explicativo de la Conducta de Donación de Sangre en la Comunidad Autónoma de Canarias

Empresa/Administración financiadora: Instituto de Hemodonación y Hemoterapia de Canarias
Entidades participantes: Instituto de Hemodonación y Hemoterapia de Canarias
Duración, Desde el año 2011 en adelante
Investigadores responsables: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana
Listado de investigadores participantes: Asunción Beerli Palacio; Beatriz González-López Valcarcel; Josefa D. Martín Santana y Carmen Sánchez
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO (Euros): Convenio de colaboración

Contribuciones a Congresos

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Memory-Based Advertising Effectiveness Techniques: Recall Versus Recognition
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VI Internacional Conference of the European Association of Management and Business Economics (AEDEM)
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Chania (Grecia) Fecha: Septiembre 1997

Autores (p.o. de firma): García Falcón, J.M. y Beerli Palacio, A.
Título: La Segmentación Estratégica en el Proceso de Planificación
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: II Jornadas de Planificación y Control de Gestión de Cajas de ahorro
Publicación: NO
Lugar celebración: Bilbao Fecha: 10 y 11 de octubre de 1989

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y García Falcón, J.M.
Título: La Segmentación como Estrategia Competitiva
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: III Jornadas de Planificación y Control de Gestión de Cajas de Ahorro
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Málaga Fecha: 30 y 31 de octubre de 1990

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y García Falcón, J.M.
Título: La Segmentación del Mercado y su Aplicación al Mercado Bancario Minorista
Tipo de participación: Nacional
Congreso: V Congreso de la Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa
Publicación: SI
Lugar celebración: La Coruña Fecha: 6 al 8 de junio de 1991

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y García Falcón, J.M.
Título: Alternativas Estratégicas de Distribución en el Sector Bancario
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: III Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Salamanca Fecha: 26 y 27 de septiembre de 1991

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: La Eficacia Publicitaria en Prensa: Una Aplicación a la Publicidad Bancaria
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: IV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Madrid Fecha: 24 al 26 de septiembre de 1992

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: El Control Publicitario en las Agencias de Publicidad Españolas
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: V Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Sevilla Fecha: 7 al 9 de octubre de 1993

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Rodríguez Díaz, M.
Título: Comportamiento del Mercado de Productos de Confección Textil: Hacia una Tipología de sus Consumidores
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: San Sebastián Fecha: 29 de septiembre al 1 de octubre de 1994

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Antecedentes y Consecuencias de la Involucración de los Individuos hacia los Productos
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: X Congreso Nacional y VI Congreso Hispano-Francés AEDEM
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Granada Fecha: 11 al 14 de junio de 1996

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: La Involucración de los Individuos hacia el Producto: Problemática en torno a su Conceptualización y Medida
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Zaragoza Fecha: 26 y 27 de septiembre de 1996

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D. y Beerli Palacio, A.
Título: Diseño y Validación de un Instrumento de Medición de la Eficacia Publicitaria en Medios de Comunicación Impresos
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: IX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Murcia Fecha: 25 y 26 de septiembre de 1997

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Los Efectos de la Publicidad: Cambios en las Creencias, Actitudes e Intenciones de Compra
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: VIII Congreso Nacional de ACEDE
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Las Palmas de Gran Canaria Fecha: 20 al 22 de septiembre de 1998

Autores (p.o. de firma): Fernández Monroy, M.
Título: La problemática del control en las organizaciones virtuales
Tipo de participación: Póster
Congreso: VIII Congreso Nacional de ACEDE
Publicación:
Lugar celebración: Las Palmas de Gran Canaria Fecha: 20 al 22 de septiembre de 1998

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Imagen de Marca: Una Aplicación Empírica en el Sector del Automóvil
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VII International Conference of the European Association of Management and Business Economics (AEDEM)
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Estambul Fecha: 8 al 10 de septiembre de 1998

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Díaz Meneses, G. y Pérez Pérez, P.
Título: Cómo Influyen las Motivaciones en la Imagen Percibida de la Universidad
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VII International Conference of the European Association of Management and Business Economics (AEDEM)
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Estambul Fecha: 8 al 10 de septiembre de 1998

Autores (p.o. de firma): Araujo Cabrera, Y.; García Soto, M.G. y Fernández Monroy, M.
Título: El trabajo del directivo público: un enfoque de agenda
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: VII International Conference of the European Association of Management and Business Economics (AEDEM)
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Estambul Fecha: 8 al 10 de septiembre de 1998

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Cómo Influyen los Estilos Publicitarios en la Efectividad de los Anuncios Televisivos entre los Jóvenes
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Valladolid Fecha: 1 y 2 de octubre de 1999

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D. y Quintana Déniz, A.
Título: Modelo Explicativo de los Factores Determinantes de la Lealtad de los Clientes en el Mercado Bancario Minorista
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Santiago de Compostela Fecha: 25 y 26 de septiembre de 2000

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Díaz Meneses, G.
Título: El Autoconcepto y las Motivaciones de los Voluntarios de las ONL's
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XV Congreso Nacional y XI Congreso Hispano Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Las Palmas de Gran Canaria Fecha: 13 al 15 de junio de 2001

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A. y Beerli Palacio, A.
Título: Perspectivas hacia el Estudio de la Orientación al Mercado
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: XV Congreso Nacional y XI Congreso Hispano Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Las Palmas de Gran Canaria Fecha: 13 al 15 de junio de 2001

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D.; Beerli Palacio, A. y Quintana Déniz, A.
Título: Influencia de la Credibilidad de los Personajes Famosos en la Eficacia de los Spots Publicitarios
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: X International Conference of the European Association of Management and Business Economics (AEDEM)
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Regio-Calabria Fecha: 4 al 6 de septiembre de 2001

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A. y Beerli Palacio, A.
Título: Desarrollo de un Modelo Integrador de la Orientación al Mercado desde la Perspectiva de las Capacidades y del Aprendizaje
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Málaga Fecha: 26 al 28 de septiembre 2001

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Díaz Meneses, G.
Título: Cómo son las Personas Resistentes a Reciclar: Una Aproximación Empírica al Reciclado de Vidrio
Tipo de participación: Nacional
Congreso: XVI Congreso Nacional y XII Congreso Hispano-Francés de AEDEM
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Alicante Fecha: 5 al 7 de junio 2002

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A.; Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Desarrollo y Validación de una Escala de la Orientación al Mercado desde la Perspectiva de las Capacidades
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVI Congreso Nacional y XII Congreso Hispano-Francés de AEDEM
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Alicante Fecha: 5 al 7 de junio 2002

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Díaz Meneses, G.
Título: La Autocongruencia en el Comportamiento del Consumidor: Una Aplicación Empírica en las Organizaciones No Lucrativas
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: I Jornadas Internacionales de Marketing Público y No Lucrativo
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: León Fecha: 18 al 19 de abril de 2002

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D. y Moreno Gil, S.
Título: The Influence of the Tourists' Values on the Perceived Image Tourist Destinations
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: Academy of Marketing Science –2002 Multicultural Marketing Conference
Publicación: CD-ROM
Lugar celebración: Valencia Fecha: 26 al 29 de junio de 2002

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A.; Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Business to Business vs. Consumer Markets: Its Moderating Effects on the Culture and Capabilities of Market-Driven Organizations
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: Academy of Marketing Science –2002 Multicultural Marketing International
Publicación: CD-ROM
Lugar celebración: Valencia Fecha: 26 al 29 de junio de 2002

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A.; Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Efectos de la Orientación al Mercado y la Innovación desde la Perspectiva de las Capacidades en los Resultados
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Publicación: Libro de Actas de Congresos I
Lugar celebración: Granada

Fecha: 18 al 20 de septiembre 2002

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. ; Díaz Meneses, G. y Moreno Gil,S.

Título: La Autocongruencia con la Imagen de los Lugares como Factor Explicativo de la Selección de los Destinos Turísticos

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Granada

Fecha: 18 al 20 de septiembre 2002

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A.; Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: Efectos Moderadores del Entorno en la Orientación al Mercado desde La Perspectiva de los Recursos y del Aprendizaje

Tipo de participación: Comunicación

Congreso: XII Congreso de ACEDE

Publicación: CD-ROM

Lugar celebración: Palma de Mallorca

Fecha: 22 al 24 de septiembre 2002

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. Díaz Meneses, G. y Moreno Gil, S.

Título: The Behavioural Consequences of Self-congruency: A Case of Destination Choice in Tourists

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Tourism Research 2002. An International Interdisciplinary Conference in Wales

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Cardiff

Fecha: 4 al 7 de septiembre 2002

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G. y Beerli Palacio, A

Título: They Are Reluctant to Recycle. Who are They and What are They Like? The Sociodemographic and Psychographic Profiles of Non-Recyclers

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: European Meeting on Chemical Industry and Environment

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Las Palmas de Gran Canaria

Fecha: 12 al 14 de febrero 2003

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D

Título: Determinantes Psicográficos Específicos de la Distribución de Tareas de Reciclado en el Hogar

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: II International Workshop on Public and Non-Profit Marketing

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Zaragoza

Fecha: 3 y 4 de abril 2003

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D

Título: Determinantes The Consumer Recycling Roles

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 32nd EMAC Conference

Publicación: CD-ROM

Lugar celebración: Glasgow

Fecha: 20 al 23 de mayo 2003

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Díaz Meneses, G.; Pérez Pérez, P. y Martín Santana, J.D.

Título: Is it True that the Satisfaction Come from Image?

Tipo de participación: Poster

Congreso: 32nd EMAC Conference

Publicación: CD:ROM

Lugar celebración: Glasgow

Fecha: 20 al 23 de mayo 2003

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D. y Moreno Gil, S.

Título: Los Agentes que Conforman la Imagen de los Destinos Turísticos

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio

Publicación: SI

Lugar celebración: Barcelona

Fecha: 3 y 4 de abril 2003

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D.

Título: La Formación de la Imagen de los Destinos Turísticos a través de los Factores Internos del Turista

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 6º Congreso de Turismo Universidad y Empresa "Turismo Cultural y Urbano

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Castellón

Fecha: 9 al 11 de abril 2003

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D.

Título: Factores que Influyen en la Formación de la Imagen de los Destinos Turísticos después de la Visita

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Córdoba

Fecha: 24 al 26 de septiembre 2003

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A.; Mejías Pitti, J.

Título: Tipología de Consumidores en Relación al Reciclado

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: III Jornadas Internacionais de Marketing Público e Nao Lucrativo

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Covilha (Portugal)

Fecha: 1 al 2 de abril 2004

Autores (p.o. de firma): Moreno Gil, S.; Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: La influencia de la imagen del alojamiento en la imagen del destino: un enfoque integrador

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XIII Simposio Internacional de Turismo y Ocio

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Barcelona

Fecha: 21 al 22 de abril 2004

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A.; Martín, J.D.

Título: Understanding the Effects of Recycling Promotion Techniques on People's Beliefs, Attitudes and Behaviours

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 33rd EMAC Conference

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Murcia

Fecha: 18 al 21 de mayo 2004

Autores (p.o. de firma): Moreno Gil, S.; Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D.

Título: Destination image: a perspective from accommodation image
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: Travel and Tourism Research Association. 35th Annual Conference.
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Montreal Fecha: Junio 2004

Autores (p.o. de firma): Moreno Gil, S.; Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D.
Título: La imagen de un destino turístico insular: oportunidades y amenazas. El caso de Gran Canaria
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: International Congress on Coastal Areas
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Las Palmas de Gran Canaria Fecha: Junio 2004

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A.
Título: The Moderating Role of Psychographic Characteristics on the Recycling Adoption Behaviour
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: AMA (American Marketing Association) Educators' Proceedings
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Chicago Fecha: Summer 2004

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A.
Título: The Response to the Commitment with Blockleader Recycling Promotion Technique: A Longitudinal Approach
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: Social Marketing Advances in Research and Theory (SMART) Conference
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Kananaskis, Alberta, (Canada) Fecha: September 16-18, 2004

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D.
Título: Los Valores Culturales como Factores Moderadores de las Creencias y de la Actitud hacia la Publicidad
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Alicante Fecha: 22 al 24 de septiembre 2004

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D.
Título: El Modelo de Hábito de Reciclado según el Perfil Sociodemográfico de los Consumidores
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Alicante Fecha: 22 al 24 de septiembre 2004

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A.
Título: The reward recycling technique: insights into its effects on consumers cognitions and evaluations
Tipo de participación: Poster
Congreso: Public Policy and Marketing of The American Marketing Association
Regional: Nacional: Internacional: X
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: USA Fecha: Mayo 2005

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D. Beerli Palacio, A. y Díaz Meneses, G.
Título: Attitude toward advertising considering cross-cultural differences: An application of the Hofstede model

Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 34th European Marketing Academy Conference
Regional: Nacional: Internacional: X
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Milán (Italia) Fecha: 24 al 27 de mayo 2005

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A. y Martín, J.
Título: Main lines of work to achieve high commitment recycling behaviours from a motivational approach
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 34th European Marketing Academy Conference
Regional: Nacional: Internacional: X
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Milán Fecha: Mayo 2005

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A.; Martín, J. y Mejías, J.
Título: La percepción de los consumidores sobre la situación del reciclado de los residuos sólidos domésticos: un análisis de los determinantes cognitivos y de evaluación
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: IV Jornadas de Marketing Público y No Lucrativo
Regional: Nacional: Internacional: X
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Cádiz Fecha: Mayo 2005

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G.; Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.
Título: Los modelos de adopción de la conducta de reciclado de alta involucración en función del perfil sociodemográfico de los consumidores
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: Congreso de la EAP
Regional: Nacional: Internacional: X
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: París (Francia) Fecha: Enero 2005

Autores (p.o. de firma): Fernández Monroy, M.; Martín Santana, J.; Beerli Palacio, A.
Título: La comunicación y la confianza como determinantes del resultado en los sistemas de franquicia
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Regional: Nacional: x Internacional:
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Madrid Fecha: 22 y 23 de septiembre de 2005

Autores (p.o. de firma): Díaz Meneses, G. y Beerli Palacio, A.
Título: La no respuesta a la promoción del reciclado mediante la técnica del blockleader y el compromiso
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Regional: Nacional: x Internacional:
Publicación: Libro de Actas de Congresos
Lugar celebración: Madrid Fecha: 22 y 23 de septiembre de 2005

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.
Título: Técnicas de medición de la eficacia publicitaria
Tipo de participación: Conferencia

Congreso: Jornada de Medición de la eficacia publicitaria

Regional: Nacional: x Internacional:

Publicación: NO

Lugar celebración: País Vasco

Fecha: Mayo 2005

Autores (p.o. de firma): Moreno Gil, S., Ritchie, B.; Beerli Palacio, A.

Título: Museums image formation process: Differences between residents and tourists. The case of sun and sand destinations.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Travel and Tourism Research Association. 36th Annual Conference

Regional: Nacional: Internacional: X

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: New Orleans (EE.UU)

Fecha: Junio 2005

Autores (p.o. de firma): Moreno Gil, S.; Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.

Título: Understanding the image of the accommodation product: The case of the condominium offer.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Las Vegas International Hospitality and Convention Summit II

Regional: Nacional: Internacional: X

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Las Vegas (EE.UU)

Fecha: Junio 2005

Autores (p.o. de firma): Moreno Gil, S.; Beerli Palacio, A.; Fernández Manchado, H.

Título: Museums Image. The case of islands as tourism destinations

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: II International Congress on Coastal Areas

Regional: Nacional: Internacional: X

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Santa cruz de Tenerife (España)

Fecha: Junio 2005

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.

Título: La Influencia de las Fuentes de Información en la Imagen Percibida de los Destinos Turísticos

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: II International Congress on Coastal Areas

Regional: Nacional: Internacional: X

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Las Palmas de Gran Canaria (España)

Fecha: Junio 2005

Autores (p.o. de firma): Quintana Déniz, A.; Beerli Palacio, A., y Martín Santana, J.

Título: Los sistemas de recursos humanos como antecedentes de la orientación al mercado de las empresas hoteleras

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XV Congreso Nacional de ACEDE

Regional: Nacional: X Internacional:

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Tenerife (España)

Fecha: Septiembre 2005

Autores (p.o. de firma): Moreno Gil, S.; Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.

Título: Understanding the image of the accommodation product: The case of the condominium offer.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Las Vegas International Hospitality and Convention Summit II

Regional: Nacional: Internacional: X

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Las Vegas (EE.UU)

Fecha: Junio 2005

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D.; Beerli Palacio, A.; Fernández Monroy, M.

Título: El Comportamiento del Donante de Sangre desde la Perspectiva del Marketing: Factores Determinantes de la Predisposición a Donar Sangre.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing.

Regional: Nacional: X Internacional:

Publicación: Libro de Actas de Congresos

Lugar celebración: Almería (España)

Fecha: 20, 21 y 22 de septiembre de 2006

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J. y Quintana Déniz A

Título: Los Factores Internos de la Empresa como Antecedentes de la Orientación al Mercado de las Empresas Hoteleras.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 5th International Congress Marketing Trends.

Regional: Nacional: Internacional: X

Publicación: CD_ROM

Lugar celebración: Venice (Italia)

Fecha: 20 y 21 de enero de 2006

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.

Título: La eficacia de las promociones de ventas en la prensa diaria.

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XV Congreso Internacional de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM).

Regional: Nacional: Internacional: X

Publicación: CD_ROM

Lugar celebración: Buenos Aires (Argentina)

Fecha: a 4 al 6 de septiembre de 2006

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A., Martín Santana, J.D. y Fernández Monroy, M.

Título: Incentivando la conducta de donación de sangre en función de las tipologías de donantes potenciales

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 6th International Congress. Marketing Trends

Publicación: CD-Rom

Lugar celebración: París

Fecha: 26 y 27 de enero de 2007

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A., Martín Santana, J.D. y Fernández Monroy, M.

Título: Study on predisposition to blood donation of non-donors

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 36nd EMAC Conference 2007

Publicación: CD-Rom

Lugar celebración: Reykjavik

Fecha: 22, 23, 24 y 25 de mayo de 2007

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A., Martín Santana, J.D. y Fernández Monroy, M.

Título: Importancia del valor de marca en la satisfacción y lealtad de los clientes en el mercado industrial

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Publicación: CD-Rom

Lugar celebración: Vigo

Fecha: 19, 20 y 21 de septiembre de 2007

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Moreno Gil, S.
Título: Factores que influyen en la imagen de la oferta alojativa extrahotelera
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVII Jornadas Hispanolusas de Gestión Científica, Conocimiento, Innovación y Emprendedores
Publicación: CD-Rom
Lugar de publicación: La Rioja (España) Fecha: 2007

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A., Martín Santana, J.D. y Fernández Monroy, M.
Título: La imagen de marca, la comunicación, la confianza y la calidad como factores relevantes del valor de marca en el mercado industrial
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVIII Luso-Spanish Conference on Management
Publicación: CD-Rom
Lugar celebración: Porto Fecha: 7 y 8 de febrero de 2008

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D., Beerli Palacio, A., y Naranjo Maroto, G.
Título: Desarrollo de un índice de medida del impacto publicitario: una aplicación empírica para medir la eficacia de anuncios con diferentes estilos en el medio revistas
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Publicación: CD-Rom
Lugar celebración: Maspalomas (Gran Canaria) Fecha: 17, 18 y 19 de septiembre de 2008

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Factores que influyen en la eficacia de la publicidad con famosos: una aplicación empírica en el medio revistas
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 8th International Congress. Marketing Trends
Publicación: CD-Rom
Lugar de publicación: París Fecha: enero de 2009

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D.
Título: Factores que influyen en la eficacia publicitaria en el medio revistas
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XIX Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica
Publicación: CD-Rom
Lugar de publicación: Baeza Fecha: febrero de 2009

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A., Martín Santana, J.D., y Padilla Morilla, J.L.
Título: Factores que influyen en la eficacia de la publicidad en internet
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXI Congreso Nacional de Marketing
Publicación: CD-Rom
Lugar de publicación: Bilbao Fecha: septiembre de 2009

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A., Martín Santana, J.D., Díaz Meneses, G., Fernández Monroy y Galván Sánchez, I.
Título: Modelo Explicativo del Comportamiento de los Jóvenes ante el Botellón y el Cannabis desde la Perspectiva del Marketing Social
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXII Congreso Nacional de Marketing

Publicación: CD-Rom
Lugar celebración: Oviedo

Fecha: 22, 23 y 24 de septiembre de 2010

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.; Díaz Meneses, G.; Fernández Monroy, M.; Galván Sánchez, I.
Título: Modelo explicativo de la práctica del botellón de los diferentes segmentos de jóvenes en función de sus motivaciones
Congreso: 10th International Congress.Marketing Trends
Publicación: CD-Rom
Lugar de publicación: París Fecha: enero de 2011

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.; Beerli Palacio, A.; Díaz Meneses, G.; Fernández Monro, M.; Galván Sánchez, I.
Título: Modelo Factores internos que explican el consumo de cannabis en los jóvenes desde el marketing social
Congreso: 10th International Congress.Marketing Trends
Publicación: CD-Rom
Lugar de publicación: París Fecha: enero de 2011

Autores (p.o. de firma): Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.; Díaz Meneses, G.; Fernández Monroy, M. y Galván Sánchez,I.
Título: Factores internos que explican el consumo del botellón en los jóvenes desde una perspectiva de marketing social
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica
Publicación: CD-Rom
Lugar celebración: Córdoba Fecha: 2, 3 y 4 de febrero 2011

Autores (p.o. de firma): Martín Santana, J.D. y Beerli Palacio, A.,
Título: Cómo conseguir la repetición y la prescripción de la donación de sangre entre los donantes actuales
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXIII Congreso Nacional de Marketing
Publicación: CD-Rom
Lugar celebración: Castellón Fecha: 14 al 16 de septiembre de 2011

Autores (p.o. de firma): • Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.; Díaz Meneses, G.; Fernández Monroy, M. y Galván Sánchez, I.
Título: The influence of gender & reference groups on the irresponsible alcohol consumption behaviour model among young people: Ponencia
Congreso: X congreso de la International Association on Public & Nonprofit Marketing
Publicación: CD-Rom
Lugar celebración: Oporto Fecha: 16 al 17 de Junio de 2011

Tesis Doctorales dirigidas

Directores: Asunción Beerli Palacio

Título: Diseño y Validación de un Instrumento de Medición de la Eficacia Publicitaria en Medios de Comunicación Impresos

Doctorando: Josefa Delia Martín Santana

Universidad: Las Palmas de Gran Canaria

Facultad / Escuela: Ciencias Económicas y Empresariales

Fecha: 1996

Directores: Asunción Beerli Palacio

Título: La Orientación al Mercado desde la Perspectiva de las Capacidades y otros Recursos Intangibles : Un Modelo Explicativo de los Recursos Empresariales.

Doctorando: Agustín Quintana Déniz

Universidad: Las Palmas de Gran Canaria

Facultad / Escuela: Ciencias Económicas y Empresariales

Fecha: 2001

Directores: Asunción Beerli Palacio

Título: Modelos de Adopción de la Conducta de Reciclado para el Estudio de la Respuesta a las Técnicas de Promoción del Reciclaje.

Doctorando: Gonzalo Díaz Meneses

Universidad: Las Palmas de Gran Canaria

Facultad / Escuela: Ciencias Económicas y Empresariales

Fecha: 2003

Directores: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana

Título: La Imagen de la Oferta Alojativa como Factor Determinante de la Imagen de los Destinos Turísticos: Una Aplicación Empírica en el Contexto de la Oferta Extrahotelera.

Doctorando: Sergio Moreno Gil

Universidad: Las Palmas de Gran Canaria

Facultad / Escuela: Ciencias Económicas y Empresariales

Fecha: 2003

Otros méritos o aclaraciones que se desee hacer constar

(Utilice como máximo el espacio equivalente a una página por investigador).
(Indique el nombre del investigador en cada caso)

DIRECCIONES:

- Dirección del grupo de investigación "Dirección de Marketing" creado en el área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, que fue aprobado por el Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo Tecnológico de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria en enero de 2002.
- Dirección del I, II, III y IV Master Universitario en Dirección de Marketing de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, que comenzó a celebrarse en el año 2004 hasta la actualidad.
- Dirección de múltiples trabajos de investigación de programas de doctorado del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la ULPGC.
- Dirección de múltiples proyectos de fin de master y tesinas.

BECAS, AYUDAS Y PREMIOS RECIBIDOS:

- Obtención de ayudas económicas de la Fundación FYDE-CajaCanarias en las convocatorias de 2000, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 y 2008 dentro del Programa de Fomento de la Investigación Empresarial en las Universidades Canarias de la Fundación FYDE-CajaCanarias y la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias.
- Premio Canarias 7-1998 en Economía para el Equipo Investigador del proyecto "Gran Canaria Siglo XXI", del que formé parte. Este premio se concede anualmente para reconocer la labor en esta área que han realizado personas o instituciones en Canarias.
- Premio de la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO) al mejor artículo de la Revista Investigación y Marketing en 1999, titulado "Importancia de los Modelos de Respuesta Publicitaria en el Proceso de Planificación y Control de la Publicidad".
- Premio *FYDE-CajaCanarias - Consejería de Economía, Hacienda y Comercio Investigación Empresarial 2002* al proyecto de investigación "El Proceso de Formación de la Imagen de los Destinos Turísticos. Entidad: FYDE-CajaCanarias-Consejería de Economía, Hacienda y Comercio.
- Premio FYDE-CajaCanarias-Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias 2004 en la modalidad de Publicación de Temas Empresariales al trabajo titulado "La Orientación al Mercado de las Empresas Hoteleras Canarias" bajo la dirección de Quintana Déniz, A., la coordinación de las profesoras Beerli Palacio, A. Martín Santana, J.D. y la autoría de los anteriores profesores además de Díaz Meneses, G. y Moreno Gil, S.

PERTENENCIA A COMITÉS CIENTÍFICOS Y A TRIBUNALES:

- Miembro del Tribunal Calificador de más de 30 lecturas de tesis doctorales
- Miembro del Consejo Editorial Español de la Revista Española de Investigación en Marketing
- Miembro del Consejo Editorial Español de la revista Journal of Marketing Trends.
- Pertenencia a diversos comités científicos: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC), Annals of Tourism Research en Español, Tourism Management, Universia Business Review, Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa, International Congress Marketing Trends, etc.
- Pertenencia a múltiples tribunales de evaluación de proyectos fin de master desde 1999 hasta la actualidad.

ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS Y REUNIONES CIENTÍFICAS:

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

- Miembro del Comité Organizador del II Congreso de la Asociación Española de Economía de la Empresa, organizado por la Asociación Española de Economía de la Empresa (actualmente Asociación Europea de Economía y Dirección de Empresas), en colaboración con el Ilustre Colegio de Economistas de Canarias (Sección de Las Palmas), celebrado en Las Palmas de G.C. los días 11, 12 y 13 de mayo de 1988.
- Miembro del Comité Organizador de la Convención Nacional de Marketing de las Cajas de Ahorro, celebrada en Las Palmas de G.C. en noviembre de 1988.
- Miembro del Comité Organizador de las Jornadas sobre "Innovación y Cooperación como Factores de Cambio en el Sector del Comercio, celebrado en Las Palmas de G.C. en marzo de 1998.
- Miembro del Comité Organizador del VIII Congreso Nacional de ACEDE, celebrado en Las Palmas de G.C, los días 20, 21 y 22 de septiembre de 1998.
- Miembro del Comité Organizador del VX Congreso Nacional de ACEDE, celebrado en La Laguna los días 25, 26 y 27 de septiembre de 2005.
- Presidenta del Comité Organizador del XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing celebrado en Gran Canaria (Maspalomas) los días 17, 18 y 19 de septiembre de 2008.

Currículum vitae abreviado

Dr. Manuel Parras Rosa
Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados.
Universidad de Jaén.

Grupo de Investigación: Marketing UJA (SEJ-315).
Código ORCID: 0000-0003-3535-9737
Scopus Author ID: 6508190686
ID Dialnet: 98047

Líneas de investigación:

Marketing Agroalimentario: Comportamiento del Consumidor y Comercialización de aceites de oliva
Cooperativismo agrario / Cooperativismo oleícola

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Denominación del proyecto: “ECOINNOVACIÓN EN EL SECTOR OLEÍCOLA ANDALUZ: SITUACIÓN, FACTORES CONDUCTORES Y ESTRATEGIAS” (CÓDIGO 1264899).
Investigador responsable: MANUEL PARRAS ROSA. Número de investigadores: 5.
Cuantía total: 15.297,56 euros.
2. Denominación del proyecto: “IMPLANTACIÓN DE MEDIDAS QUE MEJOREN LA RENTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD DEL OLIVAR TRADICIONAL” (GOP31-JA-16-0003).
Investigador responsable: MANUEL PARRAS ROSA. Número de investigadores: 4.
Cuantía total: 281.487 euros.
3. Denominación del proyecto: EFECTOS SOBRE LOS PRODUCTORES ANDALUCES DE LAS POLÍTICAS AGRARIAS DE FOMENTO DE LA CALIDAD EN SITUACIÓN DE CRISIS DE CONSUMO (CALPOAGRI).
Investigadora responsable: ROSA GALLARDO COBOS. Número de investigadores/as: 9.
Cuantía total: 154.441,55 euros.
4. Denominación del proyecto: “OLIVE ALIVE: TOWARDS THE DESIGN AND CERTIFICATION OF BIODIVERSITY FRIENDLY OLIVE GROVES –LIFE. OLIVARES VIVOS- LIFE 14/NAT/ES/001094”.
Investigadora responsable: EVA MARÍA MURGADO ARMENTEROS. Número de investigadores/as: 5. Cuantía total: 1.713.603 euros.
5. Denominación del proyecto: EL COMPLEJO AGROALIMENTARIO DE LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS EN ANDALUCÍA: MERCADOS, MEJORA DE LA COMERCIALIZACIÓN Y VERTEBRACIÓN SECTORIAL.
Investigador responsable: FRANCISCO JOSÉ TORRES RUIZ. Número de investigadores/as: 5.

6. Denominación del proyecto: ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS ACEITES DE OLIVA.

Investigador responsable: FRANCISCO JOSÉ TORRES RUIZ. Número de investigadores/as: 15. Cuantía total: 161.994,84 euros.

7. Denominación del proyecto: LA EXPERIENCIA ESPAÑOLA EN COOPERATIVISMO OLEÍCOLA: APLICABILIDAD PARA LA ORGANIZACIÓN DEL SECTOR OLEÍCOLA EN TÚNEZ

Investigadora responsable: ADORACIÓN MOZAS MORAL. Número de investigadores/as: 7. Cuantía total: 20.000 euros.

8. Denominación del proyecto: LAS TICS COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DE LAS COMUNIDADES RURALES. SU INFLUENCIA EN EL SISTEMA DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Investigador responsable: ÁNGEL MARTÍNEZ GUTIÉRREZ. Número de investigadores/as: 7. Cuantía total: 10.000 euros.

CONTRATOS DE INVESTIGACIÓN

1. Denominación el proyecto: ELABORACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA. Entidad contratante: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Investigador responsable: MANUEL PARRAS ROSA. Nº de investigadores/as: 8. Cuantía total: 16.637.

2. Denominación del proyecto: RENTABILIDAD DEL OLIVAR JIENNENSE: ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS PÚBLICAS. Entidad contratante: Diputación Provincial de Jaén.

Investigador responsable: MANUEL PARRAS ROSA. Nº de investigadores/as: 3. Cuantía total: 11.500 euros.

3. Denominación del proyecto: ELABORACIÓN DEL PLAN DE REFUERZO DE LA COMPETITIVIDAD (PRC) DEL CONGLOMERADO AGROINDUSTRIAL OLIVÍCOLA DE URUGUAY. Entidad contratante: Banco Interamericano de Desarrollo.

Investigador responsable: MANUEL PARRAS ROSA. N.º investigadores/as: 10. Cuantía total: 45.000 euros.

PUBLICACIONES

ARTÍCULOS

1. MARÍA GUTIÉRREZ-SALCEDO, MANUEL PARRAS-ROSA, FRANCISCO JOSÉ TORRES-RUIZ MANUELA VEGA-ZAMORA (2021): "Do chefs value health in their olive oil purchasing decisions?", *Nutrients*, 13 (2), p. 445. <https://doi.org/10.3390/nu13020445>.

2. MANUELA VEGA-ZAMORA, FRANCISCO JOSÉ TORRES-RUIZ Y MANUEL PARRAS ROSA (2019): "Towards sustainable consumption: Keys to communication for improving trust in organic foods", *Journal of Cleaner Production*, 216, pp. 511-519.

3. FRANCISCO JOSÉ TORRES-RUIZ, MANUELA VEGA-ZAMORA Y MANUEL PARRAS-ROSA (2018): "Sustainable consumption: Proposal of a multistage model to analyse consumer behaviour for organic foods", *Business Strategy and the Environment*, 27, 4, pp. 588-602.

4. MANUELA VEGA ZAMORA, FRANCISCO JOSÉ TORRES RUIZ, EVA MARÍA MURGADO ARMENTEROS Y MANUEL PARRAS ROSA (2015): "Organic as a heuristic cue: What Spanish consumers mean by organic food", *Psychology & Marketing*, Vol. 31, nº 5, pp. 349-359.

5. CARLA MARANO MARCOLINI, MANUEL PARRAS ROSA Y ESTHER LÓPEZ ZAFRA (2014): "Designations and consumer perceptions", *British Food Journal*, Issue 117, nº 3, pp. 1188-1204.

LIBROS

1. MANUEL PARRAS-ROSA, FRANCISCO JOSÉ TORRES-RUIZ, JOSÉ ANTONIO GÓMEZ-LIMÓN, ANTONIO RUZ-CARMONA, MANUELA VEGA-ZAMORA, CARLOS PARRA-LÓPEZ, SAMIR SAYADI GMADA, SERGIO COLOMBO (2021): *Estrategias para una oleicultura jiennense más competitiva*, Instituto de Estudios Giennenses, Jaén.

2. MANUEL PARRAS-ROSA, ANTONIO RUZ-CARMONA, FRANCISCO JOSÉ TORRES-RUIZ, SERGIO COLOMBO (2020): *Los costes del olivar en la provincia de Jaén: tipología de olivereros y aproximación a los costes de los municipios de la provincia de Jaén*, Instituto de Estudios Giennenses, Jaén.

TESIS DOCTORALES TUTORIZADAS Y DIRIGIDAS

TUTORIZADAS:

1. *Análisis de la organización de las almazaras cooperativas jiennenses*. Adoración Mozas Moral. Universidad de Jaén. 1998.

2. *Nuevos modelos de competencia en ecología organizativa: análisis empírico en la industria de extracción de aceite de oliva en la provincia de Jaén, 1944-1998*. José Moyano Fuentes. Universidad de Jaén. 2001.

DIRIGIDAS:

1. *Análisis del valor de la marca y de su modelización desde la óptica de marketing*. Francisca Fuentes Moreno. Universidad de Granada. 2003.

2. *Integración Cooperativa y Orientación al Mercado: El Caso de las Cooperativas Oleícolas Andaluzas*. Olga Senise Barrio. Universidad de Jaén. 2003.

3. *La Industria de la Confección en el Medio Rural Andaluz: Un Análisis Sociológico*. Eva María Sotomayor Morales. Universidad de Jaén. 2004.

4. *El papel de los sistemas de gestión ambiental en la transición ecológica de los aceites de oliva en Andalucía (España)*. Rocío Carrillo Labella. Universidad de Jaén. 2021.

PREMIOS RECIBIDOS

1. XXIV Premio Nacional de Publicaciones Agrarias, Pesqueras y Alimentarias (Modalidad Ciencias Sociales), concedido por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en el año 1996, por el trabajo titulado: *La demanda de aceite de oliva virgen en el mercado español y las posibilidades de su crecimiento: un enfoque de marketing estratégico*. Resolución de 29 de abril de 1996, de la Secretaría General Técnica, del MAPA (BOE, de 14 de mayo de 1996).

2. I Concurso de Ensayo Jaén 1998, concedido por la Caja General de Ahorros de Granada, a través de su departamento de Obra Social y Cultural, en el año 1998, por el trabajo titulado: *El sector oleícola y el crecimiento de la economía jiennense: Análisis, retos y estrategias*.

3. II Premio UNICAJA de Investigación sobre Desarrollo Económico y Estudios Agrarios (Modalidad Divulgadora/Didáctica), convocado por Analistas Económicos de Andalucía, en el año 2000, por el trabajo titulado: *La comercialización de los aceites de oliva en Andalucía: la situación de las cooperativas*.

4. XVIII Premio Aro Iris del Cooperativismo 2005, a la mejor Investigación Cooperativa por el trabajo titulado: *Estrategias de Futuro para el cooperativismo Oleícola: las centrales de compras y de servicios*, concedido por el Consejo Andaluz de Cooperación de la Junta de Andalucía y entregado en Almonte (Huelva) en el año 2006.

OTROS MÉRITOS

1. Director de la Cátedra Caja Rural de Jaén José Luis García-Lomas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Oleícola. <https://www.catedraaceitesdejaen.com>.

2. Presidente del Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida -IGP- Aceite de Jaén. <https://www.igpaceitedejaen.com>.

3. Presidente del Consejo Económico y Social de la provincia de Jaén. <https://www.dipujaen.es/conoce-diputacion/areas-organismos-empresas/cesjaen/index.html>.



**Comisión Interministerial de Ciencia y
Tecnología**

Curriculum vitae

Nombre: María Sicilia Piñero

Fecha:15/19/2018

Apellidos: Sicilia Piñero
DNI:

Fecha de nacimiento : 01-07-1977

Nombre: María
Sexo: mujer

Situación profesional actual

Organismo: Universidad de Murcia
Facultad, Escuela o Instituto: Facultad Economía y Empresa
Depto./Secc./Unidad estr.: Dpto de Comercialización e Investigación de Mercados
Dirección postal: 30100

Teléfono (indicar prefijo, número y extensión): 868887898 (ext. 7898)
Fax: 868887986
Correo electrónico: sicilia@um.es

Especialización (Códigos UNESCO): 5311-05
Categoría profesional: Titular Universidad Fecha de inicio: 07-08-2008
Situación administrativa
 Plantilla Contratado Interino Becario
 Otras situaciones especificar:

Dedicación A tiempo completo
A tiempo parcial

Líneas de investigación

Breve descripción, por medio de palabras claves, de la especialización y líneas de investigación actuales.
Comportamiento del consumidor, comunicación y distribución comercial en Internet, boca a boca electrónico, comunidades online, redes sociales

Formación Académica

Titulación Superior	Centro	Fecha
LICENCIATURA/INGENIERIA: Lic. en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Murcia	Julio, 1999
LICENCIATURA/INGENIERIA: B.A. (Honours) Business in Europe	Manchester Metropolitan University	Julio, 1999
MASTER: Dirección y Gestión en Comercio Exterior (Titulo propio Universidad de Murcia).	Universidad Murcia/Escuela Negocios	Diciembre, 2000

Doctorado	Centro	Fecha
SUFICIENCIA INVESTIGADORA: Suficiencia en Ciencias De la Empresa	Universidad de Murcia DIRECTOR DE TESINA: Dr. Salvador Ruiz de Maya y Dr. José Luis Munuera Alemán	Diciembre, 2001
DOCTORADO: Doctor en CC. De la Empresa	Universidad de Murcia DIRECTOR DE TESIS: Dr. Salvador Ruiz de Maya	Diciembre, 2003

Actividades anteriores de carácter científico profesional

Puesto	Institución	Fechas
Ayudante Escuela 1er periodo	Universidad de Murcia	01-10-99 / 30-09-01
Ayudante Escuela 2do periodo	Universidad de Murcia	01-10-99 / 14-12-01
Ayudante de Facultad 1er periodo	Universidad de Murcia	15-12-01 / 14-12-03
Ayudante de Facultad 2do periodo	Universidad de Murcia	15-12-03/ 15-11-06
Profesor Contratado Doctor (DEI)	Universidad de Murcia	16-11-06/ 06-08-08
Profesor Titular de Universidad	Universidad de Murcia	07-08-08-

Idiomas (R = regular, B = bien, C = correctamente)

Idioma	Habla	Lee	Escribe
Ingles	C	C	C

Participación en Proyectos de I+D financiados en Convocatorias públicas.

(nacionales y/o internacionales)

TITULO DEL PROYECTO: El Comportamiento del Consumidor en Internet como fuente de Competitividad Empresarial. Análisis desde las perspectivas Transaccional y Relacional.
Entidades participantes: Universidad de Murcia
ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia y Tecnología
ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia
DURACION DESDE: 2002 HASTA: 2005 Cuantía de la subvención: 56.000 euros
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz de Maya
Número de investigadores participantes: 9

TITULO DEL PROYECTO: El Uso de Internet y la Identificación Consumidor-Organización como Recurso de Competitividad
Entidades participantes: Universidad de Murcia
ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio Educación y Ciencia
ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia
DURACION DESDE: Octubre 2005 HASTA: Noviembre 2008 Cuantía de la subvención: 50.000 euros
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz de Maya
Número de investigadores participantes: 10

Título: Generación de Conocimientos sobre la Interacción Multisensorial del Ser Humano con los Entornos para el Desarrollo de Nuevos Productos y Servicios en el Sector Cerámico.
Entidades participantes: Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER) y Universidades (Universidad de Castellón y Universidad de Murcia)
ENTIDAD FINANCIADORA Ministerio de Educación y Ciencia
ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia junto con seis universidades más, CSIC y dieciocho empresas y asociaciones relacionadas con el sector cerámico.
DURACIÓN: junio 2007- mayo 2009 Cuantía de la subvención: 533.971 Euros
INVESTIGADOR responsable: Laura Magraner (INSTITUTO DE BIOMECÁNICA DE VALENCIA)
ENTIDAD REPRESENTANTE: Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER)
Categoría: Miembro del equipo investigador (En el subproyecto 3 denominado Elaboración de los procesos de interacción)
Número de investigadores participantes: 125

TITULO DEL PROYECTO: Nuevas Estrategias de Publicidad y Promoción de las Marcas Turísticas Españolas en la Web.
ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia e Innovación.
ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad Pompeu Fabra, Universidad Rovira i Virgili, Universidad de Murcia, Universidad Pablo de Olavide
DURACION DESDE: 2008 HASTA: Noviembre 2011 Cuantía de la subvención: 75.000 euros
INVESTIGADOR PRINCIPAL: José Fernandez Cavia
Número de investigadores participantes: 12

TITULO DEL PROYECTO: Aspectos sociales y éticos del comportamiento del consumidor en Internet
ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia e Innovación (SGPI)
ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia, Universidad de Columbia y Universidad Católica de Lovaina
DURACION DESDE: Noviembre 2009 HASTA: Diciembre 2012 Cuantía de la subvención: 73.500 euros
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz de Maya
Número de investigadores participantes: 12

TITULO DEL PROYECTO: La relación empresa consumidor en Internet: el comportamiento basado en relaciones de amor (identificación) y odio (boicot).
ENTIDAD FINANCIADORA: Fundación Séneca. Región de Murcia
ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia
DURACION DESDE: 01/01/2010 hasta: 31/12/2015 Cuantía de la subvención: 25.500 euros
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz de Maya
Número de investigadores participantes: 10

TITULO DEL PROYECTO: Efectos sobre la percepción de marca y la experiencia cuando el consumidor accede y comparte información en internet.
ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Economía y Competitividad (DGI-MEC)
ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia
DURACION DESDE: Marzo 2013 HASTA: dic 2016 Cuantía de la subvención: 45.500 euros
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz de Maya
Número de investigadores participantes: 12

TITULO DEL PROYECTO: "Estudio del comercio social para dinamizar el sector de la distribución comercial española"
ENTIDAD FINANCIADORA: Fundación Ramón Areces
ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia y ESCP *Europe Business School*
DURACION DESDE: 27 oct 2017 HASTA: 27 oct 2019 Cuantía de la subvención: 36.000 euros
INVESTIGADOR PRINCIPAL: María Sicilia Piñero
Número de investigadores participantes: 5

TITULO DEL PROYECTO: Las ventajas de comunicar actividades de comunicación social corporativa y el comportamiento ético online: Efectos en el comportamiento del consumidor
ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad
ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia y Universidad Católica de Lovaina (*Catholic University of Leuven*)
DURACION DESDE: enero 2018 HASTA: diciembre 2020 Cuantía de la subvención: 31.460 euros
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz
Número de investigadores participantes: 10

Publicaciones o Documentos Científico-Técnicos

(CLAVE: L = libro completo, CL = capítulo de libro, A = artículo, R = "review", E = editor,
S = Documento Científico-Técnico restringido.)

AUTORES (p.o. de firma): S. Ruiz y M. Sicilia
TITULO: El Consumidor ante las Nuevas Formas de Comunicación Comercial
REF. REVISTA: Cuadernos Aragoneses de Economía Clave: A
Volumen: 12(2) Páginas, inicial: 99 final: 110 Fecha: 2002
Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): S. Ruiz y M. Sicilia
TITULO: The Impact of Cognitive and/or Affective Processing Styles on Consumer Response to Advertising Appeals
REF. REVISTA: Journal of Business Research (**índice impacto JCR** base 2004=0,607) Clave: A
Volumen: 57 (6) Páginas, inicial: 657 final: 664 Fecha: 2004
Lugar de publicación: Estados Unidos

AUTORES (p.o. de firma): M. Sicilia, S. Ruiz y J.L. Munuera
TITULO: Effects of Interactivity in a Web Site: The Moderating Effect of Need for Cognition
REF. REVISTA: Journal of Advertising (**índice impacto JCR** base 2005=0,495, Q3 Business) Clave: A
A
Volumen: 34 (3) Páginas, inicial:31 final: 44 Fecha: 2005
Lugar de publicación: Estados Unidos

AUTORES (p.o. de firma): M. Sicilia, S. Ruiz y N. Reynolds
TITULO: Attitude Formation Online: How the Consumer's Need for Cognition Affects the Relationship between Attitude towards the Website and Attitude towards the Brand
REF. REVISTA: International Journal of Market Research (**índice impacto JCR** base 2006=0,491) Clave: A
Volumen: 48 (2) Páginas, inicial: 139 final: 154 Fecha: 2006
Lugar de publicación: Reino Unido

AUTORES (p.o. de firma): M. Sicilia y M. Palazón
TITULO: Communication Strategy on the Internet
REF. REVISTA: Advertising Express Clave: A
Volumen: August Páginas, inicial: 31 final: 36 Fecha: 2006
Lugar de publicación: India

AUTORES (p.o. de firma): Navarro, M.A.; Delgado, E. and Sicilia, M.
TITULO: How Communication Tools Can Be Integrated?
REF. REVISTA: Advertising Express Clave: A
Volumen: January Páginas, inicial: 17 final: 21 Fecha: 2007
Lugar de publicación: India

AUTORES (p.o. de firma): López, I.; S. Ruiz y M. Sicilia
TITULO: Cómo Medir Emociones y Pensamientos en los Estudios sobre Comportamiento del Consumidor
REF. REVISTA: Investigación y Marketing Clave: A
Volumen: 94 (Marzo) Páginas, inicial: 67 final: 74 Fecha: 2007

Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): M. Sicilia, y S. Ruiz
TITULO: La Organización de la Información de un Sitio Web. Efectos en el consumidor
REF. REVISTA: Española de Investigación de Marketing ESIC (indexada en in-RECs) Clave: A
Volumen: 11(2) Páginas, inicial: 89 final: 115 Fecha: 2007
Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): M. Sicilia y R. Pérez
TITULO: Internet como Herramienta del Marketing de Ciudades
REF. REVISTA: Investigación y Marketing (indexada en in-RECs) Clave: A
Volumen: 96 (Septiembre) Páginas, inicial: 30 final: 40 Fecha: 2007
Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): Sicilia, M. y Ruiz, S.
TITULO: The Role of Flow in Web Site Effectiveness
REF. REVISTA: Journal of Interactive Advertising Clave: A
Volumen: 8 (1) Fall issue Páginas: 31, www.jiad.org Fecha: 2007
Lugar de publicación: Estados Unidos

AUTORES (p.o. de firma): M. Sicilia
TITULO: Análisis de las Decisiones del Expositor Ferial e Influencia en los Resultados Obtenidos
REF. REVISTA: Revista de Economía de Información Comercial Española (indexada en e-Revista, Latindex) Clave: A
Volumen: 840 (enero-febrero) Páginas (73-92), inicial: final: Fecha: 2008
Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): Sicilia, M. y Palazón, M
TITULO: Brand Communities on the Internet. A Case Study of Coca-Cola's Spanish Virtual Community
REF. REVISTA: Corporate Communications. An International Journal (Indexada en Scopus, JSTOR, índice de impacto Scimago= 0,321, Subject Area: Business, Management and Accounting, subject category: Industrial Relations Q1, and subject category Organizational Behavior and Human Resource Management Q2)
Clave: A
Volumen: 13 (3) Páginas, inicial: 255 final: 270 Fecha: 2008
Lugar de publicación: Reino Unido

AUTORES (p.o. de firma): Palazón Vidal, M. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Estandarización vs. Adaptación en la Estrategia de Comunicación de Coca-cola en Internet
REF. REVISTA: Investigación y Marketing (índice impacto in-RECs base 2008= 0.024, cuarto cuartil)
Volumen: 98 (marzo) Páginas, inicial: 62 final: 69 Fecha: 2008
Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): Sicilia, M., Pérez, R. y Heffernan, T.
TITULO: How do E.U. Cities Utilise their Websites? A Content Analysis and Suggestions for Improvement
REF. REVISTA: Journal of Internet Business (disponible en <http://jib.debi.curtin.edu.au/>)
Volumen: Issue 5 Páginas, inicial:1 final: 26 Fecha: 2008
Lugar de publicación: Australia

AUTORES (p.o. de firma): M. Sicilia, S. Ruiz

TÍTULO: La interactividad y el flujo en la eficacia de la comunicación interactiva

REF. REVISTA: Revista Española de Investigación de Marketing -ESIC (índice impacto IN-RECS base 2009=0.242, primer cuartil área economía)

Clave: A Volumen: 13 (2) Páginas, inicial:91 final: 115

Fecha: 2009

Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): Navarro, M.A.; Sicilia, M. and Delgado, E.

TÍTULO: Integrated Marketing Communications: effects of Advertising-Sponsorship Strategic Consistency

REF. REVISTA: Euromed Journal of Business (indexado en Cabell's Directory, EconLit, Electronic Collections Online, Scopus, Zetoc) (indexada en Scimago: Q3 en 2009, area Business, Management and Accounting)

Clave: A Volumen: 4(3) Páginas, inicial: 223 final: 236

Fecha: 2009

Lugar de publicación: Reino unido

AUTORES (p.o. de firma): Navarro Bailón, M.A.; Delgado Ballester, E. y Sicilia Piñero, M.

TÍTULO: Efectos de la consistencia estratégica del mensaje en el consumidor

REF. REVISTA: Cuadernos de Administración (Indexado en SCOPUS de Elsevier, Latindex, SciELO, EBSCO host). (Índice de impacto **Scimago** 2009= 0,126 Subject Area: Business, Management and Accounting: Subject Category: Strategy and Management Q4)

Clave: A Volumen: 22(38) Páginas, inicial: 73 final: 100

Fecha: 2009

Lugar de publicación: Colombia

AUTORES (p.o. de firma): Navarro Bailón, M.A.; Sicilia Piñero, M. y Delgado Ballester, E.

TÍTULO: Efectos de la comunicación integrada de marketing a través de la consistencia estratégica: una propuesta teórica y metodológica

REF. REVISTA: Estudios Gerenciales (Indexado en SciELO, Latindex, Ebsco, Ulrich's, Realyc)

Clave: A Volumen: 25(111) Páginas, inicial: 35 final: 58

Fecha: 2009

Lugar de publicación: Colombia

AUTORES (p.o. de firma): Sicilia, M. y Ruiz, S.

TÍTULO: The effects of the amount of information on cognitive responses in online purchasing tasks

REF. REVISTA: Electronic Commerce Research & Applications (Area JCR: Business; **índice impacto JCR** base 2010=1,946, Primer tercio, Q2, 30 de 103, JCR últimos 5 años= 1.734); Scopus, SJR 2010= 0,951, Q1 en Management of Technology and Innovation, 34 de 194; Q1 Computer Science Applications, 107 de 1279; Q1 en marketing, 27 de 159, Q1 en Computer Networks and Communications, 53 de 1225), índice H=38. Clave: A

Volumen: 9 (2) Páginas, inicial: 183 final: 191 Fecha: 2010

Lugar de publicación: Países Bajos

AUTORES (p.o. de firma): M. Sicilia, S. Ruiz

TÍTULO: The effect of web-based information availability on consumers' processing and attitudes

REF. REVISTA: Journal of Interactive Marketing (Area JCR: Business; **índice impacto JCR** base 2010=1,40, segundo tercio, Q2, 49 de 103, JCR últimos 5 años= 2.673), Scopus, SJR 2010=2.555, Q1 en Marketing, 7 de 159; Q1 en Business and International Management, 10 de 321), índice H=53.

Clave: A Volumen: 24 (1) Páginas, inicial: 31 final: 41

Fecha: 2010

Lugar de publicación: Estados Unidos

AUTORES (p.o. de firma): M. Angeles Navarro, E. Delgado y M. Sicilia,
TÍTULO: Cómo crear una campaña de comunicación integrada: propuesta metodológica a través de la consistencia del mensaje
REF. REVISTA: Universia Business Review (**índice impacto JCR** base 2010=0,228, Q4); (Scopus, SJR 2010=0,114, Q3 Business, Management and Accounting, 891 de 1198), índice H=4.
Clave: A Número: 26 (2º trimestre) Páginas, inicial:150 final: 167 Fecha: 2010
Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): Navarro Bailón, María Ángeles; Delgado Ballester, María Elena; Sicilia Piñero, María
TÍTULO: "La integración de los mensajes como alternativa a la repetición publicitaria"
REF. REVISTA/LIBRO: Revista Española de Investigación de Marketing-ESIC (Índice de impacto in-RECs de Revistas Españolas de Ciencias Sociales 2011= 0.097, segundo cuartil)
Clave: A Volumen: 15(2) Páginas, inicial:61 final: 92 Fecha: Septiembre 2011
Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): López, Manuela y Sicilia, María
TÍTULO: "Use of online versus offline information sources by tourists"
REF. REVISTA/LIBRO: Catalan Journal of Communication & Cultural Studies (UK) (Indexada en ESCI (Emerging Sources Citation Index), a new edition of webofscience, indexada también en SCImago Journal Rank SJR (2014):0.140, Q3 en Comunicación)
Clave: A Volumen: 3 (2) Páginas, inicial: 273 final: 288 Fecha: 10/2011
Lugar de publicación: Reino Unido

AUTORES (p.o. de firma): Hidalgo Alcázar, Carmen y Sicilia Piñero, María
TÍTULO: La interactividad de la web y la imagen del destino como determinantes del comportamiento del turista.
REF. REVISTA/LIBRO: Investigación y Marketing (Índice de impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales 2011= 0.019, cuarto cuartil)
Clave: A Número: 111 Páginas, inicial:6 final: 13 Fecha: 06/2011
Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): Navarro, M. Angeles Delgado, E. y Sicilia, M.
TÍTULO: Revitalising brands through communication messages. The role of brand familiarity
REF. REVISTA: European Journal of Marketing (Area JCR: Business; **índice impacto JCR** base 2012=0,781, Q3, tercer tercio (el segundo tercio acaba en 78), 79 de 116; JCR cinco años= 1.575); Scopus, SJR 2012=0,932, Q1 en marketing, 33 de 161, índice H=38.
Clave: A Volumen: 46(issue1/2) Páginas, inicial: 31 final: 51 Fecha: 2012
Lugar de publicación: Reino Unido

AUTORES (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola y Sicilia Piñero, María
TÍTULO: "Análisis de las Promociones de Ventas en Internet: El Caso de las Agencias de Viaje"
REF. REVISTA/LIBRO: Ad Research-ESIC. Revista Internacional de Investigación en Comunicación (In-recs, Latindex)
Clave: A Número: 5 (Enero-Junio) Páginas, inicial: 80 final:96 Fecha: 2012
Lugar de publicación: España

Autores (p. o. de firma): M. López y M. Sicilia

Título: Boca a boca tradicional vs. electrónico. La participación como factor explicativo de la influencia del boca a boca electrónico

Ref. X Revista: Revista Española de Investigación de Marketing ESIC (Índice de impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales 2011= 0.097, segundo cuartil)

Clave: A Volumen: 17 (1) marzo Páginas, inicial: 7 final: 38 Fecha: 2013

Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): López, M. y Sicilia, M.

TÍTULO: How WOM marketing contributes to new product adoption: testing competitive communication strategies

REF. REVISTA: European Journal of Marketing (Area JCR: Business; **índice impacto JCR** base 2013=1.00, Q3, Segundo tercio, 66 de 111; JCR cinco años= 1.569) (Scopus, SJR 2013=0,957, Q1 en Marketing, 34 de 158, índice H=38.

Clave: A Volumen 47 Num:7: Páginas, inicial: 1089 final: 1114 Fecha: 2013

Lugar de publicación: Reino Unido

AUTORES (p.o. de firma): Martínez Clares, Antonio; Ruiz de Maya, Salvador y Sicilia Piñero, María

TITULO: El rol de la edad en la valoración del materialismo y su influencia en la intención de compra.

REF. REVISTA/LIBRO: Investigación y Marketing (Índice de impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales 2011= 0.019, cuarto cuartil)

Clave: A Número: 118 (marzo) Páginas, inicial:40 final: 45 Fecha: 2013

Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): J Fernández-Cavia, P Díaz-Luque, A Huertas, C Rovira, R Pedraza-Jimenez, María Sicilia, L Gómez, MI Míguez

TITULO: Marcas de destino y evaluación de sitios web: Una metodología de investigación (**Premio Drago al texto más citado**)

REF. REVISTA/LIBRO: Revista Latina de Comunicación Social. Índice 2011= 0.343 (IN-RECS primer cuartil en comunicación). (Índice de impacto Scimago 2013=0.192 Subject Area: Social Sciences, Subject Category: Communication Q3, 144 de 235) Índice H=2.

Clave: A Número: 68 Páginas, inicial: 623 final: 638 Fecha: 2013

Lugar de publicación: España

Autores (p. o. de firma): López M. and Sicilia M.

Título: Determinants of E-WOM Influence: The role of consumers' Internet experience

Ref X Revista: Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research (Scopus, Scielo). Índice de impacto Scimago 2013=0.220, Subject Area: Business, Management and Accounting | Computer Science, Subject Category: Business, Management and Accounting Q3 (132 de 267) el cuartil dos acaba en puesto 129, Segundo tercio, Computer Science Applications Q3 (471 de 1129), índice H=14.

Clave: A Volumen 9 Num: 1: Páginas, inicial: 28 final: 43 Fecha: 2014

Lugar de publicación: Chile

Autores (p. o. de firma): Hidalgo-Alcázar, M. Carmen, Sicilia, María y Ruiz, Salvador

Título: The effect of User-generated content on tourist behavior. The mediating role of destination image

Ref X Revista: Tourism & Management Studies (Scielo, ISI)

Clave: A Volumen 10 (special issue) Num: enero: Páginas, inicial:158 final: 164 Fecha: 2014

Lugar de publicación: Portugal

AUTORES (p.o. de firma): Caro-Jiménez, M. Carmen y Sicilia Piñero, M.
TÍTULO: Las emociones y la resistencia al cambio de las actitudes
REF. REVISTA: Revista Española de Investigación de Marketing ESIC (Índice de impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales 2011= 0.097, segundo cuartil)
Clave: A Volumen: 18 (num 1) Páginas, inicial: 17 final: 31 Fecha: 2014
Lugar de publicación: España

AUTORES (p.o. de firma): Palazón , Mariola; Sicilia, Maria; Delgado, Elena
TÍTULO: El papel de las redes sociales como generadoras de "amor a la marca"
REF. REVISTA: Universia Business Review (Área JCR: Business, Índice de Impacto: JCR en 2012=0.138 Tercio en el que está incluida: 3, Scopus Q3)
Clave: A Volumen: 41 Páginas, inicial: 18 final: 39 Fecha: 2014
Lugar de publicación: España

Autores (p. o. de firma): M. López y M. Sicilia
Título: E-WOM as source of influence. The impact of participation in e-WOM and source trustworthiness on decision making
Ref. X Revista: Journal of Interactive Advertising
Clave: A Volumen: 14 (2) marzo Páginas, inicial: 86 final: 97 Fecha: 2014
Lugar de publicación: Estados Unidos

AUTORES (p.o. de firma): Hidalgo, C. and Sicilia, M.
TÍTULO: How web interactivity influences on the image of a tourist destination
REF. REVISTA: Journal of Urban Regeneration and Renewal (Scopus, SCImago Journal Rank SJR (2014):0.272, Q2)
Clave: A Volumen:8 (4) Páginas, inicial: 356 final: 366 Fecha: Summer 2015
Lugar de publicación: Estados Unidos ISSN 1752-9638

AUTORES (p.o. de firma): M. Palazón, M. Sicilia and M. López
TÍTULO: The influence of "Facebook friends" on the intention to join brand pages
REF. REVISTA: Journal of Product & Brand Management (Scopus, Q2, Strategy and Management, SJR2015= 0,532)
Clave: A Volumen: 24(6) : 580 - 595
Fecha: 2015
Lugar de publicación: Reino Unido DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/JPBM-08-2014-0696>

AUTORES (p.o. de firma): C. Hidalgo, M. Sicilia and S. Ruiz
TÍTULO: La imagen de un producto turístico rural a través del acceso al contenido generado por otros usuarios en Internet: diferencias por género
REF. REVISTA: Journal of Technology Management & Innovation (Scopus, SCImago Journal Rank SJR2015=0,247, Q3)
Clave: A Volumen: 10 (3) : 75-84
Fecha: 2015
Lugar de publicación: Chile

AUTORES: M. Sicilia, Delgado, E: Palazón, M.
TÍTULO: Need to belong and self-disclosure in positive word-of-mouth behaviours: The moderating effect of self-brand connection
REVISTA: Journal of Consumer Behaviour (Índice de impacto JCR 2016: 1.481, 78/121 Q3 Business)
Clave: A Volumen: 15 (1) pp: 60-71
Fecha: 2016
Lugar de publicación: Reino Unido DOI: 10.1002/cb.1533

Autores: M. López y M. Sicilia

Título: Identificación de líderes de opinión a través de Twitter: cómo saber si son leales a la marca

Revista: Cuadernos de Gestión (Q2 Scopus, Business and International Management category, SJR2016= 0,25)

Clave: A Volumen: 17 (1) pp:105-124

Lugar de publicación: España

Fecha: 2017 DOI: 10.5295/cdg.140508ml

Autores: M. López, A. M. Sicilia y A. Moyeda-Carabaza

Título: Creating brand loyalty in Twitter. The role of identification with the brand community

Revista: Internet Research (**Índice de impacto JCR 2017: 3.8, Q1 Business**)

Clave: A Volumen: 27 (1) pp:21-51

Lugar de publicación: Reino Unido

Fecha: 2017

Autores: M. López, M. Sicilia and P. Verlegh

Título: "Click like if you like it". The effect of directional posts in social network sites

Revista: Online Information Review, (**JCR 2016: 1.534, Q3 Information Systems**),

Clave: A Volumen: 41 (5) pp:672-690

Lugar de publicación: Estados Unidos

Fecha: 2017

Autores: M. Palazón, Delgado, E. and M. Sicilia

Título: Fostering Brand Love in Facebook Brand Pages

Revista: Online Information Review (**JCR 2016: 1.534, Q3 Information Systems**), <https://doi.org/10.1108/OIR-05-2017-0175>

Lugar de publicación: Estados Unidos

Fecha: 2018

Autores: Y. Rodríguez-Ricardo, M. Sicilia y M. López

Título: What drives crowdfunding participation? The influence of personal and social traits

Clave: A Volumen: 22 (2) pp: 163-182

Revista: Spanish Journal of Marketing-ESIC

Fecha: 2018

Lugar de publicación: España

Autores: Y. Rodríguez-Ricardo, M. Sicilia y M. López

Título: Altruism and Internal Locus of Control as determinants of the Intention to Participate in Crowdfunding: The Mediating role of Trust

Revista: Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research (**JCR 2017= 0.774**)

Clave: A Volumen: 14(3) september pp: 1-16

Fecha: 2019

Lugar de publicación: Chile

DOI: 10.4067/S0718-18762019000300102

En revisión

Autores: M. Palazón, M. López and M. Sicilia

Título: Are my Facebook friends like me? Homophily as determinant of the intention to join a brand page

Revista: Electronic Commerce Research and Applications, preparing manuscript for second round

Lugar de publicación: Estados Unidos

Libros y capítulos de libro

AUTORES (p.o. de firma): Calvo-Flores, A., García, D., Aragón, A., Carbonell, P., Castro, J.P., García, A., Madrid, A., Martín, J.F., Martínez, A.R., Martínez, P., Martínez-Abarca, C., Miñarro, D., Munuera Alemán, J.L., Rubio, A., Sánchez, G., Segado, I., Sicilia, M. y Andrés, L.M.

TITULO: Diagnóstico del Sector Metal-Mecánico y Fabricación de Equipos. Instituto de Fomento.

Fecha: 2002

Clave: L

AUTORES (p.o. de firma): Sicilia Piñero, M. y Palazón Vidal, M.D

TITULO: El Movimiento Coca-Cola. (179-192)

Ref-LIBRO: Casos de Comportamiento del Consumidor (Salvador Ruiz e Ildelfonso Grande, eds.).

ESIC Editorial.

Fecha: 2006

Clave: CL

AUTORES (p.o. de firma): Sicilia Piñero, M. ; Munuera Alemán, J.L: y Rodríguez Escudero, A.I.

TITULO: Estrategias Competitivas de Telecinco (597-618)

Ref-LIBRO: Estrategias de Marketing. Un Enfoque basado en el Proceso de Dirección (José L. Munuera y A.I. Rodríguez)

ESIC Editorial.

Fecha: 2007

Clave: CL

AUTORES (p.o. de firma): Sicilia, M. and Palazón, M.

TITULO: Communication Strategy on the Internet. (chapter 14, 167-176)

Ref-LIBRO: Role of Marketing Communication in Brand Management, by Anil Varma

ISBN: 978-81-314-2143-7 Pages: 252

Editorial. IFCAI Books

Fecha: 2009

Clave: CL

AUTORES (p.o. de firma): Navarro, M.A, Delgado, E. y Sicilia, M.

TITULO: How Communication Tools can be Integrated (chapter 7, 71-80)

Ref-LIBRO: Role of Marketing Communication in Brand Management, by Anil Varma

ISBN: 978-81-314-2143-7 Pages: 252

Editorial. IFCAI Books

Fecha: December 2009

AUTORES (p.o. de firma): Ruiz de Maya, S., López López, I. y Sicilia Piñero, M.

TITULO: Información y Emociones en el Sitio Web del Minorista. Efectos sobre el Consumidor (parte I, capítulo 7, pp.95-105)

Ref-LIBRO: Distribución Comercial: Estrategias para Competir por el Consumidor (coordinadores Vázquez, R., Trespalacios, J.A., Estrada, E. y González, C.)

ISBN: 978-84-8367-242-6 Pages: 260

Editorial. KRK Ediciones

Fecha: Noviembre 2009

CLAVE: CL

AUTORES (p.o. de firma): Ruiz de Maya, S., Sicilia Piñero, M. y López López, I.
TITULO: El boca a oreja electrónico en el sitio web del minorista y su Influencia en el Consumidor (parte II, capítulo 14, pp.263-276)
Ref-LIBRO: Distribución Comercial y Comportamiento del Consumidor (coordinadores Vázquez, R., Trespalacios, J.A., Estrada, E. y González, C.)
ISBN: 978-84-8367-302-7 Pages: 355
Editorial. KRK Ediciones
Fecha: Octubre 2010

CLAVE: CL

AUTORES (p.o. de firma): Navarro, Maria Angeles; Delgado, Elena; Sicilia, Maria
TITULO: Integrated Marketing Communications: A Test for Different Levels of Strategic Consistency (chapter 1, pp. 3-20)
REF./LIBRO: EAA Advances in Advertising Research, Vo. 1 Cutting Edge International Research, Ed.
ISBN 978-3-8349-2111-6 Pages: 412
Editorial. GablerVerlag (Germany), 2010

CLAVE: CL

AUTORES (p.o. de firma): Sicilia Piñero, Maria
TITULO: García Carrión: Un Ejemplo de Comunicación Comparativa (capítulo 2, pp. 79-94)
REF. LIBRO: Casos de éxito de las empresas murcianas (coordinador José L. Munuera)
ISBN: 978-84-7356-670-4; Pages: 433
Editorial. ESIC Fecha: 2010

CLAVE: CL

AUTORES (p.o. de firma) López; Manuela; Sicilia, Maria
TITULO: The Impact of e-WOM: Determinants of Influence (chapter 4, pp. 217-232)
REF./LIBRO: EAA Advances in Advertising Research, Vo. II. Breaking New Ground in Theory and Practice (Ed. Shintaro Okazaki)
ISBN 978-3-8349-3134-4 Pages: 492
Editorial. GablerVerlag (Germany), 2011

CLAVE: CL

Autores (p. o. de firma): S. Ruiz, M. Sicilia, I. López and M. López
Título: The role of e-WOM in international communication (capítulo 15, pp. 325-350)
Ref X Libro: Handbook of Research on International Advertising. Edited by Shintaro Okazaki. ISBN 978 1 84844 858 2
Clave: CL Páginas: 543, inicial: 325 final: 350 Fecha: 2012
Editorial: Edward Elgar Publishing
Lugar de publicación: Reino Unido y Estados Unidos

CLAVE: CL

Autores (p. o. de firma): M. López, M. Sicilia y M. Palazón
Título: La formación de actitudes en la elección de un destino turístico: El caso de Londres
Ref X Libro: Casos de comportamiento del consumidor. Reflexiones para la dirección de marketing by Salvador Ruiz de Maya e Ildelfonso Grande Esteban
Clave: CL Páginas, inicial: 201 final: 209 Fecha: 2013
Editorial: Esic
Lugar de publicación: Madrid

CLAVE: CL

Autores (p. o. de firma): M. Palazón y M. Sicilia
Título: La compra por impulso online: El caso Privalia
Ref X Libro: Casos de Comportamiento del Consumidor Reflexiones para la dirección de marketing by Salvador Ruiz de Maya e Ildelfonso Grande Esteban
Clave: CL Páginas, inicial: 272 final: 279 Fecha: 2013
Editorial: Esic
Lugar de publicación: Madrid

CLAVE: CL

Autores (p. o. de firma): López M. and Sicilia M.
Título: How to develop WOM marketing in social media
Ref X Libro: Electronic Payment Systems for Competitive Advantage in Ecommerce by Liébana-Cabanillas, Muñoz-Leiva, Sánchez-Fernández, Martínez-Fiestas (393 pages)
Editorial: IGI Global (Spain)
Clave: CL Páginas, inicial: 30 final: 47 Fecha: feb 2014

Autores (p. o. de firma): López M. and Sicilia M.
Título: El bloguero en campañas de marketing boca a boca
Ref X Libro: Experiencias y Comportamiento del Cliente en un Entorno de Marketing Multicanal. Claves de Éxito para Fabricantes y Detallistas by Vazquez-Casielles, R., Trespalacios-Gutierrez, J.A., Estrada-Alonso, E. y González-Mieres, C. (Eds.)
Editorial: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial (Spain)
Clave: CL Páginas, inicial: 345 final: 358 Fecha: 2014

Autores (p. o. de firma): Palazón M., Sicilia M. y Ruiz, S.
Título: El reconocimiento social como recompensa a la participación del consumidor en redes sociales
Ref X Libro: Experiencias y Comportamiento del Cliente en un Entorno de Marketing Multicanal. Claves de Éxito para Fabricantes y Detallistas by Vazquez-Casielles, R., Trespalacios-Gutierrez, J.A., Estrada-Alonso, E. y González-Mieres, C. (Eds.)
Editorial: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial (Spain)
Clave: CL Páginas, inicial: 399 final: 412 Fecha: 2014

Autores: M. López, M. Sicilia and C. Hidalgo-Alcázar
Título: WOM Marketing in social media (Chapter 7)
Libro: Advertising in New Formats and Media: Current Research and Implications for Marketers (editor: Patrick De Pelsmacker)
Editorial: Emerald
Lugar de publicación: Bélgica
Clave: CL Páginas totales 432, inicial: 149 final: 168 Fecha: abril 2016
ISBN Print: 9781785603136

Autores: Sicilia, M. Palazón, M. and M. López
Título: Brand pages as a new communication tool. A state of the art and a research agenda (Chapter 8)
Libro: Advertising in New Formats and Media: Current Research and Implications for Marketers (editor: Patrick De Pelsmacker)
Editorial: Emerald
Lugar de publicación: Bélgica
Clave: CL Páginas totales 432, inicial: 169 final: 188 Fecha: abril 2016
ISBN Print: 9781785603136

LIBROS COMPLETOS

Autores (p. o. de firma): Navarro Bailón, M.A; Delgado Ballester, E.; Sicilia Piñero, M. y Rodríguez Orejuela, A.
Título: Cómo diseñar campañas integradas de comunicación: Una guía empresarial
Editorial: Universidad del Valle, Facultad Ciencias de la Administración
Lugar de publicación: Cali, Colombia
Clave: L Páginas: 184, Fecha: mayo 2012
ISBN 978 958 670 960 6

Participación en contratos de I+D de especial relevancia con Empresas y/o Administraciones (nacionales y/o internacionales)

Título del contrato/proyecto: Observatorio Económico de las PYMES
Empresa/Administración financiadora: Instituto de Fomento de la Región de Murcia
Entidades participantes: Universidad Politécnica de Cartagena y Universidad de Murcia
Duración, desde: 2001 hasta: 2007
Investigador responsable: Domingo García Pérez de Lema y Antonio Calvo Flores
Número de investigadores participantes: 18
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 24.000 euros anuales

Título del contrato/proyecto: Estudio de Viabilidad para un Nuevo Recinto Ferial de Carácter Regional
Empresa/Administración financiadora: Ayuntamiento de Torre Pacheco (Murcia)
Entidades participantes: Universidad de Murcia, Universidad de Valencia y Universidad de Almería
Duración, desde: 2005 hasta: 2006
Investigador responsable: José Luis Munuera Alemán
Número de investigadores participantes: 6
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 60.000 euros

Título del contrato/proyecto: Proyecto de investigación y diseño de plan de comunicación para la Fundación Veterinaria Clínica
Entidades participantes: Universidad de Murcia
Duración, desde: enero 2010 hasta: julio 2010
Investigador responsable: María Dolores Palazón Vidal y Longinos Marín Rives
Número de investigadores participantes: 5
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 18.000 euros

Título del contrato/proyecto: Proyecto ejecución del plan de comunicación para la Fundación Veterinaria Clínica
Entidades participantes: Universidad de Murcia
Duración, desde: octubre 2010 hasta: junio 2011
Investigador responsable: María Dolores Palazón Vidal y Longinos Marín Rives
Número de investigadores participantes: 4
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 18.000 euros

Título del contrato/proyecto: Proyecto de Análisis de Datos Primera Encuesta Cehegín Ciudad Digital.
Entidades participantes: Universidad de Murcia, Ayuntamiento de Cehegín
Duración, desde: 26/05/2010 hasta: 26/08/2010
Investigador responsable: Salvador Ruiz de Maya
Número de investigadores participantes:
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 3190 euros

TÍTULO DEL PROYECTO: Proyecto de Análisis de Datos Segunda Encuesta Cehegín Ciudad Digital.
ENTIDAD: Ayuntamiento de Cehegín
DURACIÓN. Comienzo: 13/06/2011 Fin: 30/06/2011
RESPONSABLE DEL PROYECTO/TRABAJO/ESTUDIO: Salvador Ruiz de Maya
PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 8500 euros

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Estancias en Centros extranjeros
(estancias continuadas superiores a un mes)

CLAVE: D = doctorado, P = postdoctoral, I = invitado, C = contratado, O = otras (especificar).

CENTRO: Columbia Business School. Columbia University (marketing department)
LOCALIDAD: Nueva York PAIS: Estados Unidos AÑO: 2005 DURACIÓN: 24 semanas
Tema: Estancia postdoctoral para investigación en categoría de profesor visitante
Clave: P

CENTRO: Manchester Metropolitan University
LOCALIDAD: Manchester PAIS: Inglaterra AÑO: 1999/2000 DURACIÓN: 36 semanas
Tema: Curso Académico de licenciatura
Clave: O (erasmus)

Contribuciones a Congresos

CONGRESOS INTERNACIONALES

AUTORES: M. Sicilia and S. Ruiz

TITULO: The Impact of Cognitive and/or Affective Processing Styles on Consumer Response to Advertising Appeals

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación

CONGRESO: 4th International Research Seminar on Marketing Communications and Consumer Behavior. 28th International Research Seminar on Marketing. La Londe les Maures

PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: La Londe les Maures (France)

Fecha: Junio 2001

AUTORES: M. Sicilia and S. Ruiz

TITULO: The Mediating Role of Attitude toward the Web Site. The moderating effect of Need for Cognition

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación

CONGRESO: 33rd European Marketing Academy Conference (EMAC)

PUBLICACIÓN: Proceedings

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Murcia

Fecha: Mayo 2004

AUTORES: M. Sicilia; S. Ruiz and E. Tomaseti

TITULO: The moderating effect of flow state on web site effectiveness

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación

CONGRESO: ANZMAC (Australian and New Zealand Marketing Academy Conference)

PUBLICACIÓN: Proceedings

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Wellington (New Zealand)

Fecha: Diciembre 2004

AUTORES: E. Tomaseti., S. Ruiz y M. Sicilia

TITULO: The Moderating Effect of Innate Innovativeness on Consumer Response to Symbolic and Functional Innovation

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación

CONGRESO: ANZMAC (Australian and New Zealand Marketing Academy Conference)

PUBLICACIÓN: Proceedings

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Wellington (New Zealand)

Fecha: Diciembre 2004

AUTORES: M. Sicilia and S. Ruiz

TITULO: Consumer Processing under Information Overload in an Online Environment

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación

CONGRESO: 5th International Research Seminar on Marketing Communications and Consumer Behavior. 32nd International Research Seminar on Marketing.

PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: La Londe les Maures (France)

Fecha: Junio 2005

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

AUTORES: M. Sicilia, S. Ruiz and I. López
TÍTULO: The Effects of Website Organization of Information on Consumer Behavior. The Moderating Effect of Experience
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 35th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Athens University of Economics and Business (Greece) Fecha: Mayo 2006

AUTORES: López, I.; S. Ruiz y M. Sicilia
TÍTULO: Cognitive and Emotional Responses as Antecedents of Website Effectiveness
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 35th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Athens University of Economics and Business (Greece) Fecha: Mayo 2006

AUTORES: M. Palazón y M. Sicilia
TÍTULO: The Role of Internet in the Communication Strategy of Coca-Cola
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: www/Internet Iadis International Conference
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso IADIS. ISBN: 972-8924-19-4 (pp. 129-132)

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Universidad de Murcia Fecha: Junio 2006

AUTORES: Sicilia, M., Ruiz, S. and Johar, G.
TÍTULO: The Influence of Electronic Word of Mouth on Consumers Behavior. The Moderating Effect of Experience
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 36th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Reykjavik, Islandia Fecha: Mayo 2007

AUTORES: Heffernan, T., Sicilia, M. and Pérez, R.
TÍTULO: Marketing EU Cities on the Internet: A Content Analysis
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 36th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Reykjavik, Islandia Fecha: Mayo 2007

AUTORES: Navarro, M.A., Sicilia, M. and Delgado, E.
TÍTULO: Synergistic Effects of Advertising and Sponsorship Integration: The Moderating Effect of Preference for Consistency
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Poster
CONGRESO: 36th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Reykjavik, Islandia Fecha: Mayo 2007

AUTORES: Sicilia, M; Ruiz, S. y Johar, G.
TÍTULO: The Spillover Effect in e-WOM
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: European Conference of the Association for Consumer Research (ACR)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Milan, Italia

Fecha: Julio 2007

AUTORES: Sicilia, M. and Ruiz, S.
TÍTULO: An Analysis of Consumers' Cognitive Operations by Varying the Level of Information Contained in a Web Site
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: AMA Summer Marketing Educators' Conference
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Washington DC, Estados Unidos

Fecha: Agosto 2007

AUTORES: Navarro-Bailón, M.A.; Delgado-Ballester, E. and Sicilia, M.
TÍTULO: Effectiveness of Integrated Marketing Communications at Different Levels of Strategic Consistency
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 8 th ICORIA (International Conference on Research in Advertising)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Klagenfurt, Austria

Fecha: Junio 2009

AUTORES: Navarro-Bailón, M.A.; Delgado-Ballester, E. and Sicilia, M.
TÍTULO: Integrated Marketing Communications: Effects of advertising-sponsorship strategic consistency
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 14th International Conference on Corporate and Marketing Communications
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Nicosia, Chipre

Fecha: Abril 2009

AUTORES: Lopez, M and Sicilia, M.
TÍTULO: Online vs. Offline information sources in tourist services
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Poster
CONGRESO: 39th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Copenhagen, Dinamarca

FECHA: Junio 2010

AUTORES: Sicilia, M. and Ruiz, S.
TÍTULO: The Role of Product Expectations in Electronic Word of Mouth
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 39th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Copenhagen, Dinamarca

Fecha: Junio 2010

AUTORES: Navarro, M.A., Delgado, E., and Sicilia, M.
TÍTULO: Synergistic strategic consistent messages: effects on brand image
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Competitive Paper
CONGRESO: 39th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Copenhagen, Dinamarca
Fecha: Mayo 2010

AUTORES: Navarro-Bailón, Angeles; Delgado-Ballester, Elena; Sicilia, María
TÍTULO: "What is the best communication strategy (integration vs. Repetition) to Persuade Consumers?: An Analysis Across Levels of Brand Familiarity"
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Competitive Paper
CONGRESO: 9th International Conference on Research in Advertising (ICORIA)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Madrid (Spain), FECHA: June 2010

AUTORES: Lopez, M and Sicilia, M.
TÍTULO: Determinants of e-WOM influence: the role of consumers' Internet experience
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación (**Best paper award a la mejor ponencia del congreso**)
CONGRESO: 9th International Conference on Research in Advertising (ICORIA)
PUBLICACIÓN: Proceedings
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Madrid
FECHA: Junio 2010

AUTORES: Lopez, M and Sicilia, M.
TÍTULO: How e-WOM contributes to new product adoption. A test for comparative communication strategies
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 17th International Product Development Management Conference
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Murcia (Spain), FECHA: June 2010

AUTORES: Lopez, M and Sicilia, M.
TÍTULO: The influence of e-WOM on decision making. Differences with traditional WOM and factors of influence.
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Competitive Paper
CONGRESO: 40th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Liubliana (Eslovenia) Fecha: Mayo 2011

AUTORES: Palazón, M and Sicilia, M.
TÍTULO: Motivations driving the promotion of virtual brand communities
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Competitive Paper
CONGRESO: 40th European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Liubliana (Eslovenia) Fecha: Mayo 2011

AUTORES: Lopez, M and Sicilia, M.
TITULO: WOM vs. e-WOM. Participation as the determinant of e-WOM influence.
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 1st International Conference in Place Branding Online
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Barcelona (Spain) FECHA: 6-7 October 2011

AUTORES: Hidalgo, Carmen and Sicilia, M.
TITULO: How Web Interactivity Influences on the Image of a Tourist Destination
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 1st International Conference Place Branding Online
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Barcelona (Spain) FECHA: 6-7 October 2011

AUTORES: López, M. and Sicilia, M.
TÍTULO: The mediating role of source credibility in the relationship between consumer participation in e-WOM and its influence.
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Competitive Paper
CONGRESO: 41st European Marketing Academy Conference (EMAC)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Lisboa (Portugal) Fecha: Mayo 2012

Autores: M. López, A.A. Moyeda-Carabaza, and M. Sicilia
Título: Identify you!! Creating brand loyalty in online social networks
Congreso: 42 European Marketing Academy Conference (EMAC)
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: Estambul (Turquía) Fecha: Junio 2013

Autores: C. Hidalgo, M. López, and M. Sicilia
Título: How to promote an unknown destination
Congreso: 42 European Marketing Academy Conference (EMAC)
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: Estambul (Turquía) Fecha: Junio 2013

Autores: Palazon, Mariola; Ruiz, Salvador; Sicilia, Maria
Título: Likes and comments: Feedback on brand pages determines attitudes and social recognition
Congreso: 42 European Marketing Academy Conference (EMAC)
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: Estambul (Turquía) Fecha: Junio 2013

Autores: Sicilia, María; Palazon, Mariola; Delgado-Ballester, Elena
Título: Brand love in virtual communities
Congreso: 42 European Marketing Academy Conference (EMAC)
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: Estambul (Turquía) Fecha: Junio 2013

Autores: M. López, M. Sicilia and P. Verlegh
Título: "Click like if you like it". The effect of promoting eWOM strategy in social network sites
Congreso: The 12th International Conference on Research in Advertising (ICORIA)
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: Zagreb (Croacia) Fecha: Junio 2013

Autores: M. López, M. Sicilia
Título: Which communication strategy should be used to promote an unknown destination?
Congreso: TMS Algarve 2013. Tourism & Management Studies International Conference
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: El Algarve (Portugal) Fecha: Noviembre 2013

Autores: Hidalgo-Alcázar, M.; Sicilia, M. y Ruiz de Maya, S.
Título: The effect of user-generated content on tourist behavior. The mediating role of destination image
Congreso: TMS Algarve 2013. Tourism & Management Studies International Conference
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: El Algarve (Portugal) Fecha: Noviembre 2013

Autores: Ruiz de Maya, S.; Sicilia, M. and Palazón, M.
Título: The impact of feedback from other consumer when contributing to brand pages
Congreso: European Conference of the Association for Consumer Research (EACR)
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: Barcelona (España) Fecha: Julio 2013

Autores: Ruiz, Salvador; Sicilia, María; Palazon, Mariola;
Título: Consumer reactions to likes and comments received in social network sites
Tipo de participación: Trabajo en curso
Congreso: 43rd European Marketing Academy Conference (EMAC)
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: Valencia (España) Fecha: Junio 2014

Autores: M. López y M. Sicilia
Título: La influencia del boca a boca electrónico en la elección de un destino turístico. La participación del individuo en el boca a boca electrónico como determinante de su influencia
Congreso: VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: Neuquén (Argentina) Fecha: Sept 2014

AUTORES: Hidalgo-Alcázar M.D.C., Sicilia M., Ruiz de Maya, S.
TÍTULO: El efecto del contenido generado por otros usuarios en la imagen de un destino rural en España
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Neuquén (Argentina)
FECHA: Septiembre 2014

Autores: M. López y M. Sicilia
Título: Hubs vs. opinion leaders. How contributes the most to WOM transmission?
Congreso: 44 European Marketing Academy Conference (EMAC)
Publicación: Proceedings
Lugar celebración: Lovaina (Bélgica)
Fecha: Junio 2015

AUTORES: Hidalgo-Alcázar M.D.C., Sicilia M., Ruiz de Maya, S.
TITULO: Emotions And Cognitions When Reading Online Reviews: Impact On Destination Image
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 44 European Marketing Academy Conference (EMAC)
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Lovaina (Bélgica)
FECHA: Junio 2015

Autores: M. López, M. Sicilia
Título: Who reaches a higher scope? A comparison of the eWOM generated by hubs and opinion leaders
Publicación: Proceedings
Congreso: Second Workshop on Systems and Information Technologies Research in Chile (WSTI -2015)
Lugar de celebración: Chillán, Chile Fecha: Octubre 2015

AUTORES: Rodríguez, Yusimí, Sicilia M.
TITULO: Explaining consumers' participation in crowdfunding. The mediating role of trust and social identification.
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 45 European Marketing Academy Conference (EMAC)
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Oslo (Noruega)
FECHA: Junio 2016

AUTORES: Ruiz, S., Palazón, M. y Sicilia, M
TÍTULO: Social and Behavioral Consequences of Feedback When Participating in Brand Pages
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Poster
CONGRESO: Association for Consumer Research Conference (ACR)
PUBLICACIÓN: Proceedings del congreso
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Berlín, Alemania
Fecha: 27-30 Octubre 2016

AUTORES: Rodríguez, Y., Ruiz, S. y Sicilia, M.
TITULO: Does consumer engagement affect online advertising effectiveness? an empirical evidence from Facebook campaigns
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: 16th International Conference on Research in Advertising (ICORIA)
PUBLICACIÓN: Proceedings
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Gante (Bélgica)
FECHA: Junio 2017

AUTORES: Sicilia, M y Palazón, M.

TITULO: El papel de los *influencers* de moda en la comunicación estratégica.

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia

CONGRESO: 1er Congreso Internacional de Comunicación de Moda de la Universidad de Murcia (Universidad de Murcia)

PUBLICACIÓN: Proceedings

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Murcia (Spain)

FECHA: 26-27Abril 2017

AUTORES: Ruiz, S., Palazón, M., Sicilia, M., Rodriguez, Y

TITULO: Give me Likes and Comments! When Participating in Brand Pages affects Social Recognition and Consumer behavior

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia

CONGRESO: *Association for Consumer Research Conference ACR*

PUBLICACIÓN: Proceedings

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Cali (Colombia).

FECHA: 26-27Abril 2017

AUTORES: Fernández-Sabiote, E., Caro-Jiménez, M.C. and Sicilia, M,

TITULO: Emotional contagion in service recovery: the role of frontline employee's emotions

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Poster

CONGRESO: 47 European Marketing Academy Conference (EMAC)

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Glasgow (UK)

FECHA: May 29- June 1 2018

CONGRESOS NACIONALES

AUTORES: Sicilia Piñero, M., Munuera Alemán, J.L. y Ruiz de Maya, S.
TITULO: Efecto de la interactividad del mensaje publicitario sobre el procesamiento de la información y el estado de flujo
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: XIV Encuentro de profesores de Universitarios de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Granada Fecha: Septiembre 2002

AUTORES: López López, I., Ruiz de Maya, S. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Respuestas cognitivas y emocionales como antecedentes de la eficacia del sitio web
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: XVII Encuentro de profesores de Universitarios de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Madrid Fecha: Septiembre 2005

AUTORES: Sicilia Piñero, M. ; Ruiz de Maya, S. y López López, I.
TITULO: La organización de la información como determinante de la eficacia del sitio web
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: XVII Encuentro de profesores de Universitarios de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Madrid Fecha: Septiembre 2005

AUTORES: Sicilia Piñero, M. ; Ruiz de Maya, S. y López López, I.
TITULO: Propuesta de un modelo de eficacia de comunicación interactiva
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: XVI Congreso Nacional ACEDE (Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas)
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Valencia Fecha: Septiembre 2006

AUTORES: Sicilia Piñero, M., Ruiz de Maya, S. y Johar, G.
TITULO: Efectos del boca a boca electrónico en el comportamiento del consumidor
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Almería Fecha : Septiembre 2006

AUTORES: Navarro Bailón, M. Angeles, Sicilia Piñero, M., Delgado Ballester, M. Angeles
TITULO: EFECTOS COGNITIVOS Y AFECTIVOS DE LA CONSISTENCIA ESTRATÉGICA DEL MENSAJE EN EL CONSUMIDOR
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Gran Canaria Fecha: Septiembre 2008

AUTORES: Navarro Bailón, M. Angeles, Delgado Ballester, M. Angeles; Sicilia Piñero, M.
TITULO: EFECTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL ANTE DISTINTOS NIVELES DE CONSISTENCIA
ESTRATÉGICA DEL MENSAJE
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Gran Canaria Fecha: Septiembre 2008

AUTORES: Ruiz de Maya, S. Sicilia Piñero, M. y Johar, G.
TITULO: EL ROL DE LAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR EN EL BOCA-OÍDO ELECTRÓNICO
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Gran Canaria Fecha: Septiembre 2008

AUTORES: Sicilia Piñero, M., Ruiz de Maya, S. y Johar, G.
TITULO: EL BOCA A BOCA ELECTRÓNICO. EFECTO DIRECTO Y EFECTO AMPLIADO
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Gran Canaria Fecha: Septiembre 2008

AUTORES: Sicilia Piñero, M., López Pérez, M.
TITULO: Influencia del boca a boca en el proceso de compra: una aplicación al sector turístico
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: XXI Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Bilbao Fecha: Septiembre 2009

AUTORES: Delgado Ballester, E.; Navarro Bailón, M.A. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: ¿Cómo revitalizar la marca a través de la consistencia de sus asociaciones? El papel de la familiaridad con la
marca
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXI Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
Ponencia Distinguida con el premio primer accésit a la investigación sobre "Marcas: gestión y proyección en el ámbito
internacional" por el Foro de Marcas Renombradas Españolas y la Oficina Española de Patentes y Marcas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Bilbao Fecha: Septiembre 2009

AUTORES: Navarro Bailón, M.A.; Sicilia Piñero, M. y Delgado Ballester, E.
TITULO: La consistencia estratégica de una campaña integrada de comunicación: implicaciones para la imagen de marca
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XXI Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Bilbao Fecha: Septiembre 2009

AUTORES: Martínez Clares, C.A.; López López, I.; Sicilia Piñero, M. y Ruiz De Maya, S.
TITULO: El rol de la edad en la valoración del materialismo y de la salud y su influencia en la eficacia publicitaria
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación
CONGRESO: XXI Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Bilbao Fecha: Septiembre 2009

AUTORES: Palazón Vidal, M. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Las Agencias de Viaje en Internet. Un análisis de su Estrategia Promocional
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXI Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Bilbao Fecha: Septiembre 2009

AUTORES: Sicilia Piñero, M. y López Pérez, Manuela
TITULO: Influencia del boca a boca en el proceso de compra: Una aplicación al sector turístico
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXI Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Bilbao Fecha: Septiembre 2009

AUTORES: Palazón Vidal, M. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Facebook, Tuenti, Twitter...: Time to Move Forward with Virtual Brand Communities
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en Curso
CONGRESO: XXII Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Oviedo Fecha: Septiembre 2010

AUTORES: Sicilia Piñero, M. y Palazón Vidal, M.
TITULO: El Papel de las Redes Sociales en la Difusión de Innovaciones
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en Curso
CONGRESO: XXII Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Oviedo Fecha: Septiembre 2010

AUTORES: López Pérez, M. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: How e-WOM Contributes to New Product Adoption. Testing Competitive Communication Strategies
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en Curso
CONGRESO: XXII Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Oviedo Fecha: Septiembre 2010

AUTORES: Hidalgo Alcázar, C. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Influencia de la Interactividad de la Web sobre la Imagen de un Destino Turístico
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en Curso
CONGRESO: XXIII Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Castellón Fecha: Septiembre 2011

AUTORES: López Pérez, Manuela y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Determinants of e-WOM influence: The role of consumers' Internet experience and the type of website.
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XXIII Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Castellón
Fecha: Septiembre 2011

AUTORES: López Pérez, Manuela y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Consumer participation on e-WOM as a determinant of its influence. The mediating role of source credibility.
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XXIII Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Castellón
Fecha: Septiembre 2011

AUTORES: López Pérez, Manuela; Moyeda Carabaza, A. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Creating Loyalty in Online Social Networks. The Key Role of Identification with the Brand Community
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XXIV Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Palma de Mallorca
Fecha: Septiembre 2012

AUTORES: López Pérez, Manuela; y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Developing a new product communication campaign: The trade-off between WOMM and Advertising
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXIV Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Palma de Mallorca
Fecha: Septiembre 2012

AUTORES: Hidalgo Alcázar, M.C.; Sicilia Piñero, M. y Ruiz de Maya, S.
TITULO: Exposure to user generated content and the dimensions of image
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XXIV Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Palma de Mallorca
Fecha: Septiembre 2012

AUTORES: Caro Jiménez, M.C. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: Las emociones como determinantes de la resistencia a modificar la actitud inicial
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XXIV Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Palma de Mallorca
Fecha: Septiembre 2012

AUTORES: López Pérez, M. y Sicilia Piñero, M.
TITULO: La participación del individuo en el boca a boca electrónico como determinante de su influencia. El efecto mediador de la credibilidad
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: IX Congreso Nacional de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TURITEC 2012)
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Málaga
Fecha: Octubre 2012

AUTORES: Hidalgo Alcázar, MC.; Sicilia Piñero, M. y Ruiz de Maya, S.
TITULO: La imagen del destino y el contenido generado por otros usuarios: El caso del turismo rural
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: IX Congreso Nacional de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TURITEC 2012)
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Málaga Fecha: Octubre 2012

AUTORES: López Pérez, Manuela; Sicilia Piñero, M. y Verlegh, Peeter
TITULO: I may "like" it! But don't tell me what I have to do
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXV Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Barcelona Fecha: Septiembre 2013

AUTORES: Sicilia Piñero, M. y López Pérez, Manuela
TITULO: The role of WOM marketing to promote and unknown destination
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXV Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Barcelona Fecha: Septiembre 2013

AUTORES: Ruiz de Maya, Palazón, M. y Sicilia, M.
TITULO: Feedback to my comment in a social network. Effects on attitudes and social recognition
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Trabajo en curso
CONGRESO: XXV Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Barcelona Fecha: Septiembre 2013

AUTORES: Delgado, E., Palazón, M. y Sicilia, M.
TITULO: All brand need is love: las comunidades virtuales como generadoras de amor a la marca
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXV Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Barcelona Fecha: Septiembre 2013

AUTORES: Sicilia, M., Palazón, M., y Delgado, E.
TITULO: Need to belong and self-disclosure on WOM behavior: The moderating effect of self-brand connection
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXV Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Barcelona Fecha: Septiembre 2013

AUTORES: López, M. y Sicilia, M.
TITULO: Identificación de líderes de opinión a través de twitter: Cómo saber si son leales a la marca
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXVI Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Elche Fecha: Septiembre 2014

AUTORES: López, Manuela; Sicilia, María; Verlegh, Peeter
TITULO: "My posts cannot be bought". Strategies to encourage bloggers to spread the word
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXVI Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Elche Fecha: Septiembre 2014

AUTORES: Hidalgo, MC., Sicilia, M. y Ruiz, S.
TITULO: User-generated content and tourism destination image through emotions and cognitions
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia
CONGRESO: XXVI Congreso Nacional de Marketing
PUBLICACIÓN: Libro de actas
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Elche Fecha: Septiembre 2014

Autores: M. Palazón, M. Sicilia and M. López
Título: Are my Facebook friends like me? Homophily as determinant of the intention to join a brand page
Publicación: Proceedings
Congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing
Lugar de celebración: Pamplona Fecha: Septiembre 2015
Premio a la mejor ponencia del congreso

Autores: M. López y M. Sicilia
Título: Hubs vs. opinion leaders. Who contributes the most to eWOM transmission?
Publicación: Proceedings
Congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing
Lugar de celebración: Pamplona Fecha: Septiembre 2015

Autores: M. López y M. Sicilia
Título: "Just tell me why you did it." the effect of WOM marketing on bloggers and readers. A dyadic analysis
Publicación: Proceedings
Congreso: XXVIII Congreso Nacional de Marketing
Lugar de celebración: León Fecha: Septiembre 2016

Autores: M. López y M. Sicilia
Título: Engaging bloggers to spread the word. A dyadic analysis
Publicación: Ponencia
Congreso: IV Workshop de jóvenes investigadores en Economía y Empresa
Lugar de celebración: Huesca Fecha: Septiembre 2016

Autores: M. López, M. Palazón y M. Sicilia
Título: "Análisis de la influencia de amigos en Facebook con R"
Publicación: Ponencia
Congreso: Jornadas de Usuarios de R
Lugar de celebración: Murcia Fecha: 22-23 Noviembre 2018

Tesis Doctorales dirigidas

TITULO: La Integración de la Comunicación: Análisis de su implicación para el comportamiento del consumidor y el capital de marca

DOCTORANDO: M. Ángeles Navarro Bailón

DIRECTORES: M. Sicilia Piñero y E. Delgado Ballester

UNIVERSIDAD: U. de Murcia

FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa

AÑO: 2008

CALIFICACION: Sobresaliente Cum Laude

TITULO: El efecto de la edad y la exposición al medio televisión en los valores del consumidor y en la eficacia publicitaria

DOCTORANDO: Carlos Antonio Martínez Clares

DIRECTORES: M. Sicilia Piñero y Salvador Ruiz de Maya

UNIVERSIDAD: U. de Murcia

FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa

AÑO: 2012

CALIFICACION: Sobresaliente Cum Laude

TITULO: Cognitive and affective dimensions of tourism destination image. An approach through the Theory of Social Representations. (Estudio de las dimensiones cognitive y afectiva de la imagen de un destino turístico. Un enfoque a través de la teoría de las representaciones sociales)

DOCTORANDO: María del Carmen Hidalgo Alcázar

DIRECTORES: M. Sicilia Piñero y S. Ruiz de Maya

UNIVERSIDAD: U. de Murcia

FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa

AÑO: 2014

CALIFICACION: Sobresaliente Cum Laude (mención internacional)

TITULO: Word of mouth marketing. Strategies to enhance consumers in promoting products and brands (Marketing boca a boca. Estrategias para conseguir que los consumidores hablen de productos y marcas)

DOCTORANDO: Manuela López Pérez

DIRECTORES: M. Sicilia Piñero

UNIVERSIDAD: U. de Murcia

FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa

AÑO: 2014

CALIFICACION: Sobresaliente Cum Laude (mención internacional)

TITULO: La recuperación del servicio: Análisis desde una perspectiva emocional

DOCTORANDO: M. Carmen Caro Jiménez

DIRECTOR: M. Sicilia Piñero y E. Fernández Sabote

UNIVERSIDAD: U. de Murcia

FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa

AÑO: 15 septiembre 2017

CALIFICACION: Sobresaliente Cum Laude

Tesis de Máster dirigidas

TITULO: Influencia del Boca a Oreja Electrónico en el Proceso de Decisión: Una Aplicación al Sector Turístico
DOCTORANDO: Manuela López Pérez
MASTER: Ciencias de la Empresa (Máster de Investigación que da acceso a doctorado en Ciencias de la Empresa, con mención de calidad)
DIRECTOR: M. Sicilia Piñero
UNIVERSIDAD: U. de Murcia FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa
AÑO: Junio 2009 CALIFICACION: 9.5 (Sobresaliente)

TITULO: Efecto De La Interactividad y la Usabilidad de la Web sobre la Imagen de un Destino Turístico
DOCTORANDO: María del Carmen Hidalgo Alcázar
MASTER: Ciencias de la Empresa (Máster de Investigación que da acceso a doctorado en Ciencias de la Empresa, con mención de calidad)
DIRECTOR: M. Sicilia Piñero
UNIVERSIDAD: U. de Murcia FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa
AÑO: Junio 2010 CALIFICACION: 9.8 (Sobresaliente)

TITULO: Emociones y Resistencia al Cambio de Actitudes
DOCTORANDO: María del Carmen Caro Jiménez
MASTER: Ciencias de la Empresa (Máster de Investigación que da acceso a doctorado en Ciencias de la Empresa, con mención de calidad)
DIRECTOR: M. Sicilia Piñero
UNIVERSIDAD: U. de Murcia FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa
AÑO: Septiembre 2011 CALIFICACION: 8.7 (Notable)

TITULO: An examination of the mediating role of sense of brand community on loyalty in an online social network
DOCTORANDO: Alberto Alejandro Moyeda Carabaza
MASTER: Ciencias de la Empresa (Máster de Investigación que da acceso a doctorado en Ciencias de la Empresa, con mención de calidad)
DIRECTOR: M. Sicilia Piñero
UNIVERSIDAD: U. de Murcia FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa
AÑO: 10 Febrero 2012 CALIFICACION: 9 (sobresaliente)

TITULO: Marketing de contenidos en Facebook y Twitter: Un estudio aplicado al sector de la moda.
ALUMNA: Noelia Fenol Cutillas
MASTER: Master en Comunicación Móvil y Contenido Digital (Máster que da acceso al Doctorado en Gestión de la Información y la Comunicación en la Organizaciones)
DIRECTOR: M. Sicilia Piñero
UNIVERSIDAD: U. de Murcia FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa
AÑO: 15 Julio 2015 CALIFICACION: 9 (sobresaliente)

TITULO: Explaining consumers' participation in crowdfunding. The mediating role of trust and social identification.
DOCTORANDO: Yusimí Rodríguez Ricardo
MASTER: Ciencias de la Empresa (Máster de Investigación que da acceso a doctorado en Ciencias de la Empresa, con mención de calidad)
DIRECTOR: M. Sicilia Piñero
UNIVERSIDAD: U. de Murcia FACULTAD/ESCUELA: Economía y Empresa
AÑO: 24 Sept 2015 CALIFICACION: 9.1 (sobresaliente)

Participación en comités y representaciones internacionales

Título del Comité:

Entidad de la que depende:

Tema:

Fecha:

Título del Comité:

Entidad de la que depende:

Tema:

Fecha:

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Experiencia en organización de actividades de I+D

Organización de congresos, seminarios, jornadas, etc., científicos-tecnológicos

Título congreso: 33rd European Marketing Academy Conference (EMAC)

Tipo de actividad: Miembro Comité Organizador

Ámbito: Internacional

Lugar de celebración: Murcia

Fecha: 18-21 mayo de 2004

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Experiencia de gestión de I+D
Gestión de programas, planes y acciones de I+D

Título:

Tipo de actividad:
Fecha:

Título:

Tipo de actividad:
Fecha:

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Otros méritos o aclaraciones que se desee hacer constar

SEXENIOS DE INVESTIGACIÓN: 2

1ER Sexenio de investigación con informe favorable para el periodo (2003-2008)

2º SEXENIO de investigación con informe favorable para el periodo (2009-2014)

PARTICIPACIÓN EN ÓRGANOS Y ACTIVIDADES DE GESTIÓN UNIVERSITARIA

1. Coordinadora de Proyectos del Master Universitario de Dirección y Gestión en Comercio Exterior, durante las ediciones 2001/02 y 2002/03.
2. Miembro del Comité Organizador del Curso "La Publicidad y las Nuevas Tendencias de la Comunicación", Murcia, 6 y 7, 14 y 15 de Marzo de 2001.
3. Miembro del Claustro de la Universidad de Murcia, desde marzo de 2007.
4. Miembro de la Comisión Permanente del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, desde mayo de 2007. [OM. 15.03.08]
5. Miembro de la Comisión Académica del Posgrado Ciencias de la Empresa, desde marzo de 2007.
6. Miembro de la Comisión Académica del Posgrado Master en Marketing, desde marzo de 2007 hasta septiembre de 2010
7. Miembro de la comisión de grados de las siguientes titulaciones: Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Documentación y Comunicación Audiovisual.
8. Secretaria del Departamento de Comercialización e investigación de Mercados, desde 1 de septiembre de 2010 hasta el 30 de septiembre de 2012.
9. Vocal de la Junta Directiva de la Asociación Española de Marketing AEMARK, desde el 24 de septiembre de 2010 hasta 23 de septiembre de 2015.
10. Evaluadora de un proyecto de Posgrado en el curso académico 2010/2011. Ha sido nombrada por la comisión de estudios propios de la Universidad de Murcia.
11. Miembro de la junta de Facultad de Comunicación y Documentación desde 2010
12. Miembro de la comisión permanente de la facultad de Comunicación y Documentación, desde 2010
13. Miembro de la junta de Facultad de Economía y Empresa desde 1999-2018.

PREMIOS CONSEGUIDOS

- Premio extraordinario de licenciatura. Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas. Universidad de Murcia, 1999
- 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).
- High Commendation for "best paper award" for "Determinants of e-WOM influence: the role of consumers' internet experience", ICORIA 2010 (Madrid).
- Premio a la mejor ponencia en congreso de marketing AEMARK 2015 (Pamplona)
- 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.

SEMINARIOS IMPARTIDOS

1. Sicilia Piñero, M. (2007): "El boca a boca electrónico: efecto directo y efecto ampliado", Seminario de Investigación Nuevas Tendencias de Investigación en la Sociedad de la Información, junio, Zaragoza.

FORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN

1. Dual Scaling Workshop. 20 Hrs. Universidad de Murcia, 18 a 20 de octubre de 1999. [CR. 12.02]
2. Técnicas Meta-análisis en las Ciencias Sociales y de la Salud. 30 Hrs. Universidad de Murcia, 5 a 28 de Marzo de 2001
3. Catálogo Absys OPAC Web de la Biblioteca Universitaria de Murcia. 2 Hrs. Universidad de Murcia, 17 de octubre de 2002.
4. Curso Práctico de Iniciación a los Modelos de Ecuaciones Estructurales. 30 Hrs. Universidad de Murcia, 28 de abril a 2 de Junio de 2003
5. Seminario "Investigación en Marketing con R", Universidad Complutense de Madrid, 22 y 23 de enero de 2015

MIEMBRO DE COMITÉS CIENTÍFICOS Y ACTUACIONES COMO REVISOR EN REVISTAS CIENTÍFICAS ESPECIALIZADAS EN LA DISCIPLINA

- Revisora de la revista Journal of Interactive Marketing (JCR)
- Revisora de EMAC Conference (varios años).
- Revisora del Congreso Nacional de Marketing (varios años).
- Revisora ad hoc de la revista European Journal of Marketing.
- Miembro del comité evaluador de la Revista Española de Investigación en Marketing ESIC.

DIRECCIÓN Y TUTORIZACIÓN DE PROYECTOS FIN DE GRADO

DIRECCIÓN Y TUTORIZACIÓN DE PROYECTOS FIN DE MASTER

EVALUADORA DE PROYECTOS DE POSGRADO EN EL CURSO ACADÉMICO 2010/2011.

TUTOR ACADÉMICO DE PRÁCTICAS EXTRACURRICULARES DE GRADO

PERTENENCIA A ASOCIACIONES

- Miembro de AEMARK (Asociación de Marketing Académico y Profesional), desde 2006.
- Miembro de la European Marketing Academy (varios años)



Currículum vitae Impreso normalizado

Nombre: M^a Dolores Palazón Vidal

Fecha: 06/07/2020

Apellidos: Palazón Vidal
DNI: 23266053

Fecha de nacimiento : 15/11/1977

Nombre: M^a Dolores
Sexo: M

Situación profesional actual

Organismo: Universidad de Murcia
Facultad, Escuela o Instituto: Facultad de Economía y Empresa
Depto./Secc./Unidad estr.: Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados
Dirección postal: Campus de Espinardo, 30100 (Murcia)

Teléfono (indicar prefijo, número y extensión): 868 884599

Fax: 868 887986

Correo electrónico: mariolap@um.es

Especialización (Códigos UNESCO): 5311-05

Categoría profesional: Profesor Titular de Universidad

Fecha de inicio: 18-07-2019

Situación administrativa

Plantilla

Contratado

Interino

Becario

Otras universidad especificar:

Dedicación A tiempo completo
 A tiempo parcial

Líneas de investigación

Comportamiento del consumidor, comunicación comercial en Internet, boca a boca electrónico, comunidades virtuales, Redes sociales, Amor a la Marca, Promoción de Ventas

Formación Académica

Titulación Superior	Centro	Fecha
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	UNIVERSIDAD DE MURCIA	5/11/1999

Doctorado	Centro	Fecha
SUFICIENCIA INVESTIGADORA: Suficiencia en Ciencias De la Empresa	Universidad de Murcia DIRECTOR DE TESINA: Dra. Elena Delgado Ballester	Febrero, 2003
DOCTORADO: Doctor en CC. De la Empresa	Universidad de Murcia DIRECTOR DE TESIS: Dra. Elena Delgado Ballester	Septiembre, 2005

Sexenios de Investigación reconocidos

Valoración positiva 1º tramo (CNEAI)	2004-2009
Valoración positiva 2º tramo (CNEAI)	2011-2016

Actividades anteriores de carácter científico profesional

Puesto	Institución	Fechas
Ayudante de Escuela 1er Periodo	Universidad de Murcia	01-10-00 / 30-09-02
Ayudante de Escuela 2º Periodo	Universidad de Murcia	01-10-02 / 01-10-05
Ayudante de Facultad 2º Periodo	Universidad de Murcia	01-10-05 / 31-01-08
Profesor Contratado Doctor Interino	Universidad de Murcia	01-02-08/ 02-07-09
Profesor Contratado Doctor DEI indefinido	Universidad de Murcia	03-07/09/ 17-07-19
Profesor Titular de Universidad	Universidad de Murcia	18-07-19

Idiomas (R = regular, B = bien, C = correctamente)

Idioma	Habla	Lee	Escribe
Inglés	C	C	C

Participación en Proyectos de I+D financiados en Convocatorias públicas.
(nacionales y/o internacionales)

TITULO DEL PROYECTO: Aspectos sociales y éticos del comportamiento del consumidor en Internet

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia e Innovación.

DURACION DESDE: Noviembre 2009 HASTA: Octubre 2013 Cuantía de la subvención: 88.935euros

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz de Maya

Número de investigadores participantes: 12

TITULO DEL PROYECTO: La relación empresa consumidor en Internet: el comportamiento basado en relaciones de amor (identificación) y odio (boicot)

ENTIDAD FINANCIADORA: Fundación Séneca

DURACION DESDE: Enero 2010 HASTA: Diciembre 2013 Cuantía de la subvención: 25.500 euros

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz de Maya

Número de investigadores participantes: 10

TITULO DEL PROYECTO: Efectos sobre la percepción de marca y la experiencia cuando el consumidor accede y comparte información en internet

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia e Innovación.

DURACION DESDE: 01/01/2013 HASTA: 31/12/2015 Cuantía de la subvención: 53.235

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz de Maya

Número de investigadores participantes: 14

TITULO DEL PROYECTO: Los beneficios para la empresa de comunicar sus acciones de responsabilidad social y su comportamiento ético en contextos online: efectos sobre el comportamiento del consumidor

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Economía, Industria Y Competitividad.

DURACION DESDE: 01/01/2018 HASTA: ---- Cuantía de la subvención: 31.460

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Salvador Ruiz de Maya

Número de investigadores participantes: 12

Participación en contratos de I+D de especial relevancia con Empresas y/o Administraciones
(nacionales y/o internacionales)

Título del contrato/proyecto: **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DISEÑO DE PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA FUNDACIÓN VETERINARIA CLÍNICA**

Tipo de contrato: Apoyo tecnológico y asesoría

Empresa/Administración financiadora: Fundación Veterinaria Clínica

Entidades participantes: Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados (Universidad de Murcia)

Duración, desde: 01-01-2010 hasta: 31-06-2010

Investigador responsable: M^a Dolores Palazón Vidal y Joaquín Longinos Marín Rives

Número de investigadores participantes: 5

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 17.922 €

Título del contrato/proyecto: **PROYECTO DE ANÁLISIS DE DATOS PRIMERA ENCUESTA CEHEGÍN CIUDAD DIGITAL.**

Tipo de contrato: Apoyo tecnológico y asesoría

Empresa/Administración financiadora: AYUNTAMIENTO DE CEHEGIN

Entidades participantes: Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados (Universidad de Murcia)

Duración, desde: 26-05-2010 hasta: 26-08-2010

Investigador responsable: RUIZ DE MAYA, S.

Número de investigadores participantes: 7

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 3.190

Título del contrato/proyecto: **PROYECTO DE ANÁLISIS DE DATOS SEGUNDA ENCUESTA CEHEGÍN CIUDAD DIGITAL.**

Tipo de contrato: Apoyo tecnológico y asesoría

Empresa/Administración financiadora: AYUNTAMIENTO DE CEHEGIN

Entidades participantes: Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados (Universidad de Murcia)

Duración, desde: 13-06-2011 hasta: 30-06-2011

Investigador responsable: RUIZ DE MAYA, S.

Número de investigadores participantes: 7

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 8.500

Título del contrato/proyecto: **ESTUDIO DEL COMERCIO SOCIAL PARA DINAMIZAR EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA**

Empresa/Administración financiadora: Fundación Ramón Areces

Entidades participantes: Universidad de Murcia y ESCP *Europe Business School*

Duración, desde: 27-09-2017 hasta: 27-09-2019

Investigador responsable: María Sicilia Piñero

Número de investigadores participantes: 6

PRECIO TOTAL DEL PROYECTO: 36.000

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Publicaciones o Documentos Científico-Técnicos

(CLAVE: L = libro completo, CL = capítulo de libro, A = artículo, R = "review", E = editor,
S = Documento Científico-Técnico restringido.)

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola

Título: LA PROPENSION A LA PROMOCION DEL CONSUMIDOR: UNA NUEVA PERSPECTIVA BASADA EN BENEFICIOS

Ref. X revista : **REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACION DE MARKETING ESIC**

Libro

Clave: A Volumen: 9 (2) Páginas, inicial: 111 final: 133 Fecha: 2005

Editorial (si libro): ESIC

Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena

Título: SALES PROMOTIONS EFFECTS ON CONSUMER-BASED BRAND EQUITY

Ref. X revista: **INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKET RESEARCH**

Libro

Clave: A Volumen: 47 (2) Páginas, inicial: 179 final: 204

Fecha: 2005

Área JCR: Business, Índice de Impacto: ISI/JCR en 2005=0.269

Editorial (si libro): THE MARKET RESEARCH SOCIETY

Lugar de publicación: Reino Unido

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena

Título: THE NEW POWER OF SALES PROMOTION

Ref. X revista: **ADVERTISING EXPRESS**

Libro

Clave: A Volumen: December Páginas, inicial: 41 final: 45

Fecha: 2005

Editorial (si libro): THE ICFAI PUBLICATIONS

Lugar de publicación: India

Autores (p.o. de firma): Sicilia Piñero, Maria; Palazón Vidal, Mariola

Título: COMMUNICATION STRATEGY ON THE INTERNET

Ref. X revista: **ADVERTISING EXPRESS**

Libro

Clave: A Volumen: August Páginas, inicial: 31 final: 36

Fecha: 2005

Editorial (si libro): THE ICFAI PUBLICATIONS

Lugar de publicación: India

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola

Título: LOS CONSUMIDORES ANTE LAS PROMOCIONES DE DESCUENTO EN PRECIO: LA IMPORTANCIA DEL MARCO PROMOCIONAL

Ref. X revista: **CUADRENOS ARAGONESES DE ECONOMIA**

Libro

Clave: A Volumen: 18 (2) Páginas, inicial: final:

Fecha: 2008

Editorial (si libro): FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES. UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Sicilia Piñero, Maria; Palazón Vidal, Mariola
Título: Brand communities on the internet: a case study of Coca-Cola's Spanish virtual community
Ref. X revista: **CORPORATE COMMUNICATIONS: An International Journal** Libro
Clave: A Volumen: 13 (3) Páginas, inicial: 255 final: 270 Fecha: 2008
Editorial (si libro): Emerald Group Publishing Library
Lugar de publicación: United Kingdom
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/13563280810893643>

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola; Sicilia Piñero, Maria
Título: Estandarización vs. adaptación en la estrategia de comunicación de Coca-Cola en internet
Ref. X revista: **INVESTIGACIÓN Y MARKETING** Libro
Clave: A Volumen: 98 Páginas, inicial: 62 final: 68 Fecha: 2008
Editorial (si libro): AEDEMO. Asociación española de estudios de mercado, marketing y opinión
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola
Título: ¿QUÉ TIPO DE REGALO OFRECER EN UNA PROMOCIÓN NO MONETARIA?
Ref. X revista: **DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO** Libro
Clave: A Volumen: 102 Páginas, inicial: final: Fecha: 2009
Área In-Recs: Economía Índice de Impacto: en 2009=0.052 Tercio en el que está incluida: 3º cuartil
Editorial (si libro): Empresa Nacional MERCASA.
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón, Mariola; Delgado Ballester, Elena
Título: EFFECTIVENESS OF PRICE DISCOUNTS AND PREMIUM PROMOTIONS
Ref. X revista: **PSYCHOLOGY & MARKETING** Libro
Clave: A Volumen: 26 (12) Páginas, inicial: 1108 final: 1129 Fecha: 2009
Área JCR: Business, Psychology Applied Índice de Impacto: ISI/JCR en 2009=1.340 Tercio en el que está incluida: Business=Q2, Psychology=Q2
Editorial (si libro): WILEY PERIODICALS, INC A WILEY COMPANY
Lugar de publicación: Estados Unidos
DOI: 10.1002/mar.20315

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena
Título: La evaluación de las promociones monetarias y no monetarias según la propensión a la promoción del consumidor
Ref. X revista: **REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACION DE MARKETING ESIC** Libro
Clave: A Volumen: 13 (1) Páginas, inicial: 35 final: 70 Fecha: 2009
Área In-Recs: Economía Índice de Impacto: en 2009=0.242 Tercio en el que está incluida: 1º cuartil
Editorial (si libro): ESIC.
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón, Mariola; Delgado, Elena
Título: The moderating role of price consciousness on the effectiveness of price discounts and premium promotions
Ref. X revista: **JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT** Libro
Clave: A Volumen: 18 (4) Páginas, inicial: 306 final: 312 Fecha: 2009
Área Scimago: Business and International Management Índice de Impacto: en 2009=0.359 Tercio en el que está incluida: 2ºcuartil
Editorial (si libro): Emerald Group Publishing Library
Lugar de publicación: United Kingdom
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/10610420910972837>

Autores (p.o. de firma): Palazón , Mariola; Delgado, Elena
Título: The expected benefit as determinant of deal-prone consumers' response to sales promotions
Ref. X revista: **JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES** Libro
Clave: A Volumen: 18 (4) Páginas, inicial: 542 final: 547 Fecha: 2011
Área Scimago: Marketing Índice de Impacto: en 2011=0.526 Tercio en el que está incluida: Q2
DOI: 10.1016/j.jretconser.2011.07.004
Editorial (si libro): Elsevier
Lugar de publicación: United Kingdom
DOI: 10.1016/j.jretconser.2011.07.004

Autores (p.o. de firma): Palazón , Mariola; Sicilia, María
Título: Análisis de las promociones de ventas en Internet: el caso de las agencias de viaje
Ref. X revista: **ADResearch** Libro
Clave: A Volumen: 5 (5) Páginas, inicial: 80 final: 96 Fecha: 2011
Indexada en In-recs
Editorial (si libro): ESIC Editorial
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón , Mariola; Delgado, Elena
Título: Hedonic or Utilitarian premiums: Does it Matter?
Ref. X revista: **EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING** Libro
Clave: A Volumen: 47 (8) Páginas, inicial: 1256 final: 1275 Fecha: 2013
Área JCR: Business Índice de Impacto: ISI/JCR en 2013=1.000 Tercio en el que está incluida: Q3
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/03090561311324318>
Editorial (si libro): Emerald Group Publishing Limited
Lugar de publicación: United Kingdom
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/03090561311324318>

Autores (p.o. de firma): Palazón , Mariola; Delgado, Elena
Título: THE ROLE OF PRODUCT-PREMIUM FIT IN DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF HEDONIC AND UTILITARIAN PREMIUMS
Ref. X revista: **PSYCHOLOGY AND MARKETING** Libro
Clave: A Volumen: 30 (11) Páginas, inicial: 985 final: 995 Fecha: 2013
Área JCR: Business, Psychology Applied Índice de Impacto: ISI/JCR en 2013=0.902 Tercio en el que está incluida: Business=Q3, Psychology=Q3
DOI: 0.1002/mar.20661
Editorial (si libro): WILEY PERIODICALS, INC A WILEY COMPANY
Lugar de publicación: Estados Unidos
DOI: 10.1002/mar.20661

Autores (p.o. de firma): Palazón , Mariola; Sicilia, María; Delgado, Elena
Título: El papel de las redes sociales como generadoras de "amor a la marca"
Ref. X revista: **UNIVERSIA BUSINESS REVIEW** Libro
Clave: A Volumen: 41 Primer trimestre Páginas, inicial: 18 final: 39 Fecha: 2014
Área JCR: Business Índice de Impacto: ISI/JCR en 2012=0.138 Tercio en el que está incluida: Q4
DOI:
Editorial (si libro): Banco Santander
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón , Mariola; Sicilia, María; López, Manuela
Título: The influence of "Facebook friends" on the intention to join brand pages
Ref. X revista: **Journal of Product and Brand Management** Libro
Clave: A Volumen: 24 (6) Páginas, inicial: 580 final: 595 Fecha: 2015
Área JCR: Índice de Impacto: Scimago en 2015= 0.562 Tercio en el que está incluida: Q2
Editorial (si libro): Emerald Group Publishing Limited

Lugar de publicación: UK
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/JPBM-08-2014-0696>

Autores (p.o. de firma): Sicilia, Maria; Delgado-Ballester, Elena; Palazón, Mariola;
Título: The need to belong and self-disclosure in positive word-of-mouth behaviours: The moderating effect of self-brand connection
Ref. X revista: **Journal of Consumer Behaviour** Libro
Clave: A Volumen: 15 (1) Páginas, inicial: 60 final: 71 Fecha: 2016
Área JCR: Business Índice de Impacto: ISI/JCR en 2015= 1.022 Tercio en el que está incluida: Q3
Editorial (si libro): John Wiley & Sons Ltd
Lugar de publicación: UK
DOI: 10.1002/CB.1533

Autores (p.o. de firma): Delgado-Ballester, Elena; Palazón, Mariola; Peláez, Jenny Pelaez-Muñoz
Título: This anthropomorphised brand is so loveable: The role of self-brand integration
Ref. X revista: **Spanish Journal of Marketing** Libro
Clave: A Volumen: vol. 21 n 2 (September) Páginas, inicial: 89-101 Fecha: 2017
Indexada en Scopus Índice de Impacto: 2.35 (CiteScore), 0.396 (SJR)
Editorial (si libro): Editorial Esic
Lugar de publicación: España
DOI: 10.1016/j.sjme.2017.04.002

Autores (p.o. de firma): Palazón, Mariola; Delgado-Ballester, Elena; Sicilia Piñero, María
Título: Fostering Brand Love in Facebook Brand Pages
Ref. X revista: **Online Information Review** Libro
Clave: A Volumen: vol. 43, n. 5 Páginas: 710-727 Fecha: 2019
Área JCR: Information Science and Library Science Índice de Impacto: 1.928 Tercio en el que está incluida: Q2
DOI: 10.1108/OIR-05-2017-0175

Autores (p.o. de firma): Delgado-Ballester, Elena; Palazón, Mariola; Peláez, Jenny Pelaez-Muñoz
Título: Anthropomorphized vs. objectified brands: which brand version is more loved?
Ref. X revista: **European Journal of Management and Business Economics** Libro
Clave: A Volumen: -- Páginas, inicial: 2444-8494- Fecha: 2020
Indexada en Scopus Índice de Impacto: 0.11(SJR)
DOI 10.1108/EJMBE-04-2019-0063

Autores: Sicilia, M., Palazón, M. and López M.
Título: The unintentional influence of social media friends
Ref. X revista: **Electronic Commerce Research and Applications** Libro
Clave: A Volumen: -- Páginas, inicial: -- Fecha: 2020
Área JCR: Computer Science, Informations Systems Índice de Impacto: 2.911 Tercio en el que está incluida: Q2
Estado: In press
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100979>

Libros y capítulos de libro

Autores (p.o. de firma): Sicilia Piñero, Maria; Palazón Vidal, Mariola
Título: EL MOVIMIENTO COCA-COLA

Ref. revista: Libro COMPORTAMIENTOS DE COMPRA DEL CONSUMIDOR. 29 CASOS REALES
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 179 final: 192 Fecha: 2006
Editorial (si libro): ESIC EDITORIAL
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola
Título: GRÚAS VALERIANO: La cooperación como clave del éxito

Ref. revista: Libro CASOS DE EXITOS DE EMPRESAS MUCIANAS
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 113 final: 126 Fecha: 2010
Editorial (si libro): ESIC EDITORIAL
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola, Delgado Ballester, Elena
Título: Marcas de fabricante y marcas de distribuidor: La identificación del consumidor preocupado por el valor

Ref. revista: Libro ESTRATEGIA COMPETITIVAS EN CANALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TRADICIONAL VERSUS ON-LINE
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 161 final: 177 Fecha: 2011
Editorial (si libro): Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola, Sicilia Piñero, María
Título: La compra por impulso online: el caso Privalia

Ref. revista: Libro CASOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: Reflexiones para la dirección de marketing
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 272 final: 279 Fecha: 2013
Editorial (si libro): ESIC EDITORIAL
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): López Perez, Manuela, Sicilia Piñero, María; Palazón Vidal, Mariola,
Título: La formación de actitudes en la elección de un destino turístico: el caso de Londres

Ref. revista: Libro CASOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: Reflexiones para la dirección de marketing
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 201 final: 209 Fecha: 2013
Editorial (si libro): ESIC EDITORIAL
Lugar de publicación: España

Autores (p.o. de firma): Palazón Vidal, Mariola, Sicilia Piñero, María, Ruiz de Maya, Salvador
Título: El reconocimiento social como recompensa a la participación del consumidor en redes sociales

Ref. revista: Libro Experiencia y comportamiento del cliente en un entorno multicanal: claves de éxito para fabricantes y detallistas
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 399 final: 412 Fecha: 2014
Editorial (si libro): Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial
Lugar de publicación: España

Autores: M. Sicilia, M. Palazón, and M. López
Título: Brand pages as a new communication tool. A state of the art and a research agenda (Chapter 8)
Libro: Advertising in New Formats and Media: Current Research and Implications for Marketers (editor: Patrick De Pelsmacker)
Editorial: Emerald
Lugar de publicación: Bélgica
Clave: CL Páginas totales 432, inicial: 169 final: 188 Fecha: abril 2016
ISBN Print: 9781785603136

Contribuciones a Congresos

Autores: Palazón Vidal, Mariola
Título: ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS DE LA PROPENSION A LA PROMOCION DEL CONSUMIDOR
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XV ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING

Publicación: 84-7356-360-3

Lugar celebración: CORDOBA

Fecha: 2003

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena
Título: LA CAPACIDAD DE LAS ACCIONES DE PROMOCION DE VENTAS PARA GENERAR CAPITAL DE MARCA
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XV ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING

Publicación: 84-7356-360-3

Lugar celebración: CORDOBA

Fecha: 2003

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena
Título: DIFFERENT EFFECTIVENESS OF MONETARY AND NON-MONETARY PROMOTION: A BRAND EQUITY PERSPECTIVE
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: EMAC

Publicación: 84-8371-464-7

Lugar celebración: Murcia

Fecha: 2004

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena
Título: A NEW APPROACH OF CONSUMERS' SALES PRONENESS BASED ON BENEFITS
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: ANZMAC CONFERENCE

Publicación: 0-475-12214-3

Lugar celebración: WELLINGTON, NEW ZEALAND

Fecha: 2004

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena
Título: EL NIVEL DE BENEFICIO COMO DETERMINANTE DE LA EFECTIVIDAD DE LAS PROMOCIONES MONETARIAS Y NO MONETARIAS
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVII ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING EMARK

Publicación: 84-7356-424-3

Lugar celebración: MADRID

Fecha: 2005

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena
Título: EL PAPEL MODERADOR DE LA PROPENSION A LA PROMOCION EN LA EFECTIVIDAD DE LAS PROMOCIONES MONETARIAS Y NO MONETARIAS
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVI CONGRESO NACIONAL ACEDE

Publicación: V-3594-2006

Lugar celebración: Valencia

Fecha: 2006

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena
Título: LA NATURALEZA DEL REGALO PROMOCIONAL COMO DETERMINANTE DEL EXITO DE LAS PROMOCIONES NO MONETARIAS
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVIII ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING EMARK

Publicación: 84-7356-461-8

Lugar celebración: Almería

Fecha: 2006

Autores: Palazón Vidal, Mariola
Título: ANALISIS DE LA EFECTIVIDAD DE LA PROMOCION DE VENTAS CON INCENTIVOS MONETARIOS Y NO MONETARIOS
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XVIII ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING EMARK

Publicación: 84-7356-461-8

Lugar celebración: Almería

Fecha: 2006

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Sicilia Piñero, María
Título: THE ROLE OF INTERNET IN THE COMMUNICATION STRATEGY OF COCA-COLA
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: WWW/INTERNET IADIS INTERNATIONAL CONFERENCE

Publicación: 972-8924-19-4

Lugar celebración: Murcia

Fecha: 2006

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena
Título: THE PROMOTIONAL BENEFIT LEVEL AS DETERMINANT OF THE EFFECTIVENESS OF PRICES DISCOUNTS AND PREMIUM PROMOTIONS
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 36 EMAC CONFERENCE

Publicación: 997-99483-5-3

Lugar celebración: REYKJAVIK (ICELAND)

Fecha: 2007

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena

Título: THE HEDONIC AND UTILITARIAN NATURE OF THE PREMIUM AS DETERMINANT OF NONMONETARY PROMOTIONS EFFECTIVENESS

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 36 EMAC CONFERENCE

Publicación: 997-99483-5-3

Lugar celebración: REYKJAVIK (ICELAND)

Fecha: 2007

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena

Título: THE HEDONIC AND UTILITARIAN CHOICES IN A PREMIUM PROMOTION CONTEXT

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 2007 AMA SUMMER MARKETING EDUCATORS' CONFERENCE

Publicación: 0888-1839

Lugar celebración: WASHINGTON DC

Fecha: 2007

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena

Título: The effect of price consciousness on monetary and nonmonetary promotion effectiveness

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 37th EMAC Conference

Publicación: 978-1-905593-42-2

Lugar celebración: Brighton (United Kingdom)

Fecha: 2008

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena

Título: T EL EFECTO DE LA PREOCUPACIÓN POR EL PRECIO EN LA EFECTIVIDAD DE LOS DESCUENTOS EN PRECIO Y LOS REGALOS PROMOCIONALES

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

Publicación: 978-84-7356-565-3

Lugar celebración: Las Palmas de Gran Canaria (España)

Fecha: 2008

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena

Título: The moderating role of Price Consciousness on Price Discounts and Premium Promotion Effectiveness

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: Behavioral Pricing Conference. Drexel University. Lebow College of Business

Publicación: 978-84-7356-565-3

Philadelphia, PA (USA)

Fecha: 2008

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena

Título: ¿Regalos hedónicos o utilitarios?: el papel determinante de la congruencia producto-regalo

Ponencia

Congreso: XXI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing,

Publicación: 978-84-7356-627-8

Bilbao

Fecha: 2009

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Sicilia Piñero, Maria

Título: La agencias de viaje en Internet: un análisis de su estrategia promocional

Ponencia

Congreso: XXI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing,

Publicación: 978-84-7356-627-8

Bilbao

Fecha: 2009

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena

Título: Hedonic or Utilitarian Premiums?: The Role Of Product-Premium Fit

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: 39th EMAC Conference

Publicación: 978-87-92569-01-1

Lugar celebración: Copenhagen (Dinamarca)

Fecha: 2010

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Sicilia Piñero, Maria; Chang, Hanna

Título: The role of online social networks in the diffusion of innovations

Ponencia

Congreso: 17th International Product Development Management Conference

Publicación: 978-84-7356-627-8

Lugar celebración: Murcia (España)

Fecha: 2010

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Sicilia Piñero, Maria

Título: Facebook, tuenti, twitter...: time to move forward with virtual brand communities

Ponencia

Congreso: XXII Congreso Nacional de Marketing

Publicación: 978-84-7356-711-4

Lugar celebración: Oviedo (España)

Fecha: 2010

Autores: Sicilia Piñero, Maria; Palazón Vidal, Mariola

Título: El papel de la redes sociales online en la difusión de innovaciones

Ponencia

Congreso: XXII Congreso Nacional de Marketing

Publicación: 978-84-7356-711-4

Lugar celebración: Oviedo (España)

Fecha: 2010

Autores: Palazón Vidal, Mariola; Delgado Ballester, Elena; Rodríguez Orejuela, Augusto

Título: Determinantes de la preocupación por el valor y su efecto en la percepción de injusticia en los precios

Ponencia

Congreso: XXII Congreso Nacional de Marketing

Publicación: 978-84-7356-711-4

Lugar celebración: Oviedo (España)

Fecha: 2010

Autores: Rodríguez Orejuela, Augusto, Delgado Ballester, Elenad; Maria; Palazón Vidal, Mariola;
Título: Marcas de Fabricante Vs Marcas De Distribuidor: La Preocupación por el Valor y Su Efecto en la Percepción de Injusticia en los Precios Ponencia
Congreso: 2011 Winter Global Conference on Business and Finance
Publicación:

Lugar celebración: Las Vegas (USA)

Fecha: 2011

Autores: Sicilia, Maria, Palazón, Mariola;
Título: Motivations driving the promotion of virtual brand communities
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 40th EMAC Conference

Publicación: 978-961-240-211-2

Lugar celebración: Ljubljana (Slovenia)

Fecha: 2011

Autores: Palazón, Mariola; Delgado-Ballester, Elena
Título: How hedonic and utilitarian premiums determine promotional effectiveness? The contingent role of product-premium fit
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: XXIII Congreso Nacional de Marketing

Publicación: 978-84-7356-796-1

Lugar celebración: Castellón (España)

Fecha: 2011

Autores: Palazón, Mariola, Ruiz de Maya, Salvador y Sicilia, María
Título: Likes and Comments: Feedback on Brand Pages Determines Attitudes and Social Recognition
Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 42 EMAC Conference

Publicación:

Lugar celebración: Estambul (Turquía)

Fecha: 2013

Autores: Sicilia, María; Palazón, Mariola, y Delgado Elena
Título: Brand Love in Virtual Communities Tipo de participación: Ponencia
Congreso: 42 EMAC Conference

Publicación:

Lugar celebración: Estambul (Turquía)

Fecha: 2013

Autores: Ruiz de Maya, Palazón, M. y Sicilia, M.
Título: Feedback to my comment in a social network. Effects on attitudes and social recognition
Tipo de participación: Trabajo en curso
Congreso: XXV Congreso Nacional de Marketing
Publicación: 978-84-7356-955-2

Lugar celebración: Barcelona (España) Fecha: 2013

Autores: Delgado, E., Palazón, M. y Sicilia, M.
Título: All brand need is love: las comunidades virtuales como generadoras de amor a la marca
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: XXV Congreso Nacional de Marketing
Publicación: 978-84-7356-955-2

Lugar celebración: Barcelona (España) Fecha: 2013

Autores: Sicilia, M., Palazón, M., y Delgado, E.
Título: Need to belong and self-disclosure on wom behavior: The moderating effect of self-brand connection
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: XXV Congreso Nacional de Marketing
Publicación: 978-84-7356-955-2

Lugar celebración: Barcelona (España) Fecha: 2013

Autores: Ruiz de Maya, S.; Sicilia, M. and Palazon, M.
Título: The impact of feedback from other consumer when contributing to brand pages
Tipo de participación: Poster
Congreso: European conference of the association for consumer research
Publicación:
Lugar celebración: Barcelona (España) Fecha: 2013

Autores: Palazon, Mariola, ,Sicilia, Maria,Ruiz, Salvador
Título: CONSUMER REACTIONS TO LIKES AND COMMENTS RECEIVED IN SOCIAL NETWORK SITES
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: 43th EMAC Conference
Publicación:
Lugar celebración: Valencia (España) Fecha: 2014

Autores: Palazon, Mariola, ,López, Manuel, Sicilia, Maria
Título: Are my Facebook Friends like me? Homophily as a determinant of the intention to join brand pages
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: XXVII Congreso de Marketing AEMARK
Publicación:
Lugar celebración: Pamplona (España) Fecha: 2015

Autores: Peláez Muñoz, Jenny, Delgado Ballester, M^a Elena, Palazón Vidal, Mariola
Título: Efectos del antropomorfismo en la creación de vínculos emocionales en la relación marca-consumidor: la generación de amor a la marca
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: XXVII Congreso de Marketing AEMARK
Publicación:
Lugar celebración: Pamplona (España) Fecha: 2015

Autores: Ruiz de Maya, S., M. Palazón and M. Sicilia
Título: Social and Behavioral Consequences of Feedback When Participating in Brand Pages
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: Association for Consumer Research Conference
Publicación:
Lugar celebración: Berlin (Alemania) Fecha: 2016

Autores: Ruiz de Maya, S.; Palazon Vidal, M; Sicilia Piñero, M. and Rodriguez Ricardo, Y.
Título: Give me Likes and Comments! When Participating in Brand Pages affects Social Recognition and Consumer behavior.
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: Association for Consumer Research Conference ACR LA
Publicación:
Lugar celebración: Cali (Colombia) Fecha: 2017

Autores: Ruiz de Maya, S.; Palazon Vidal, M; Sicilia Piñero, M. and Rodriguez Ricardo, Y.
Título: Give me Likes and Comments! When Participating in Brand Pages affects Social Recognition and Consumer behavior.
Tipo de participación: Comunicación
Congreso: Association for Consumer Research Conference ACR LA
Publicación:
Lugar celebración: Cali (Colombia) Fecha: 6-8 julio 2017

Autores: Aguirre Megía, Claudia, Ruiz de Maya, S.; Palazon Vidal, M; Rodriguez Orejuela, Augusto
Título: EWOM drivers in corporate social responsibility.
Tipo de participación: Trabajo en curso
Congreso: XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2017
Publicación:
Lugar celebración: Sevilla (España) Fecha: 2017

Autores: Aguirre Megía, Claudia, Ruiz de Maya, S.; Palazon Vidal, M; Rodriguez Orejuela, Augusto
Título: CSR Messages and consumer's motivations for ewom.
Tipo de participación: Trabajo en curso
Congreso: XXX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2018
Publicación:
Lugar celebración: Barcelona (España) Fecha: 2018

Autores: Jover, J.; Palazon Vidal, M; López, M.

Título: El efecto de las reseñas online en el comportamiento del consumidor en el punto de venta

Tipo de participación: Trabajo en curso

Congreso: XXX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2018

Publicación:

Lugar celebración: Barcelona (España)

Fecha: 2018

Autores: Palazon Vidal, M; Delgado Ballester, E.

Título: The effect of Brand personification and Brand roles on Brand love

Tipo de participación: Trabajo en curso

Congreso: XXX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2018

Publicación:

Lugar celebración: Barcelona (España)

Fecha: 2018

Autores: Sánchez Martínez, J. A.; López López, I.; Palazon Vidal, M.

Título: Gestión de quejas en Twitter: Usuarios anónimos vs influencers

Tipo de participación: Trabajo en curso

Congreso: XXX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2018

Publicación:

Lugar celebración: Barcelona (España)

Fecha: 2018

Autores: López Perez, M.; Palazon Vidal, M., Sicilia Piñero, M.

Título: Análisis de la influencia de amigos en Facebook con R

Tipo de participación: Trabajo en curso

Congreso: X Jornadas de R Hispánico

Publicación:

Lugar celebración: Murcia (España)

Fecha: 2018

Autores: Aguirre Megía, Claudia, Ruiz de Maya, S.; Palazon Vidal, M; Rodriguez Orejuela, Augusto

Título: La importancia del emisor en la comunicación boca-oido de la RSC

Tipo de participación: Trabajo en curso

Congreso: XXXi Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2019

Publicación:

Lugar celebración: Cáceres (España)

Fecha: 2019

Autores: Palazon Vidal, M; López Pérez, Manuela, López López, Inés, Sicilia Piñero, Maria

Título: The evaluation of the consumer journey through omnichannel integration: A proposal of indicators

Tipo de participación: Working paper

Congreso: XXXi Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2019

Publicación: 25th International Conference on Corporate and Marketing Communications

Lugar celebración: Granada (España)

Fecha: 2020

Experiencia en organización de actividades de I+D

Organización de congresos, seminarios, jornadas, etc., científicos-tecnológicos

Título: 33rd European Marketing Academy Conference

Tipo de actividad: Miembro Comité Organizador

Ambito: Internacional

Fecha: 18-21 mayo de 2004

Título: Master Oficial en Marketing (Universidad de Murcia)

Tipo de actividad: Coordinadora

Fecha: curso académico 2009/2010

Título: Master en Dirección y Gestión de Comercio Internacional (ENAE Business School)

Tipo de actividad: Coordinadora

Fecha de inicio: 01-01-2011

Fecha de finalización: 31-07-2019

Título: Grado en Marketing (Universidad de Murcia)

Tipo de actividad: Coordinadora

Fecha de inicio: 2017/2018

Título: Master Oficial en Marketing Digital y Analítico (Universidad de Murcia)

Tipo de actividad: Coordinadora

Fecha de inicio: 01-07-2019

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Otros méritos o aclaraciones que se desee hacer constar
(utilice únicamente el espacio equivalente a una página).

Valoración positiva de 2 tramos de investigación 2004-2009 y 2010-2016 (Sexenio de Investigación)

PREMIOS

Premio a la mejor ponencia ("Best in Session Award") presentada en la Winter Global Conference on Business and Finance en el año 2011 celebrada en Las Vegas (USA).

Premio a la mejor ponencia en congreso AEMARK 2015

Premio al mejor trabajo en curso AEMARK 2019

SEMINARIOS IMPARTIDOS

El Diseño Experimental Aplicado a la Investigación en Marketing en el Dpto. de Dirección y Gestión de Empresas en la Universidad de Almería (2010)

Curso impartido en la Escuela de Administración Pública de la Región de Murcia. Título: Metodología, Análisis y Representaciones de Datos con el Paquete Estadístico SPSS Duración: (20 horas) 2011

FORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN

1. Participación en el seminario "Multilevel Regression Workshop" (8 horas) celebrado en la Universidad Autónoma de Madrid (Febrero, 2011)
2. Participación en el seminario "Experiments in marketing research" (8.5 horas) celebrado en la Universidad Complutense de Madrid (Enero, 2014).

MIEMBRO DE COMITÉS CIENTÍFICOS Y ACTUACIONES COMO REVISOR EN REVISTAS CIENTÍFICAS ESPECIALIZADAS EN LA DISCIPLINA

1. Revisora de EMAC Conference (varios años), ANZMAC, ACEDE
2. Revisora del Congreso Nacional de Marketing AEMARK (varios años).
3. Revisora de la Revista Española de Investigación y Marketing ESIC
4. Revisora de la revista *European Journal of Marketing*
5. Revisora de la revista *Electronic Commerce Research*
6. Revisora de la revista *Tourist Management*

PARTICIPACIÓN EN ÓRGANOS Y ACTIVIDADES DE GESTIÓN UNIVERSITARIA

Directora del Máster Oficial en Marketing de la Universidad de Murcia durante el curso 2009/2010

Directora del Máster en Dirección y Gestión de Comercio Internacional de ENAE Business School (Título Propio Universidad de Murcia) desde el curso académico 2011/2012.

Secretaria del departamento de Comercialización e Investigación de Mercados en el periodo 2012-2014

DIRECCIÓN Y TUTORIZACIÓN DE PROYECTOS FIN DE CARRERA (L. Publicidad y RRPP), PROYECTOS FIN DE GRADO (Grado en ADE, Grado en Marketing) y TRABAJOS FIN DE MASTER (MBA).

PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN EDUCATIVA

PARTICIPACIÓN EN TALLERES Y CURSOS DE PERFECCIONAMIENTO DOCENTE

Nota: Si necesita más casos, añádalos utilizando las funciones de copiar y pegar con el 2º caso.

Parte A. DATOS PERSONALES	Fecha del CVA	
Nombre y apellidos	TEODORO LUQUE MARTINEZ	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	UNIVERSIDAD DE GRANADA		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados/ Fac. Ciencias Económicas y Empresariales		
Dirección	Campus de Cartuja		
Teléfono	958 246223	correo electrónico	tluque@ugr.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	2000
Espec. cód. UNESCO	53, 5311, 531101, 531105, 531106		
Palabras clave	Metodología de investigación, comportamiento del turista, marketing de ciudad, marketing estratégico, redes neuronales artificiales, marketing y universidad		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Diplomado en C, Empresariales	Universidad de Granada	1975-1978
Licenciado Económicas y Empresariales	Universidad de Sevilla	1978-1980
Maîtrise en Turismo	Universidad de Angers (Francia)	1987-1989
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Sevilla	1992
Management Development Programme for International Centers of Excellence	EOI Madrid	2011-2012

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Citas en Google académico 2199
 Citas totales desde 2011: 1288 (Google Académico)
 Promedio de citas/año durante los últimos 5 años: 258 (Google Académico)
 Índice H: 20(Google Académico)
 Sexenios de investigación CNEAI: 4
 Tesis dirigidas últimos 10 años: 3

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Durante los más de 30 años de trayectoria académica he impartido docencia en diferentes grados de la universidad de Granada y en diferentes máster y doctorados de diferentes universidades españolas (Sevilla, Santiago, Vigo, Valencia, Jaén, Almería, Málaga entre otras entre otras).

Las líneas prioritarias ha sido: marketing político y social, metodología de investigación, comportamiento del consumidor, en particular turistas, internet y turismo, marketing territorial y de ciudad, marketing y universidad.

En resumen:

- Autor de 18 libros publicados en editoriales como Ariel Economía, Pirámide, Thompson-Civitas o Editorial Universidad de Granada.
- Ha publicado artículos científicos en revistas nacionales e internacionales como Information & Management, Journal of Marketing for Higher Education, Industry and Higher Education, European Journal of Marketing, Online Information Review, Service Industries Journal, Information & Management, Journal of Consumer Marketing, Cities, Quality and Quantity; Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Revista Española de Investigación de Marketing-ESIC, Distribución y Consumo o Investigación y Marketing, Revista Española de Documentación Científica, El profesional de la información, entre otras.
- Más de 50 aportaciones a seminarios o congresos nacionales e internacionales celebrados en 20 países diferentes. En particular los de AEMARK, EMAC, American Marketing Academy, Marketings Trends, AEDEMO, AEDEM

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

LIBROS (selección):

1. Luque Martínez, T. editor y autor (2015). Horizon 2031 The University of Granada in Light of its V Centenary. Reflectionson the Future of the University. Universidad de Granada, 2015. ISBN 878-84-3385769-2
2. Luque Martínez, T. Del Barrio-García, Salvador; Sánchez-Fernández, Juan; Ibáñez-zapata, José Ángel; Doña-Toledo, L. (2015) Estudio de egresados de la Universidad de Granada. La inserción en el Campus de Excelencia Internacional BioTic (2011). Editorial de la Universidad de Granada. ISBN: 978-84-338-5741-5
3. Luque, T., del Barrio, S., & Aguayo, J. M. (2009). Estudio del impacto económico de la Universidad de Granada en su entorno. Consejo Social: Universidad de Granada.
4. Luque Martínez, T. Del Barrio García, S. (2006): Pla estratégico de la Universidad de Granada (2006-2010). Editorial de la Universidad de Granada. ISBN 84-338-3921-7
5. Luque Martínez T. (2003) Nuevas herramientas de investigación de mercados. Especial referencia a redes neuronales artificiales aplicadas al marketing. Civitas Thompson. ISBN 84-470-1983-7
6. Luque Martínez T. (2000) Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados. Pirámide. Madrid. 416 citas en Google Académico
7. Luque Martínez T. (1999) Encuesta para la investigación. En Sarabia FJ. “Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas”. Pirámide. Madrid.
8. Luque Martínez T. (1997) Investigación de Marketing. Ariel Economía. Barcelona. 113 citas en Google Académico.
9. Luque Martínez T. (1996) Marketing político: un análisis del intercambio político. Ariel Economía. Barcelona. 78 citas en Google Académico.
10. Luque Martínez T. (1990) El turismo, factor de desarrollo en la comarca accitana. Dirección General de Turismo. Junta de Andalucía. Sevilla. ISBN 84-7595-063-9

ARTICULOS (Selección últimos años):

1. Luque-Martínez, T., & del Barrio-García, S. (2016). Constructing a synthetic indicator of research activity. *Scientometrics*, 108(3), 1049-1064.
2. Luque-Martínez, T., Toledo, L. D., & Docampo, D. (2016). Influencia del programa Campus de Excelencia Internacional en la posición de las universidades españolas en el ranking de Shanghái. *Revista española de documentación científica*, 39(3), 5.
3. Luque-Martínez, T. (2015). Actividad investigadora y contexto económico. El caso de las universidades públicas españolas/Research activity and economic context: the case of Spanish public universities. *Revista Espanola de Documentacion Cientifica*, 38(1), 1.
4. Luque-Martínez, T. (2013). La actividad investigadora de la universidad española en la primera década del siglo XXI: la importancia del tamaño de la universidad. *Revista española de documentación científica*, 36(4), 36-15.
5. Luque Martínez, T., & Toledo, L. D. (2013). What do graduates think? An analysis of intention to repeat the same studies and university. *Journal of Marketing for Higher Education*, 23(1), 62-89.
6. Docampo, D., Triguero, F. H., Luque-Martínez, T. L., & Salinas, D. T. (2012). Efecto de la agregación de universidades españolas en el Ranking de Shanghai (ARWU): caso de las comunidades autónomas y los campus de excelencia. *El profesional de la información*, 21(4), 428-432.
7. Toteva, A., & Luque, T. (2011). Comportamiento financiero de los inmigrantes. *Investigación y Marketing*, (111), 24-29.
8. Munoz-Leiva, F., Luque-Martínez, T., & Sánchez-Fernández, J. (2010). How to improve trust toward electronic banking. *Online Information Review*, 34(6), 907-934.
9. Castañeda, J. A., Rodríguez, M. A., & Luque, T. (2009). Attitudes' hierarchy of effects in online user behaviour. *Online Information Review*, 33(1), 7-21.
10. del Barrio-García, S., & Luque-Martínez, T. (2009). The value of client perceptions in university strategic planning: an empirical research study. *Industry and Higher Education*, 23(6), 423-436.
11. del Barrio García, S., Luque-Martínez, T., & Rodríguez Molina, M. Á. (2009). La modelización de la imagen de ciudad desde la perspectiva de los líderes de opinión externos. *EURE (Santiago)*, 35(106), 9-28.

12. Luque-Martínez, T., & Del Barrio-García, S. (2009). Modelling university image: The teaching staff viewpoint. *Public Relations Review*, 35(3), 325-327.
13. Montoro Rios, F. J., Luque-Martínez, T. & Rodríguez Molina, M. A. (2008). How green should you be: Can environmental associations enhance brand performance?. *Journal of Advertising Research*, (48), 547-563.
14. Montoro-Rios, F. J., Luque-Martínez, T., & Rodríguez-Molina, M. A. (2008). How green should you be: Can environmental associations enhance brand performance?. *Journal of Advertising Research*, 48(4), 547-563.
15. Castañeda, J. A., Montoso, F. J., & Luque, T. (2007). The dimensionality of customer privacy concern on the internet. *Online Information Review*, 31(4), 420-439.
16. Luque-Martínez, T., Alberto Castañeda-García, J., Frías-Jamilena, D. M., Muñoz-Leiva, F., & Rodríguez-Molina, M. A. (2007). Determinants of the use of the internet as a tourist information source. *The Service Industries Journal*, 27(7), 881-891.
17. Luque-Martínez, T., Del Barrio-García, S., Ibáñez-Zapata, J. Á., & Molina, M. Á. R. (2007). Modeling a city's image: The case of Granada. *Cities*, 24(5), 335-352.
18. Castañeda, JA.; Muñoz-Leiva, F. Luque, T. (2007): Web Acceptance Model (WAM): Moderating effects of user experience. *Information & Management*. V. 44 (4), 384-396
19. Montoro Rios, F. J., Luque Martínez, T., Fuentes Moreno, F., & Cañadas Soriano, P. (2006). Improving attitudes toward brands with environmental associations: an experimental approach. *Journal of Consumer Marketing*, 23(1), 26-33.

C.2. Proyectos

1. Proyecto: INTERNET, COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO EN ANDALUCÍA
Código: P06-SEJ-2170
Ámbito del proyecto: Autonómico
Entidad financiadora: [Proyecto de Excelencia] Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo (Junta de Andalucía)
Responsable: Teodoro Luque Martínez
Fecha inicio: 11/04/2007
Fecha fin: 2010
Cuantía total (EUROS): 162.736 €
2. Proyecto: Modelización del Comportamiento del Consumidor en Mercados Electrónicos. Análisis de los Factores Internos y de Navegación
Código: SEC2003-09231
Ámbito del proyecto: Nacional
Entidad financiadora: [Plan Nacional I+D+i] Secretaría de Estado de Política Científica y Tecnológica (Ministerio de Ciencia y Tecnología)
Responsable: Teodoro Luque Martínez
Fecha inicio: 30/11/2003
Fecha fin: 30/11/2006
Cuantía total (EUROS): 57.960 €
3. Proyecto: Contribución de Internet al Valor de la Marca Andalucía como Destino Turístico
Código: P11-SEJ-8104
Ámbito del proyecto: Nacional
Entidad financiadora: [Proyecto de Excelencia] Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo (Junta de Andalucía)
Responsable: Dolores María Frías Jamilena
Fecha inicio: 01/02/2013
Fecha fin: 31/01/2016
Cuantía total (EUROS): 51.750 €
4. Proyecto: Análisis De Los Mecanismos Cognitivos Y Afectivos En El Procesamiento De La Comunicación Medioambiental Desde Una Perspectiva De Neuromarketing
Código: ECO2012-39576
Ámbito del proyecto: Nacional
Entidad financiadora: Subprograma De Proyectos De Investigación Fundamental No Orientada.
Responsable: F. Muñoz Leiva
Fecha inicio: 01/01/2013
Fecha fin: 31/12/2015

Cuantía total (EUROS): 29500 €

5. Proyecto: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE HUÉLAGO (Granada)
Código: ECO2012-39217
Ámbito del proyecto: Provincial
Entidad financiadora: [Plan Diputación Provincial de Granada
Responsable: Teodoro Luque Martínez. JA Castañeda
Fecha inicio: 06/04/2009
Fecha fin: 30/04/2010
Cuantía total (EUROS): 17.000 €
6. Proyecto: VALORACIÓN DE LA INICIATIVA "NEW SEVEN WONDERS" Y SUEFECTO SOBRE EL TURISMO Y LA SOCIEDAD"
Código: 2948
Ámbito del proyecto: Nacional
Entidad financiadora: Patronato de la Alhambra y del Generalife
Responsable: Teodoro Luque Martínez
Fecha inicio: 01/07/2007
Fecha fin: 31/12/2007
Cuantía total (EUROS): 10.000 €
7. Proyecto: ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATEGICO DE GRANADA"
Entidad financiadora: Ayuntamiento de Granada
Responsable: Teodoro Luque Martínez
Año 2002-2003
Cuantía total (EUROS): 48.082 €
8. Proyecto: LA IMAGEN DE LA CIUDAD DE GRANADA POR LOS RESIDENTES
Entidad financiadora: Ayuntamiento de Granada
Responsable: Teodoro Luque Martínez
Año 2002-2003
Cuantía total (EUROS): 48.082 €

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Contratos de investigación y asesoría (40) don diferentes empresas e instituciones como Puleva, Diputación de Granada, Caja Rural de Granada, Carrefour, diversos ayuntamientos y Universidades

C.4. Patentes

No procede

C.5, C.6, C.7...

- Editor de la Revista Española de Investigación de Marketing-ESIC (2004-2008).
- Autor Primer "Plan Estratégico de la Universidad de Granada"
- Autor Primer estudio de "Impacto económico de la Universidad de Granada"
- Director de 10 tesis doctorales
- Director del Master Interuniversitario de Marketing y Comportamiento del Consumidor (hasta 2011)
- Coordinador del Programa de Doctorado de Marketing y Consumo

Puestos desempeñados

- Director del grupo de investigación ADEMAR, SEJ 241 de la Junta de Andalucía.
- Director del Departamento de Administración de Empresas y Marketing (1996-2000)
- Director del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados (2002-2004)
- Coordinador del programa ECTS (puesta en marcha del programa piloto).
- Director del Plan Estratégico de la ciudad de Granada (2002-2003).
- Vicerrector de Relaciones con la Empresa y Plan Estratégico de la Universidad de Granada (2004-2008).
- Actualmente (desde 2009) responsable del proyecto de CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

Transferencia

Desarrollo de proyectos y contratos de investigación con empresas y entidades como Puleva Food, Puleva Biotech, Hefagra, Diputación de Granada, Ayuntamiento de Granada, Caja Rural de Granada, Carrefour, Ministerio de Educación y Ciencia o Junta de Andalucía entre otras.

Estancias superiores a un mes: Indiana University; University of Texas (Austin); Ottawa University



CURRICULUM VITAE (CVA)

AVISO IMPORTANTE – El Curriculum Vitae no podrá exceder de 4 páginas. Para rellenar correctamente este documento, lea detenidamente las instrucciones disponibles en la web de la convocatoria.

IMPORTANT – The Curriculum Vitae cannot exceed 4 pages. Instructions to fill this document are available in the website

Fecha del CVA	9/12/2021
----------------------	-----------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	MARÍA ISABEL		
Apellidos	BUIL CARRASCO		
Sexo (*)	Mujer	Fecha de nacimiento	17/08/1981
DNI, NIE, pasaporte	72.978.904-L		
Dirección email	ibuil@unizar.es	URL Web	http://generes.unizar.es/es/members/buil-carrasco/
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0001-6631-8909		

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Profesora Titular de Universidad <i>(Acreditada al cuerpo de Catedráticos de Universidad desde mayo de 2019)</i>		
Fecha inicio	28/04/2012		
Organismo/ Institución	Universidad de Zaragoza		
Departamento/ Centro	Dirección de Marketing e Investigación de Mercados / Facultad de Economía y Empresa		
País	España	Teléfono	876 554939
Palabras clave	Gamificación, Dirección de marca, Redes sociales		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con el Art. 14. 2.b) de la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2007-2011	Diversas figuras de profesor dentro de la Universidad de Zaragoza

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Lic. Admon. y Dir. Empresas	Universidad de Zaragoza / España	2003
Doctorado	Universidad de Zaragoza / España	2009

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5000 caracteres, incluyendo espacios):

En relación a mis aportaciones científicas, mi investigación se centró inicialmente en la dirección de marca. Los trabajos desarrollados en esta temática han contribuido a mejorar la comprensión de los procesos asociados a la gestión del valor de las marcas, desde un punto de vista interno y externo. Esta línea ha tenido su continuidad en el estudio de la gestión de las marcas en las redes sociales, abordando cuestiones de actualidad como el comportamiento de los usuarios en este ámbito. En los últimos años, mi línea principal de investigación es la gamificación, donde mis investigaciones han contribuido a favorecer la implementación y puesta en práctica de esta nueva herramienta en diversos contextos.

Los resultados de mi investigación se han difundido en los principales foros de discusión en el área de marketing (*Congreso Internacional de Marketing AEMARK, Congreso Nacional de ACEDE, European Marketing Academy Conference, Academy of Marketing Conference, etc.*) y publicado en revistas de reconocido prestigio como *Journal of Business Research, Journal*



of Advertising Research, Journal of Business Ethics, Tourism Management, International Journal of Hospitality Management, Personality and Individual Differences, European Journal of Marketing, Journal of Services Marketing y BRQ Business Research Quarterly.

En concreto, en los últimos 10 años, he publicado 29 artículos en revistas incluidas en el JCR, de los cuales 12 se sitúan en el primer cuartil y 6 en el segundo cuartil (teniendo en cuenta el factor de impacto del año de publicación). En conjunto, los trabajos publicados han recibido un alto número de citas (Google Scholar; 5546; Scopus: 1940 y Web of Science: 1447), lo cual se refleja en el índice H (Google Scholar; 34; Scopus: 20 y Web of Science: 17). Estas publicaciones me han permitido obtener hasta el momento el reconocimiento de 2 sexenios de investigación (2004-2009, 2010-2015).

La investigación realizada ha sido financiada a través de proyectos de investigación nacionales y autonómicos en los que he participado de manera activa (ver CV). Entre ellos, cabe destacar el proyecto de I+D del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (ECO2017-82103-P), del cual he sido Investigadora Principal junto a la Dra. Martínez.

Fruto de tres estancias de investigación pre- y post-doctorales, he colaborado con profesores como el Dr. Leslie de Chernatony (Aston Business School), la Dra. Elaine Wallace y el Dr. Michael Hogan (National University of Ireland Galway) y el Dr. Leif E. Hem (Norwegian School of Economics). Así, en torno al 50% de mis publicaciones se han realizado en colaboración con profesores de universidades internacionales.

En lo que respecta a mis aportaciones a la sociedad, he divulgado los resultados de mi investigación en publicaciones de corte no académico, como *UCJC Business & Society Review* (anteriormente *Universia Business Review*) y *Distribución y Consumo*, cuya audiencia está formada principalmente por gestores de organizaciones empresariales.

Asimismo, he colaborado con el sector privado y con entidades públicas a través de proyectos de investigación, contratos OTRI y acuerdos de colaboración.

En relación a la formación de jóvenes investigadores, he dirigido la tesis doctoral de la Dra. Catalán. Defendida en 2018, recibió el Premio Extraordinario de Doctorado de la Universidad de Zaragoza 2019 y la mención 'Highly Commended recipient of the 2018 Emerald/EFMD Doctoral Research Awards' en la categoría de Marketing. En la actualidad, dirijo dos tesis doctorales, siendo una de las doctorandas beneficiaria de una ayuda del Programa de Formación de Profesorado Universitario (FPU).

Asimismo, soy la responsable, junto a la Dra. Martínez, de una de las tres líneas de investigación del Grupo Generés, reconocido por el Gobierno de Aragón y dirigido por la Dra. Polo, del cual formo parte.

Por último, cabe destacar mi participación como miembro del comité organizador de conferencias y de Editorial Review Boards, del Instituto Universitario de Investigación en Empleo, Sociedad Digital y Sostenibilidad (IEDIS) de la Universidad de Zaragoza y mi labor como evaluadora de revistas y proyectos de investigación.

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES (últimos 10 años)

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias (ver instrucciones). N^o de citas y promedio año basado en Google Scholar.

Bitrián, P., Buil, I. & Catalán, S. (2021). Enhancing user engagement: The role of gamification in mobile apps. *Journal of Business Research*, Vol. 132, pp. 170-185. DOI:10.1016/j.jbusres.2021.04.028. JCR (2020): 7.550; Q1 Business. Citas: 11 (promedio año 11)

Bitrián, P., Buil, I. & Catalán, S. (2021). Making finance fun: The gamification of personal financial management apps. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 39 (7), pp. 1310-1332. DOI:10.1108/IJBM-02-2021-0074. JCR (2020): 4.412; Q2 Business.

Wallace, E. & Buil, I. (2021). A typology of conspicuous donation on Facebook. *Journal of Services Marketing*, Vol. 35 (4), pp. 535-552. DOI:10.1108/JSM-06-2020-0216. JCR (2020): 4.466; Q2. Business Citas: 1 (promedio año 1)

Buil, I., Catalán, S. & Martínez, E. (2020). Understanding applicants' reactions to gamified recruitment. *Journal of Business Research*, Vol. 110, pp. 41-50.



- DOI:10.1016/j.jbusres.2019.12.041. JCR (2020): 7.550; Q1 Business. Citas: 34 (promedio año 17)
- Buil, I., Catalán, S., & Martínez, E. (2020). Engagement in business simulation games: A self-system model of motivational development. *British Journal of Educational Technology*, Vol. 51, pp. 297-311. DOI:10.1111/bjet.12762. JCR (2020): 4.929; Q1 Education & Educational Research Citas: 13 (promedio año 6.5)
- Wallace, E. & Buil, I. (2020). Hiding Instagram Likes: effects on negative affect and loneliness. Vol. 170. *Personality and Individual Differences*. DOI:10.1016/j.paid.2020.110509. JCR (2020): 3.004; Q2 Psychology, Social. Citas: 6 (promedio año 3)
- Wallace, E., Buil, I. & de Chernatony, L. (2020). 'Consuming good' on social media: What can conspicuous virtue signalling on Facebook tell us about prosocial and unethical intentions? *Journal of Business Ethics*, Vol. 162, pp. 577-592. DOI:10.1007/s10551-018-3999-7. JCR (2020): 6.430; Q1 Ethics (3/56); Q2 Business. Citas: 46 (promedio año 23)
- Buil, I., Martínez, E. & Matute, J. (2019). Transformational leadership and employee performance: The role of identification, engagement and proactive personality. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 77, pp. 64-75. DOI:10.1016/j.ijhm.2018.06.014. JCR (2019): 6.701; Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism, Decil 1. Citas: 359 (promedio año 119)
- Buil, I., Martínez, E. & Matute, J. (2016). From internal brand management to organizational citizenship behaviours: Evidence from frontline employees in the hotel industry. *Tourism Management*, Vol. 57, pp. 256-271. DOI:10.1016/j.tourman.2016.06.009. JCR (2016): 4.707; Q1 Management. Citas: 134 (promedio año 27)
- Wallace, E., Buil, I., de Chernatony, L. & Hogan, M. (2014) "Who "Likes" you? and why? A typology of Facebook Fans. *Journal of Advertising Research*, Vol. 54 (1), pp. 92-109. DOI:10.2501/JAR-54-1-092-109. JCR (2014): 2.563; Q1 Business. Citas: 196 (promedio año 28)

C.2. Congresos

Modalidad de participación en todos ellos: presentación oral.

- Congreso Internacional de Marketing AEMARK: Bitrián, Buil & Catalán, 2021, Jaén; Bitrián, Buil & Catalán, 2019, Cáceres; Buil, Catalán & Martínez, 2018, Barcelona; Buil, Catalán & Martínez, 2016, León; Buil, Catalán & Martínez, 2015, Pamplona.
- Congreso de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE): Bitrián, Buil & Catalán, 2021, Cartagena; Buil, Catalán & Martínez, 2018, Valladolid; Bravo, Buil, de Chernatony & Martínez, 2016, Vigo; Buil, Catalán & Martínez, 2015, Jaén.
- European Marketing Academy Conference (EMAC): Wallace & Buil, 2021, Madrid; Wallace, Buil & de Chernatony, 2018, Glasgow (UK); Buil, Martínez & de Chernatony, 2014, Valencia; Wallace, de Chernatony & Buil, 2012, Lisboa (Portugal).
- Academy of Marketing Conference: Wallace, Buil & de Chernatony, 2017, Hull (UK).

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

Título: La gamificación como estrategia para llegar al consumidor (ECO2017-82103-P)

Entidad financiadora: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

Convocatoria: Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia

IP: Dra. Isabel Buil Carrasco y Dra. Eva Martínez Salinas, Univ. de Zaragoza

Desde: enero, 2018 hasta: septiembre, 2021; Cuantía de la subvención: 43.560€

Tipo de participación: Investigadora principal

Título: Proyecto de Investigación del Grupo de Investigación Generés (S54_20R)

Entidad financiadora: Gobierno de Aragón

Convocatoria: Subvenciones a la actividad investigadora de grupos de investigación

IP: Dra. Yolanda Polo Redondo, Universidad de Zaragoza

Desde: 01/01/2020 hasta: 31/12/2022; Cuantía de la subvención: 25.094€

Tipo de participación: Miembro del equipo investigador



Título: Gamificación en tiempos de coronavirus: un estudio sobre las aplicaciones móviles de rastreo (JIUZ-2020-SOC-04)

Entidad financiadora: Fundación Bancaria Ibercaja y Universidad de Zaragoza

IP: Dra. Sara Catalán Gil, Universidad de Zaragoza

Duración, desde: enero 2021 hasta: febrero 2022; Cuantía de la subvención: 2.000€

Tipo de participación: Miembro del equipo investigador

Título: Proyecto de Investigación del Grupo de Investigación Generés (S54_17R)

Entidad financiadora: Gobierno de Aragón

Convocatoria: Subvenciones a la actividad investigadora de grupos de investigación

IP: Dra. Yolanda Polo Redondo, Universidad de Zaragoza

Desde: 01/01/2017 hasta: 31/12/2019; Cuantía de la subvención: 46.451€

Tipo de participación: Miembro del proyecto de investigación equipo investigador

Título: La gestión interna y externa de la marca desde la perspectiva del marketing. Un estudio aplicado a sectores de servicios (ECO2013-41257-P)

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad

Convocatoria: Programa Estatal de Investigación Científica y Técnica de Excelencia

IP: Dra. Eva Martínez Salinas, Universidad de Zaragoza

Desde: enero, 2014 hasta: diciembre, 2017; Cuantía de la subvención: 39.809€

Tipo de participación: Miembro del equipo investigador

Título: Proyecto de Investigación del Grupo de Investigación Generés (S-09)

Entidad financiadora: Gobierno de Aragón

Convocatoria: Subvenciones a la actividad investigadora de grupos de investigación

IP: Dra. Yolanda Polo Redondo, Universidad de Zaragoza

Desde: 1 enero 2014 hasta: 31 diciembre 2016; Cuantía de la subvención: 45.350€

Tipo de participación: Miembro del equipo investigador

Título: Proyecto de Investigación del Grupo de Investigación de Excelencia Generés (S-09)

Entidad financiadora: Gobierno de Aragón

Convocatoria: Subvenciones a la actividad investigadora de grupos de investigación

IP: Dra. Yolanda Polo Redondo, Universidad de Zaragoza

Desde: 1 enero 2011 hasta: 31 diciembre 2013; Cuantía de la subvención: 64.636€

Tipo de participación: Miembro del equipo investigador

Título: Imagen Corporativa como Elemento de la Estrategia de Marketing: Un Estudio Aplicado al Sector de la Banca Comercial en España y Reino Unido (ECO2009-08283)

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación

Convocatoria: Programa Nacional de Proyectos de Investigación Fundamental

IP: Dra. Eva Martínez Salinas, Universidad de Zaragoza

Duración, desde: enero, 2010 hasta: diciembre, 2013; Cuantía de la subvención: 90.750€

Tipo de participación: Miembro del equipo investigador

C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados

- Publicaciones en revistas divulgativas: Buil, I., Catalán, S. y Ortega, R. (2019). Gamificación y Motivación: Nuevas Herramientas para la Captación de Talento. *UCJC Business and Society Review*, Vol. 16 (3), pp. 146-179.
- Convenio de colaboración: Universidad de Zaragoza y KUKA Roboter GmbH (agosto 2020-julio 2021), IP: Isabel Buil.



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Parte A. DATOS PERSONALES

		Fecha del CVA	09/04/2019
Nombre y apellidos	Francisco Muñoz Leiva		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	I-1801-2015	
	Código Orcid	0000-0002-4996-7525	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección			
Teléfono		Correo electrónico	
Categoría profesional	Profesor Titular de Universidad	Fecha inicio	03/01/2012
Espec. cód. UNESCO	531105, 531106, 6114, 611413, 531101, 120307		
Palabras clave	Marketing (Comercialización), Estudios de Mercado, Psicología social, Neuromarketing, Publicidad, Modelos Causales		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado	Universidad de Granada	2015
Doctor en Ciencias Empresariales	Universidad de Granada	2008

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (*véanse instrucciones*)

Total publicaciones indexadas en Web of Science (WoS): 46 (44 indexados en el JCR)

Citas totales en WoS: 602

Total publicaciones indexadas en SCOPUS: 27

Citas totales en SCOPUS: 584

Citas totales Google Scholar: (en los últimos 5 años): 1646

Índice H en Google Scholar: 24

Sexenios de investigación CNEAI: 2

Tesis dirigidas últimos 10 años: 7

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (*máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco*)

El profesor Muñoz Leiva lleva 17 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Granada, teniendo en la actualidad 3 tramos docentes reconocidos y 2 tramos de investigación (sexenios) reconocidos por la CNEAI.

El pasado 13 de noviembre consiguió la plaza de Catedrático de Universidad (BOE 5/12/18). Ha dirigido 7 tesis doctorales, 25 trabajos fin de máster y 1 trabajo de investigación tutelada. 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.ualg.pt/>).

Ha publicado 53 artículos científicos en revistas indexadas en WoS, SCOPUS o INRECS. En los últimos años ha publicado 44 artículos en revistas indexadas en el JCR en posiciones relevantes tales como: 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. Diez de ellos en revistas con un factor de impacto superior a 2 puntos (en el área de comunicación, computer science, sicología o ciencias de la gestión).

Ha publicado 3 libros y 13 capítulos de libro, la mayoría de ellos publicados por editoriales internacionales de prestigio como Pearson e IGI-Global. Ha sido editor de 2 libros



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

internacional publicado por IGI-Global.

Una divulgación de resultados de la actividad investigadora con 63 contribuciones a congresos de ámbito internacional en su mayoría (40) y nacional (23), acudiendo al menos a dos cada año desde 2003. 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).

Ha obtenido 4 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales. Ha participado como investigador en 10 proyectos de investigación 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), por un importe total de 554.843,25€. También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo como colaborador en 21 contratos de investigación por un importe total de más de 82.000 euros. Por último, ha sido investigador principal en dos de estos proyectos de investigación en convocatorias competitivas (I+D+i) y 4 contratos de investigación gestionando un total de 77.664 euros.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

- Artículos indexados con índice de impacto más relevantes

- Muñoz Leiva, Francisco; Luque, T.; Sánchez, J. (2010): 'How to Improve Trust toward Electronic Banking?', *Online Information Review*, 34 (5), pp. 907-934 (IF JCR 2010: 0,991, Q2).
- Muñoz Leiva, Francisco; López, A.G.; Sánchez, J.; Liébana, F. J. (2012): 'Applying an automatic approach for showing up the hidden themes in financial marketing research (1961–2010)', *Expert Systems with Applications*, 39(12), pp. 11055–11065 (IF JCR 2012: 1,850, Q1).
- Liébana, F; Muñoz Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2014): '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 (IF JCR 2014: 1,550, Q1).
- Muñoz-Leiva, Francisco; del Barrio-García, Salvador; Porcu, L. (2015): 'Discovering prominent themes of Integrated Marketing Communication research from 1991 to 2012: A co-word analytic approach', *International Journal of Advertising*, 34(4), pp. 678-701 (IF JCR 2012: 2,451, Q1).
- Liébana, Francisco J.; Sánchez, J.; Muñoz Leiva, Francisco (2014): 'Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age', *Computers in Human Behavior*, 35(Jun), pp. 464–478 (IF JCR 2014: 2.694, Q1).
- Liébana, F. J., Muñoz Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2015): 'Payment systems in new electronic environments: consumer behavior in payment via SMS.', *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 14(2), pp. 24-135 (IF JCR 2015: 1,89, Q1).
- Hernández, J.; Muñoz Leiva, Francisco (2015): 'What type of online advertising is most effective for eTourism 2.0? An eye tracking study based on the characteristics of tourists', *Computers in Human Behavior*, 50, pp. 618-626 IF JCR 2015): 2,880, Q1).
- Liébana, F., Muñoz-Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2017): 'A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment', *Service Business* (IF JCR 2017: 2,110, Q2).
- Muñoz-Leiva, Francisco; 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).



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

- Muñoz-Leiva, Francisco; Gómez-Carmona, D. (2018): 'Sparking interest in restaurant dishes? Cognitive and affective processes underlying dish design and ecological origin: A fMRI study', *Physiology and Behavior*, 2018, in press, pp. 1-14 (IF JCR 2017: 2,517, Q1).
- Liébana-Cabanillas, F.J.; Ramos de Luna, I.; Sánchez-Fernández, J.; Muñoz Leiva, F. (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, pp. 1-14 (IF JCR 2017: 3,129, Q1).
- Muñoz-Leiva, F.; De la Hoz Correa, A. (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).
- Muñoz-Leiva, F.; 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).
- De la Hoz Correa, A.; Muñoz-Leiva, F. (2018): 'The role of information sources and image on the intention to visit a medical tourism destination: A cross-cultural analysis', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, In press, pp. 1-10 (IF JCR 2017: 1,975, Q3).
- Molinillo, S.; Pérez García, F., Muñoz-Leiva, F. (2018): 'The effects of human-game interaction, network externalities, and motivations on players' use of mobile casual games', *Industrial Management & Data Systems*, 118 (9), pp. 1-20 (IF JCR 2017: 2,948, Q1).
- Liébana-Cabanillas, F.J.; Ramos de Luna, I.; Sánchez-Fernández, J.; Muñoz-Leiva, F. (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, pp. 1-14 (IF JCR 2017: 3,129, Q1).

- Libros y capítulos de libros más relevantes

- Rejón, F.; Sánchez, J.; Muñoz Leiva, Francisco (2012): 'Improving the Effectiveness of Advertising in Internet Social Networking', en: *Handbook of Research on Business Social Networking: Organizational, Managerial, and Technological Dimensions*, Vol. I, edita IGI Publishing, Hershey PA, USA, (Inglaterra), ISBN: 978-1-61350-168-9, pp. 140 -230.
- Liébana, F. Noguerras, R.; Muñoz-Leiva, Francisco; Rojas, I.; Guillén, A. (2013): 'Applying Multi-objective Optimization for Variable Selection to Analyze User Trust in Electronic Banking', en: *Management Intelligent Systems. Series Advances in Intelligent Systems and Computing*, Vol. 220, edita Casillas, J. et al. (Eds.), ISBN: 978-3-319-00569-0, pp. 143-152.
- Liébana, F. J.; Muñoz-Leiva, Francisco (2014): 'Innovation and Diversification Policies in the Banking Sector: The Case of the Urban@ Program', en: *Handbook of research on enterprise 2.0: Technological, social, and organizational dimensions*, Ed. IGI Global Publishing, Hershey PA, USA, ISBN: 978-1466643734, pp. 312-329.
- Liébana, F.J.; Muñoz-Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2014): 'Comparative Study Among New Payment Systems and New Future Trends in Mobile Payments', en: *Electronic Payment Systems for Competitive Advantage in E-Commerce*, Ed. IGI Global Publishing, ISSN: 978-1466651906, pp. 217-253.
- García Maroto, Inmaculada; Muñoz Leiva, Francisco (2016): 'Adoption of biomass heating systems: Cross-market study of the European region', en: *Analyzing the cultural diversity of consumers in the global Marketplace*, Ed. IGI Global Publishing, ISBN: 978-1-466-68262-7, pp. 177-206.

- Otras publicaciones más relevantes

- Liébana, F.; Martínez, M.; Rejón, F.; Muñoz-Leiva, F. (2012): 'Gender as a moderating element of customer satisfaction with electronic banking? an empirical study of spanish electronic', *The International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT)*, 5 (5), pp. 1–33.



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

- Liébana, F.; Muñoz-Leiva, F. y Sánchez-, J. (2013): 'The impact of risk on the technological acceptance of mobile payment services', *Global Business Perspectives*, 2013 (1), pp. 309–328.
- Silva, S.H.; Muñoz-Leiva, Francisco; Liébana, F. (2013): The determinants of mobile banking acceptance: conceptual development and empirical analysis ', *International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT)*, 2013, pp. 1-27.
- Muñoz Leiva, Francisco; Climent-Climent, S.; Liébana-Cabanillas, F. (2016): Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model, *Spanish Journal of Marketing*, 21, pp. 25-38.

C.2. Proyectos

Investigador principal del proyecto del Plan Nacional de I+D+i:

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).

Investigador principal: Muñoz Leiva, Francisco y Del Barrio García, Salvador

Organismo financiador: Ministerio de Economía y Competitividad

Inicio - fin: 01/01/2018 – 31/12/2020

Cuantía total (EUROS): 37510€

Investigador principal del proyecto del Plan Nacional de I+D+i:

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i. Fundamental No Orientada. 2012

Título (referencia): Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva del neuromarketing (ECO2012-39576).

Investigador principal: Muñoz Leiva, Francisco

Organismo financiador: Ministerio de Economía y Competitividad

Inicio - fin: 01/02/2013 – 31/01/2016

Cuantía total (EUROS): 29250

También ha participado como investigador colaborador en los siguientes contratos de investigación:

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D

Título (referencia): Investigación Comercial sobre Alimentos Funcionales: Nuevos Valores y Óptica Relacional (1FD97-0306)

Investigador principal: Luque Martínez, Teodoro

Organismo financiador: Ministerio de Educación y Ciencia; programa FEDER

Inicio - fin: 30/10/2001 – 30/04/2012

Cuantía total (EUROS): 137.631

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D

Título (referencia): Modelización del Comportamiento del Consumidor en Mercados Electrónicos. Análisis de los Factores Internos y de Navegación (SEC2003-09231)

Investigador principal: Luque Martínez, Teodoro

Organismo financiador: Ministerio de Educación y Ciencia; programa FEDER

Inicio - fin: 17/03/2004 - 01/09/2006

Cuantía total (EUROS): 57.960

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i

Tipo de proyecto: Proyectos de excelencia de la Junta de Andalucía

Título (referencia): Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible (P10.SEJ.6768)

Investigador principal: Montoro Ríos, Fco. J.



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Organismo financiador: Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía

Inicio - fin: 15/03/2011-15/03/2014

Cuantía total (EUROS): 46.755

Tipo de proyecto: Proyectos de Investigación de Excelencia (Junta de Andalucía)

Título (referencia): 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)

Investigador principal: Sánchez Fernández, Juan

Organismo financiador: Junta de Andalucía.

Inicio - fin: 01/01/2014 - 31/12/2016

Cuantía total (EUROS): 64.745

Parte A. DATOS PERSONALES		Fecha del CVA		02/07/2020
Nombre y apellidos	Salvador del Barrio García			
DNI/NIE/pasaporte	24257025Y	Edad	49	
Núm. identificación del/de la investigador/a	WoS Researcher ID (*)	I-3632-2015		
	SCOPUS Author ID (*)	21739318800		
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) **	0000-0002-6144-0240		

(*) Al menos uno de los dos es obligatorio

(**) Obligatorio

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados / Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Dirección	Campus Cartuja s/n CP:18071 Granada		
Teléfono	+34958242347	correo electrónico	dbarrio@ugr.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	20/12/2019
Palabras clave	Comunicación integrada de marketing, marketing turístico, neurociencia del consumidor, marketing online, marketing crosscultural		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctor en Ciencias Empresariales	Universidad de Granada	1999
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	1994

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Total publicaciones indexadas en WOS: 49

Citas totales en Web of Science: 297

Total publicaciones indexadas en SCOPUS: 45

Citas totales en SCOPUS: 327

Citas totales Google Scholar: 2532 (1509 en los últimos 5 años)

Índice H en Google Scholar: 19

Sexenios de investigación CNEAI: 3 (último concedido en 2015)

Sexenios de transferencia CNEAI: 1 (último concedido en 2019)

Tramos de investigación autonómicos (Junta de Andalucía): 5 (todos los posibles)

Tesis dirigidas últimos 10 años: 5 (1 con mención internacional, 1 premio extraordinario UGR)

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

El profesor Del Barrio lleva 26 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Granada. Ha dirigido 5 tesis doctorales, 24 Trabajos Fin de Máster y 4 DEAs. Ha sido Visiting Scholar en la *McCombs School of Business* de la University of Texas at Austin (USA) de mayo a agosto de 2016 y profesor visitante en la *Burgundy Business School* (Francia) durante 9 años (1999-2008).

Ha publicado hasta la fecha 42 artículos científicos en revistas indexadas en WOS o SCOPUS. En los últimos años ha publicado en revistas pertenecientes al JCR en posiciones relevantes (1er Decil, Q1 y Q2) (la gran mayoría en el ámbito del Hospitality and Tourism Management): *Journal of Interactive Marketing*, *Journal of Travel Research*, *International Journal of Hospitality Management*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *Journal of Destination Marketing & Management*, *Cornell Hospitality Quarterly*, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *Journal of Vacation Marketing*, *International Journal of Tourism*



Research, International Journal of Advertising, Journal of Advertising Research, Computers in Human Behavior, Journal of Air Transport Management, entre otras.

Destacar que en los últimos 5 años el profesor Del Barrio ha publicado 30 artículos científicos con índice de impacto (JCR, ESCI y SCOPUS) de los cuales 20 han sido JCR (65% de alto impacto Q1 y Q2).

Ha publicado 10 libros y 17 capítulos de libro, la mayoría de ellos publicados por editoriales internacionales de prestigio como Springer, Wiley, IGI-Global y Pearson. Ha sido Editor de 1 libro internacional publicado por IGI-Global.

Ha participado en más de 100 Congresos Científicos, de los cuales más de 60 son de carácter internacional, acudiendo al menos a uno cada año desde 1996. Ha obtenido 7 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales. Ha participado como investigador en 15 proyectos de investigación, de los cuales 13 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). Ha sido y es IP en 3 proyectos de investigación en convocatorias competitivas, gestionando un total de 104.000 euros. También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo como investigador principal y colaborador en más de 30 contratos de investigación por un importe total de más de 600.000 euros.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (*ordenados por tipología*)

C.1. Publicaciones más relevantes (últimos cinco años)

- Frías-Jamilena, D.M., Castañeda-García, J.A., **Del Barrio-García, S.**, & Rodríguez-López, L. (2020). The effect of self-congruity and motivation on consumer-based destination brand equity. *Journal of Vacation Marketing*, 26(3), 287-304 (IF JCR 2019: 1.471 Q3 – SJR 2019: 0.927 Q1).
- **Del Barrio-García, S.**, Muñoz-Leiva, F., Golden, L. (2020). A Review of Comparative Advertising Research 1975-2018: Thematic and Citation Analyses. *Journal of Business Research* (*In press*) (IF JCR 2019: 4.874 Q1 – SJR 2019: 1.871 Q1).
- Rodríguez-López, M.E., Alcántara-Pilar, J.M., **Del Barrio-García, S.**, and Muñoz-Leiva, F. (2020). A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102387 (IF JCR 2019: 6.701 1er Decil – SJR 2019: 2.217 1er Decil).
- Rodríguez-López, M.E., **Del Barrio-García, S.**, Alcántara-Pilar, J.M. (2020). Formation of customer-based brand equity via authenticity: the mediating role of satisfaction and the moderating role of restaurant type. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 815-834 (IF JCR 2019: 5.667 Q1 – SJR 2019: 2.203 1er Decil).
- Porcu, L., **Del Barrio-García, S.**, Kitchen, P., & Tourky, M. (2019). The antecedent role of a collaborative vs. a controlling corporate culture on firm-wide integrated marketing communication and brand performance. *Journal of Business Research* <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.049> (IF JCR 2019: 4.874 Q1 – SJR 2019: 1.871 Q1).
- Frías-Jamilena, D.M., Rodríguez-Molina, M.A., **Del Barrio-García, S.**, & Castañeda-García, J.A. (2019). The effect of message consistency and destination-positioning brand-strategy type on consumer-based destination brand equity. *Journal of Travel Research* <https://doi.org/10.1177/0047287519881506> (IF JCR 2019: 7.027 1er Decil – SJR 2019: 3.014 1er Decil).
- Prados-Peña, M.B., Gutiérrez-Castillo, M.L., & **Del Barrio-García, S.** (2019). The development of loyalty to earthen defensive heritage as a key factor in sustainable preventive conservation. *Sustainability*, 11(13), 3516 (IF JCR 2019: 2.576 Q2 – SJR 2019: 0.581 Q2).
- **Del Barrio-García, S.**, & Prados-Peña, M.B. (2019). Do brand authenticity and brand credibility facilitate brand equity? The case of heritage destination brand extension. *Journal of Destination Marketing & Management*, 13(September), 10-23 (IF JCR 2019: 4.279 Q1 – SJR 2019: 1.416 Q1).
- Rodríguez-Molina, M.A., Frías-Jamilena, D., **Del Barrio-García, S.**, & Castañeda-García, J.A. (2019). Destination Brand Equity-Formation: Positioning by Tourism Type and

Message Consistency. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12(June), 114-124 (IF JCR 2019: 4.279 Q1 – SJR 2019: 1.416 D1).

- Porcu, L., **Del Barrio-García, S.**, Alcántara-Pilar, J.M., & Crespo-Almendros, E. (2019). Analyzing the Influence of Firm-Wide Integrated Marketing Communications on Market Performance in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 89(July), 13-24. (IF JCR 2019: 6.701 1er Decil – SJR 2019: 2.217 1er Decil).
- **Del Barrio-García, S.**, Kamakura, W.A., & Luque-Martínez, T. (2019). A longitudinal cross-product analysis of media-budget allocations: How economic and technological disruptions affected media choices across industries. *Journal of Interactive Marketing*, 45(February), 1-15. (IF JCR 2019: 5.097 Q1 – SJR 2019: 3.289 1er Decil).
- Frías-Jamilena, D., **Del Barrio-García, S.** & Castañeda-García, J.A. (2019). Self-congruity and motivations as antecedents of destination perceived value: The moderating effect of previous experience. *International Journal of Tourism Research*, 21(1), 23-36. (IF JCR 2019: 2.585 Q2 – SJR 2019: 2.217 D1).
- Alcántara-Pilar, J.M., Blanco-Encomienda, F.J.; Armenski, T., & **Del Barrio-García, S.** (2018). The antecedent role of online satisfaction, perceived risk online and perceived website usability on the affect towards travel destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9(September), 20-35. (IF JCR 2018: 3.800 Q1– SJR 2018: 1.351 Q1)
- Alcántara-Pilar, J.M., Armenski, T., Blanco-Encomienda, F.J., & **Del Barrio-García, S.** (2018). Effects of cultural difference on users' online experience with a travel website: a structural equation modelling approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8(June), 301-311. (IF JCR 2018: 3.800 Q1– SJR 2018: 1.351 Q1).
- Alcántara-Pilar, J.M., **Del Barrio-García, S.**, & Rodríguez-López, M.E. (2018). Does language matter? A cross-national comparison of the moderating effect of language on website information-processing. *Journal of Business Research*, 88 (July), 66-78 (IF JCR 2018: 4.028 Q1 – SJR 2018: 1.684 Q1).
- Prados-Peña, B. & **Del Barrio-García, S.** (2018). The effect of fit and authenticity on attitudes toward the brand extension: The case of the Monumental Complex of the Alhambra and Generalife. *Journal of Cultural Heritage*, 31 (May-June), pp. 170-179 (IF JCR 2018: 1.706 Q3 – SJR 2018: 0.61 Q1).
- Alcántara-Pilar, J.M., **Del Barrio-García, S.**, Porcu, L., & Crespo-Almendros, E. (2017). Towards understanding online information processing in e-tourism: Does national culture matter? *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(8), 1128-1142. (IF JCR 2017: 1.975 Q3 - SJR 2017: 0.94 Q1).
- Alcántara-Pilar, J.M., **Del Barrio-García, S.**, Porcu, L., & Crespo-Almendros, E. (2017). Language as a cultural vessel in online servicescapes: its impact on consumers' perceived risk, attitudes and behavioural intentions. *Journal of Consumer Behaviour*, 16(6), e61-e75. (IF JCR 2017: 1.659 Q3 - SJR 2017: 0.726 Q2).
- Porcu, L., **Del Barrio-García, S.**, & Kitchen, P. (2017). Measuring IMC by Taking a Broad Organisational Approach: Firm-Wide IMC Scale. *European Journal of Marketing*, 51(3), 692-718. (IF JCR 2017: 1.49 Q3 - SJR 2017: 0.97 Q1).
- Porcu, L., **Del Barrio-García, S.**, Alcántara-Pilar, J.M., & Crespo-Almendros, E. (2017). Do adhocracy and market cultures facilitate firm-wide Integrated Marketing Communication (IMC)? *International Journal of Advertising*, 36(1), 121-141. (IF JCR 2017: 2.494 Q1 - SJR 2017: 1.282 Q1)
- Luque-Martínez, T. & **Del Barrio-García, S.** (2016). Constructing a synthetic indicator of research activity. *Scientometrics*, 108 (3), 1049-1064. (IF JCR 2016: 2.147 Q1 - SJR 2016: 1.154 Q1).
- Crespo-Almendros, E., **Del Barrio-García, S.** (2016). Online Airline Ticket Purchasing: Influence of Online Sales Promotion Type and Internet Experience. *Journal of Air Transport Management*, 53 (June), 23-34. (IF JCR 2016: 2.357 Q2 - SJR 2016: 0.979 Q1).
- Crespo-Almendros, E. & **Del Barrio-García, S.** (2016). Do online discounts and free gifts damage brand image of service? The moderating role of promotion-proneness. *Service Business*, 10 (1), 31-58. (IF JCR 2016: 1.812 Q2 - SJR 2016: 0.568 Q2).

C.2. Proyectos de I+D+i competitivos como IP

1. “Aplicación de la Neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística. Un enfoque intercultural”.



Financiador: Agencia Estatal de Investigación. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad [Plan Nacional I+D+i]. Cuantía: 37.510 euros. Referencia: ECO2017-88458-R. Duración: 01/01/2018- 01/01/2012.

2. "Estrategias de Comunicación en Redes Sociales Virtuales para el Sector Hotelero en Andalucía. Una Perspectiva Cross-Cultural". Código: P12-SEJ-2592. Entidad financiadora: [Proyecto de Excelencia] Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo (Junta de Andalucía). Duración: 30/01/2014 - 30/07/2018. Cuantía total: 36.775 €
3. "Efectos de la Implantación de la Comunicación Integrada de Marketing en la Imagen de las Organizaciones y en la Respuesta del Consumidor desde una Perspectiva de Neuromarketing". Código: 20F12/43. Entidad financiadora: [Proyecto I+D Campus de Excelencia] CEI BioTic. Duración: 01/04/2012 - 31/12/2012. Cuantía total: 30.000 €

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

- Contrato de Investigación CS2019. "Estudio de impacto económico de la Universidad de Granada en su entorno" (2019). Consejo Social de la Universidad de Granada. IP. Teodoro Luque Martínez. Cantidad financiada: 20.000 euros.
- Contrato de investigación C-4593. "Investigación sobre el mercado del ron" (2019). IP. Teodoro Luque Martínez. Cantidad financiada: 8.000 euros.
- Contrato de Investigación O2643. "Plan de comunicación de la Universidad de Granada". (2010). IP. Salvador del Barrio García. Cantidad financiada: 20.000 euros.
- Contratos de Investigación Z-0192-01, Z-0192-02, Z-0192-03, Z-0192-04, Z-0192-05, Z-0192-06, Z-0192-07. "Estudio de seguimiento de los egresados de la Universidad de Granada (promociones de 2004 a 2011)". IP: Teodoro Luque Martínez. Cantidad financiada en los 7 años: 185.000 euros.
- Contrato de Investigación C-3107. "Perfeccionamiento de los servicios comerciales ofrecidos por Axesor". (2009). IP. Juan Sánchez Fernández. Cantidad financiada: 16.100 euros. Entidad: Axesor, S.A.
- Contrato de Investigación C-3258. "Campaña de promoción de la imagen y comercio del municipio de Alfacar" (2010). IP. Salvador del Barrio García. Cantidad financiada: 17.000 euros. Entidad: Ayuntamiento de Alfacar (Granada)

C.4. Participación en tareas de evaluación y gestión de actividad científica

- Editor asociado de las revistas Spanish Journal of Marketing – ESIC (Scopus Q3) y European Journal of Management & Business Economics (Scopus Q2).
- Evaluador de proyectos de I+D en convocatorias de MINECO.
- Evaluador habitual de revistas internacionales de impacto.

C.5. Premios de investigación obtenidos

- Premio Foro de Marcas Renombradas. "Efecto de la promoción de ventas on-line sobre la imagen de marca". XXIII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2011), Castellón. Premio: 3.000 euros.
- Excellence Paper Award. "Novice and expert Internet users: Influence of price discounts on attitude toward the banner and website", XXIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Científica 2014. Leiria (Portugal).
- Excellence Paper Award. "Enhancing consumer attitudes toward a website as a contributing factor in business success", 2016 TMS Algarve. Olhao (Portugal).
- Premio a Mejor Ponencia. "Antecedents of tourist destination perceived value: the moderating effect of previous experience", XXVIII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2016) en León.
- Best Paper Award. "Análisis de la formación del capital de marca de las series de televisión. Un análisis crosscultural". XXIX Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, February 2019 (Osuna, Spain).
- Outstanding Paper Award. "The effects of website design on online information-processing in the sphere of e-commerce". Conference (TMS Algarve2018), 2018, (Olhao, Portugal).
- Best Working Paper Award. "Collaboration or Competition? An Analysis of the Influence of Organisational Culture on IMC Performance". 23rd International Conference on Corporate and Marketing Communications, 2018 en Exeter (UK).



CURRÍCULUM ABREVIADO (CVA)

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA: 11/10/2021

Nombre y apellidos	Francisco Liébana Cabanillas		
DNI/NIE/pasaporte	442968885	Edad	45
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	INVS45842	
	Código Orcid	0000-0002-3255-0651	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección	Campus Universitario La Cartuja, s/n.		
Teléfono	958242380	correo electrónico	franlieb@ugr.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	2021
Espec. cód. UNESCO	531105,531106, 6114, 611413,531101, 120307		
Palabras clave	Comportamiento del Consumidor, marketing en Internet, medio ambiente, medios de pago, comercio móvil, neuromarketing.		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
LADE	Universidad de Granada	1998
Doctor	Universidad de Granada	2012

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Indicadores de calidad de la producción científica

- Publicaciones totales (Web of Science): 100
- Citaciones (Web of Science): 1.592
- Publicaciones totales (SCOPUS): 88
- Citaciones (SCOPUS): 2.074
- Suma de citaciones (Google Scholar): 4.336 (4.106 últimos 5 años)
- Índice i10 (Google Scholar): 69
- H index (Google Scholar): 30
- Sexenios de investigación CNEAI: 2
- **Sexenios de transferencia CNEA: 1 (obtenido en 2019)**
- Tesis dirigidas en los últimos 10 años: 5 (1 con mención internacional)
- Miembro del Grupo de Investigación ADEMAR (SEJ-241)
- Miembro de la Unidad de Excelencia Científica "Investigaciones Avanzadas en Economía y Empresa"
- Miembro del Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo de las Universidades de Granada, Málaga y Sevilla
- **Investigador destacado como más influyente del mundo en el "Ranking of the World Scientists: World's Top 2% Scientists", publicado por la Universidad de Stanford (26/10/2021). Primero en la disciplina de Marketing en la UGR.**

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

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. Ha dirigido 5 tesis doctorales una de ellas con mención internacional, 77 TFM y 30 TFG. Ha publicado hasta la fecha 100 publicaciones científicas indexadas en WOS, SCOPUS y otros

índices relevantes. En los últimos años ha publicado en revistas pertenecientes al JCR en posiciones relevantes (D1, Q1 y Q2): 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, International Journal of Environmental Science and Technology o Journal of Services Marketing entre otras.

Ha publicado 3 libros docentes con Pearson y 17 capítulos de libro, la mayoría de ellos en editoriales internacionales como IGI-Global y Springer. Ha sido Editor de 3 libros internacionales publicados por IGI-Global.

Ha participado en más de 100 Congresos Científicos y ha obtenido 11 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales, el último el premio al mejor artículo científico en marketing 2019 concedido por AEMARK

Ha participado como investigador en 27 proyectos y contratos de investigación (6 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

Colabora como revisor en más de 40 revistas indexadas y es editor asociado de diferentes revistas pertenecientes a JCR y LATINDEX. **También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo por un importe aproximado de 200.000 euros.** Además, participa en diferentes empresas Spin-Off de la UGR.

Recientemente ha recibido la distinción como uno de los tres investigadores más destacados en la disciplina de Ciencias Sociales en la UGR por el “Ranking of the World Scientists: World’s Top 2% Scientists” publicado por la Universidad de Stanford.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones.

Artículos indexados (D1, Q1 y Q2 en JCR y Q1 en SCOPUS últimos 5 años más relevantes)

- **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 (In press). (IF JCR 2020: 8,709 D1 – SJR 2020: 1,291 Q1).
- **Liébana-Cabanillas**, F., Muñoz-Leiva, F., Molinillo, S., & Higuera-Castillo (2022). Do biometric payment systems work during the COVID-19 pandemic? Insights from the Spanish users' viewpoint. Financial Innovation (In press). (IF JCR 2020: 3,981 Q1 – SJR 2020: 0,536 Q2).
- Herzallah, D., Leiva, F. M., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2021). To buy or not to buy, that is the question: understanding the determinants of the urge to buy impulsively on Instagram Commerce. Journal of Research in Interactive Marketing. (IF JCR 2020: 4,018 Q2 – SJR 2020: 0,909 Q2). <https://doi.org/10.1108/JRIM-05-2021-0145>
- Ashaari, M. A., Singh, K. S. D., Abbasi, G. A., Amran, A., & **Liébana-Cabanillas**, F. J. (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). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121119>
- Muñoz-Leiva, F., López, M. E. R., **Liébana-Cabanillas**, F., & Moro, S. (2021). Past, present, and future research on self-service merchandising: a co-word and text mining approach. European Journal of Marketing, 55(8), 2269-2307 (IF JCR 2020: 0,95 Q2 – SJR 2020: 1,191 Q1). <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0179>
- Kalinić, Z., Marinković, V., Kalinić, L., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2021). Neural Network Modeling of Consumer Satisfaction in Mobile Commerce: An Empirical Analysis. Expert Systems with Applications, 114803 (IF JCR 2020: 6,954 D1 – SJR 2020: 1,368 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.114803>

- 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). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101529>
- Singh, S., Singh, N., Kalinic, Z., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2021). Assessing determinants influencing continued use of live streaming services: an extended perceived value theory of streaming addiction. *Expert Systems with Applications*, 40, 5439–5447. (IF JCR 2020: 6,954 D1 – SJR 2020: 1,368 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114241>
- Higuera-Castillo, E., Guillén, A., Herrera, L.J. & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Adoption of electric vehicles: Which factors are really important?. *International Journal of Sustainable Transportation*. In press (IF JCR 2020: 3,929 Q2 – SJR 2020: 1,254 Q1). <https://doi.org/10.1080/15568318.2020.1818330>
- 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*, 102404. (IF JCR 2020: 7,135 Q1 – SJR 2020: 1,568 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102404>
- **Liébana-Cabanillas**, F., Molinillo, S., & Japutra, A. (2020). Exploring the determinants of intention to use P2P mobile payment in Spain. *Information Systems Management*. In press (IF JCR 2019: 1,556 Q3 – SJR 2019: 0,651 Q1). <https://doi.org/10.1080/10580530.2020.1818897>
- **Liébana-Cabanillas**, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, & N. Sinha, N. (2020). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*. In press. (IF JCR 2019: 2,224 Q3 – SJR 2019: 0,888 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2020.102009>
- Carvajal-Trujillo, E., Molinillo, S., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Determinants and risks of intentions to use mobile applications in museums: An application of fsQCA. *Current Issues in Tourism*. (IF JCR 2019: 4,147 Q1 – SJR 2019: 1,404 Q1). <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1780200>
- Pozón, I., Muñoz-Leiva, F., Higuera-Castillo, E., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Perceived user satisfaction and intention to use massive open online courses (MOOCs). *Journal of Computing in Higher Education*. (IF JCR 2019: 2,271 Q1 – SJR 2019: 1,159 Q1). <https://doi.org/10.1007/s12528-020-09257-9>
- **Liébana-Cabanillas**, F., Carvajal-Trujillo, E., Villarejo-Ramos, A. F., & Higuera-Castillo, E. (2020). Antecedents of the intention to use NFC mobile applications in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. (IF JCR 2019: 2,796 Q2 – SJR 2019: 0,894 Q1). <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2019-0048>
- Lara-Rubio, J., Villarejo-Ramos, A. F., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Explanatory and predictive model of the adoption of P2P payment systems. *Behaviour & Information Technology*, 1-14. (IF JCR 2019: 1,781 Q2 – SJR 2019: 0,638 Q1). <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1706637>
- Yasin, M., Porcu, L., Abusharbeh, M. T., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). The impact of customer personality and online brand community engagement on intention to forward company and users generated content: palestinian banking industry a case. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 1985-2006. (IF JCR 2019: 2,229 Q2 – SJR 2019: 0,490 Q2). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1752277>
- Yasin, M., **Liébana-Cabanillas**, F., Porcu, L., & Kayef, R. N. (2020). The role of customer online brand experience in customers' intention to forward online company-generated content: The case of the Islamic online banking sector in Palestine. *Journal of Retailing*

- and Consumer Services, 52, 101902. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101902>
- Higuera-Castillo, E., Kalinic, Z.; Marinkovic, V., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). A mixed analysis of perceptions of electric and hybrid vehicles. *Energy Policy*, 136(IF JCR 2019: 5,042 D1 – SJR 2019: 2,168 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111076>
 - Casado-Aranda., L., Sánchez-Fernández, J., Ibáñez-Zapata, & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). How Consumer Ethnocentrism Modulates Neural Processing of Domestic and Foreign Products: A Neuroimaging Study. In press. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101961. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101961>
 - San Martín, S., Jiménez, N., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Tourism value vs barriers to booking trips online. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101957. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101957>
 - Kalinić, Z., Marinković, V., Djordjevic, A. & **Liébana-Cabanillas**, F. J. (2020). What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? UTAUT2-based analytical approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 33 (1), 71-94. (IF JCR 2019: 2,659 Q2 – SJR 2019: 0,797 Q1). <https://doi.org/10.1108/JEIM-05-2019-0136>
 - Singh, N., Sinha, N., & **Liébana-Cabanillas**, F. J. (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 2019: 8,210 D1 – SJR 2019: 2,881 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
 - Higuera-Castillo, E.; García-Maroto, I.; Muñoz-Leiva, F., & **Liébana-Cabanillas**, F. J. (2019). Evaluating consumer attitudes toward electromobility and the moderating effect of perceived consumer effectiveness. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 51, 387-398. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.07.006>
 - Anaya-Sánchez, R.; Molinillo, S.; Aguilar-Illescas, R. & **Liébana-Cabanillas**, F. (2019). Improving travellers' trust in restaurant review sites. *Tourism Review*. In press. (IF JCR 2019: 2,908 Q2 – SJR 2019: 0,766 Q1). <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-0065>
 - Kalinic, Z.; **Liébana-Cabanillas**, F., Muñoz-Leiva, F., & Marinkovic, V. (2019). The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems. *International Journal of Bank Marketing*, 38 (1), 138-158. (IF JCR 2019: 2,800 Q2 – SJR 2019: 0,772 Q2). <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0012>
 - Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., & **Liébana-Cabanillas**, F., (2019). 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. (IF JCR 2019: 5,003 Q1 – SJR 2019: 2,173 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.004>
 - Kalinic, Z.; Marinkovic, V., Molinillo, S. & **Liébana-Cabanillas**, F. (2019). A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 143-153. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.016>
 - Higuera-Castillo, E., Muñoz-Leiva, F., & **Liébana-Cabanillas**, F. J. (2019). An examination of attributes and barriers to adopt biomass and solar technology. A cross-cultural approach. *Journal of Environmental Management*, 236, 639-648. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.02.022>
 - Higuera-Castillo, E., **Liébana-Cabanillas**, F., Muñoz-Leiva, F., & Molinillo, S. (2019). The role of collectivism in modeling the adoption of renewable energies: a cross-cultural approach. *International Journal of Environmental Science and Technology*, 1-18. (IF JCR 2019: 5,647 Q1 – SJR 2019: 1,321 Q1). <https://doi.org/10.1007/s13762-019-02235-4>

- Molinillo, S., Ruiz-Montañez, M., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2019). User characteristics influencing use of a bicycle-sharing system integrated into an intermodal transport network in Spain. *International Journal of Sustainable Transportation*, 1-12. (IF JCR 2019: 2,709 Q2 – SJR 2019: 1,493 Q1). <https://doi.org/10.1080/15568318.2019.1576812>
- **Liébana-Cabanillas**, F., Molinillo, S., & Ruiz-Montañez, M. (2019). To use or not to use, that is the question: Analysis of the determining factors for using NFC mobile payment systems in public transportation. *Technological Forecasting and Social Change*, 139, 266-276. (IF JCR 2019: 5,846 D1 – SJR 2019: 1,815 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.012>
- Ramos de Luna, I., **Liébana-Cabanillas**, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. 146, 931-944. *Technological Forecasting and Social Change*. (IF JCR 2019: 5,846 D1 – SJR 2019: 1,815 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- Casado-Aranda, L.; Sánchez-Fernández, J. & **Liébana-Cabanillas**, F. (2018). A Neuropsychological Study on How Consumers Process Risky and Secure E-Payments. *Journal of Interactive Marketing*, 43, 151-164. (IF JCR 2018: 4,691 Q1 – SJR 2018: 2,807 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.03.001>
- Muñoz-Leiva, F.; **Liébana-Cabanillas**, F. & Hernández-Méndez, J. (2018). Etourism advertising effectiveness: Banner type and engagement as moderators. *Journal of Services Marketing*, 32(4), 462-475. (IF JCR 2018: 4,691 Q1 – SJR 2018: 2,807 Q1). <https://doi.org/10.1108/JSM-01-2017-0039>
- **Liébana-Cabanillas**, F., Muñoz-Leiva, F., & Sánchez-Fernández, J. (2018). A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment. *Service Business*, 12(1), 25-64 (IF JCR 2018: 2,293 Q2 – SJR 2018: 0,720 Q1). <https://doi.org/10.1007/s11628-017-0336-7>
- **Liébana-Cabanillas**, F., Marinković, V., Ramos de Luna, I. R., & Kalinić, Z. (2018). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting & Social Change*, 129, 117-130 (IF JCR 2018: 3,815 D1 – SJR 2018: 1,422 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015>
- Molinillo, S., **Liébana-Cabanillas**, F., Anaya-Sánchez, R., & Buhalis, D. (2018). DMO online platforms: Image and intention to visit. *Tourism Management*, 65, 116-130. (IF JCR 2018: 6,012 D1 – SJR 2018: 2,924 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.021>
- **Liébana-Cabanillas**, F. & Lara-Rubio, J. (2017). Predictive and explanatory modeling regarding adoption of mobile payment systems. *Technological Forecasting & Social Change*, 120, 32-40. (IF JCR 2017: 3,129 D1 – SJR 2017: 1380 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.04.002>
- **Liébana-Cabanillas**, F. Ramos de Luna, I., & Montoro-Ríos, F. (2017). Intention to use new mobile payment systems: a comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 892-910. (IF JCR 2017: 1,137 Q2 – SJR 2016: 0,404 Q3). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305784>
- **Liébana-Cabanillas**, F. & Alonso-Dos-Santos, M. (2017). Factors that determine the adoption of Facebook commerce. The moderating effect of age. *Journal of Engineering and Technology Management*, 44, 1-18. (IF JCR 2017: 2,586 Q2 – SJR 2016: 0,937 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2017.03.001>
- **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: 4,516 Q1 – SJR 2016: 1,373 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.10.008>

C.2. Proyectos más destacados

- 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.
- Aplicación de la neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística. Un enfoque intercultural. Código: 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
- 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. Código: 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
- Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible. Código: 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
- Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva del neuromarketing. Código: 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

C.3. Contratos más destacados

- Desarrollo del proyecto de investigación sobre la elaboración de estudios de público, gestión turística y repercusión socioeconómica. Entidad Financiadora: Patronato de la Alhambra y Generalife. Junta de Andalucía. **IP: Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 144.000 euros. Duración: 01/09/2017- 01/09/2021- 48 meses
- Análisis de expectativas y medición de la satisfacción de los visitantes a la Alhambra y Generalife, Doble de Oro, Museos y resto de actividades propuestas por el Patronato de la Alhambra y Generalife. Entidad Financiadora: Patronato de la Alhambra y Generalife. Junta de Andalucía. **IP: Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 36.000 euros. Duración: 01/04/2016- 01/04/2017- 12 meses
- Investigación sobre la situación del Autónomo español. Entidad financiadora: Infoautónomos, S.L. **IP: Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 3.000 euros. Duración: 01/01/2018- 31/12/2018- 12 meses
- Análisis de los cambios en el comportamiento en los hábitos de compra en el comercio interior de Andalucía 2016. Entidad Financiadora: Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, Junta de Andalucía. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. Cuantía total: 16.970 euros. Duración: 01/12/2016 – 31/08/2017- 9 meses
- Análisis y propuestas de mejora del sistema de ayuda para el uso del Transporte público para discapacitados visuales. Entidad financiadora: Empresa Municipal de Transporte de Málaga. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. Cuantía total: 6.000 euros. Duración: 01/11/2016- 31/07/2017- 8 meses

C.4. Congresos

El solicitante ha participado en **más de 100 Congresos Científicos**, la mayoría de ellos de carácter internacional. Asiste como ponente regularmente a los Congresos Internacionales más prestigiosos en el campo del marketing, business y management



tales como el European Marketing Academy (EMAC), Global Marketing Conference, International Marketing Trends, Congreso Internacional de Marketing (AEMARK), Jornadas Hispano-Lusas, Annual Conference of the European Decision Sciences Institute (EDSI), European Academic of Management and Business Economics (AEDEM).

C5. Miembro de Comités Internacionales, Estancias, y Premios y Distinciones

El solicitante ha recibido **10 premios de investigación** por sus trabajos presentados a Congresos Internacionales y artículos científicos en revistas de impacto en los últimos años.

C6. Colaboraciones editoriales.

El solicitante ha participado a lo largo de los últimos años en **6 comités** de distinta relevancia en la disciplina de Comercialización e Investigación de Mercados. Concretamente participa como Editor Asociado de una revista indexada en ISI- JCR y en Scopus, junto con otra indexada en LATINDEX y como miembro de comité editorial de otras 3 revistas. Además, ha actuado como revisor de artículos para más de 30 revistas indexadas en JCR en los ámbitos de “management” y “business”.

C7. Dirección de Tesis y Trabajos Fin de Master.

El solicitante ha dirigido **5 tesis doctorales una de ellas con mención internacional, 77 TFM y 30 TFG.**