

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	14/10/2019
----------------------	------------

Nombre y apellidos	JUAN SANCHEZ FERNANDEZ		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados.		
Dirección			
Teléfono		correo	
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	11/2018
Espec. cód. UNESCO	531105 531106		
Palabras clave	Neuromarketing, Investigación de Mercados,		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universid	Añ
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	2000
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	1993
Diplomado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	1991

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

Citas en Google Académico: 1804
 Citas totales en Google Académico desde 2013: 1616
 Promedio de citas por año en los últimos 5 años: 275
 Índice H: 18
 Índice i10: 26
 Sexenios de Investigación CNEAI: 2
 Tesis dirigidas en los últimos 10 años: 4

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

- 60 publicaciones científicas, de las cuales 50 están publicadas en revistas indexadas en el SSCI-JCR o con otro índice de calidad relativo como SCOPUS o INRECS. Concretamente, 31 de estos artículos han sido o serán publicados próximamente en revistas pertenecientes al SSCI-JCR, de los cuales 10 están publicados en revistas dentro del Primer Tercil en su categoría.
- Ha publicado 11 libros y 13 capítulos de libro. De ellos, 3 han sido publicados por editoriales internacionales de prestigio como IGI-Global y referentes a nivel nacional en el ámbito de la empresa como editorial Pirámide. Ha participado en 60 Congresos Científicos de los cuales 27 son de carácter internacional.
- Ha obtenido 2 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales y un premio al artículo altamente recomendado de la revista Industrial Management & Data Systems. También ha obtenido premio al mejor artículo publicado en el año 2018 en la revista Journal of Interactive Marketing, la tercera más importante en el área de marketing por índice de impaco.
- Ha participado en 12 proyectos de investigación financiados por el Plan Autonómico (Junta de Andalucía), Plan Nacional (I+D+i) y Fondos FEDER
- Ha liderado un proyecto como Investigador Principal (IP) dentro del Programa de Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía con el título "El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el

procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable" (Refª: P12-SEJ-1980).

- En la actualidad tiene concedidos dos tramos de investigación, para el periodo 2005-2010 y 2011-2016, y un tramo de transferencia 2001-2007.
- Ha sido profesor visitante durante 7 años, por periodos de un mes, en la Burgundy Business School (Francia), y durante seis meses en la Universidad San Francisco de Quito (Ecuador).
- Ha participado o participa activamente como revisor en 7 revistas importantes de su especialidad, 7 de ellas indexadas en SSCI-JCR y varias de ellas T1 en su categoría.
- Durante 20 años ha ocupado diversos puestos docentes y desde 2018 es Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada.
- Ha dirigido 4 tesis doctorales, 2 de ellas Doctorado Internacional perteneciente a un Programa de Doctorado con Mención de Excelencia. Una de las tesis recibió el premio a la mejor tesis doctoral de España en el año 2014 en el ámbito del marketing. Otra de ellas recibió el mismo galardón en el año 2018. En la actualidad está dirigiendo 3 tesis doctorales.
- Ha dirigido 15 Trabajos Fin de Máster.
- Ha impartido más de 40 cursos, seminarios y conferencias en diversas universidades y centros, todos ellos relacionados con su ámbito académico lo que supone más de 400 horas de docencia. Se ha tenido una amplia y variada experiencia en Gestión Universitaria durante la segunda parte de su carrera académica. Ha sido Secretario Académico del Departamento de Administración de Empresas y Marketing, Director del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados y en la actualidad es Director-Gerente del Centro de Lenguas Modernas de la Universidad de Granada.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones

ARTÍCULOS

- Casado-Aranda, L.A, Sánchez-Fernández, J., Ibáñez-Zapata, J.A., & Liébana-Cabanillas (in press). How consumer ethnocentrism modulates neural processing of domestic and foreign products: A neuroimaging study. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Q2 JCR.
- Casado-Aranda, L.-A., Venkatraman, V., Sánchez-Fernández, J., & Luque-Martínez, T. (2019). Does Partisan Bias Modulate Neural Processing of Political Information? An Analysis of the Neural Correlates of Corruption and Positive Messages. *Political Psychology*. Q1 JCR.
- Casado-Aranda, L.-A, Sánchez-Fernández, J. & Montoro-Ríos, F.J (2018). How Consumers Process Online Privacy, Financial and Performance Risks: an fMRI Study. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*. FI: 2.57, Q1 JCR.
- Casado-Aranda, L.-A., Dimoka, A., & Sánchez-Fernández, J. (2019). Consumer Processing of Online Trust Signals: A Neuroimaging Study. *Journal of Interactive Marketing*. Q1 JCR.
- Casado-Aranda, L.-A, Van der Laan, N. & Sánchez-Fernández, J. (2018). Neural Correlates of Gender Congruence in Audiovisual Commercials for Gender-Targeted Products: an fMRI Study. *Human Brain Mapping*. FI: 4.92, Q1.
- Casado-Aranda, L.-A, Sánchez-Fernández, J. & Liébana-Cabanillas, F.J. (2018). A Neuropsychological Study on How Consumers Process Risky and Secure E- Payments: an fMRI Study. *Journal of Interactive Marketing*. FI: 5.026, D1.
- Casado-Aranda, L.-A., Martínez-Fiestas, M., & Sánchez-Fernández, J. (2018). Neural effects of environmental advertising: An fMRI analysis of voice age and temporal framing. *Journal of Environmental Management*, 206, 664–675. FI: 4.01, Q1.
- Casado-Aranda, L.-A., Sánchez-Fernández, J., & Montoro-Ríos, F. J. (2017). Neural Correlates of Voice Gender and Message Framing in Advertising: A Functional MRI Study. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*. FI: 1.18, Q2.

- Martínez-Fiestas, M.; Viedma-del Jesús, Maria Isabel; Sanchez-Fernandez, Juan; Montoro-Rios, Francisco Javier. (2015). Neuroscience Meets Environmentalism: How Consumers Emotionally Process Green Advertising. A Psychophysiological Approach for Measuring Response to Messaging. *Journal of Advertising Research*. 55: 192-205.
- Solnais, Celine; Andreu-Perez, Javier; Sánchez-Fernández, Juan; et al. (2013). The contribution of neuroscience to consumer research: A conceptual framework and empirical review. *Journal of Economic Psychology*. 36: 68-81.
- Liébana-Cabanillas, Francisco José, Sánchez-Fernández, Juan, Muñoz-Leiva, Francisco. (2014). Antecedents of the adoption of new mobile payment systems. The moderating effect of age. *Computers in Human Behavior*. 35: 464-478.
- Liébana-Cabanillas, Francisco José, Sánchez-Fernández, Juan, Muñoz-Leiva, Francisco. 2014. The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-Payment AcceptanceModel in Virtual Social Networks (MPAM-VSN). *International Journal of Information Management*. 34:151:166.
- Liébana-Cabanillas, Francisco José, Sánchez-Fernández, Juan, Muñoz-Leiva, Francisco. 2014. Role of gender on acceptance of mobile payment. *Industrial Management and Data Systems*. 114: 220-240.

C.2. Proyectos

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. Sanchez-Fernández, Juan (Universidad de Granada). 2014-2017. 64.745 EUR. (Finalizado en 2018). Investigador Principal.

Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva de Neuromarketing. Muñoz-Leiva, Francisco (Universidad de Granada). 2013-2015. 29.500 EUR. (Finalizado en 2017)

Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible. Montoro-Rios, Francisco Javier (Universidad de Granada). 2011-2014. 45.000 EUR. (Finalizado en 2014)

Estrategias de mejora de la comercialización de los aceites de oliva. JUNTA DE ANDALUCIA. Torres-Ruiz, Francisco José (Universidad de Jaén). 2011-2016. 161.994,84 EUR.

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. CEI BIOTIC. UNIVERSIDAD DE GRANADA. Del Barrio García, Salvador (Universidad de Granada). 2012. 30.000 EUR.

Sistemas de información para responsabilidad social corporativa en administraciones locales. Navarro-

C.3. Contratos méritos tecnológicos o de transferencia

Encuesta de valoración del Parque de Ocio Serrallo Plaza. 2014-2014. 8800 EUR.

Evaluación del profesorado y servicios ofertados por el centro de lenguas modernas XV. Sanchez-Fernández, Juan (Universidad de Granada). 2015-2016. 19.995 EUR.

Estudio del impacto económico y social del desarrollo de un puerto deportivo en la zona costera de Granada. Sanchez-Fernández, Juan (Universidad de Granada). 2011-2011. 8.500 EUR.

Estimación de la demanda de amarres turístico/deportivos en la playa de Motril. Sanchez-Fernández, Juan (Universidad de Granada). 2011-2011. 8.500 EUR.

Estudio de posicionamiento del Centro de Lenguas Modernas. Sánchez Fernández, Juan (Universidad de Granada). 2014-2015. 9.000 EUR.

El metropolitano de Granada como instrumento de innovación, calidad y sostenibilidad.
Valenzuela Montes, Luis Miguel (Universidad de Granada). 2009-2001. 127.600 EUR.

C.4. Participación en actividades de formación

Durante 25 años ha ocupado diversos puestos docentes y desde 2018 es Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada. Ha impartido docencia en 8 asignaturas diferentes de Grado a nivel de Diplomatura, Licenciatura o Grado, tanto troncales como obligatorias u optativas. Cabe destacar que como responsable de la docencia del área de Dirección Comercial en el Departamento el solicitante ha participado activamente en el diseño curricular de la docencia de marketing en los Grados de Administración y Dirección de Empresas, Turismo, Finanzas y Contabilidad, Economía, y Marketing e Investigación de Mercados. Además, como responsable del departamento formó parte de las comisiones que conformaron la oferta formativa de los grados anteriormente mencionados. Desde 2001 viene impartiendo de manera ininterrumpida docencia de Posgrado en Doctorado o Máster. Ha participado como profesor en todas las ediciones del Programa de Doctorado con Mención de Calidad “Técnicas Avanzadas de Planificación y Gestión Comercial (Marketing y Consumo)” impartido en la Universidad de Granada. Asimismo, desde sus comienzos (2009) ha formado parte del profesorado encargado de impartir la docencia del Máster Oficial Interuniversitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor de la Universidad de Granada. Todo ello suma un total de unas 5.500 horas de docencia oficial.

C.5. Tareas de evaluación

Revisor de artículos para las Revistas Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Cuadernos de Gestión, European Journal of Marketing, Computers in Human Behavior, Field Methods, Renewable Agriculture and food systems, European Journal of Management and Business Economics, International Journal of Advertising, European Management Review.

C.6. Dirección de Tesis Doctorales

La respuesta del consumidor a la publicidad en redes sociales: Análisis del efecto de la presión publicitaria y la experiencia. Francisco Rejón Guardia. 2013

El comportamiento del consumidor ante el cambio climático. Myriam Martínez Fiestas. 2012

El papel de los medios de pago en los nuevos entornos electrónicos. Francisco José Liébana Cabanillas. 2012

The strides of consumer neuroscience: identifying the brain mechanisms underlying the processing of Advertising and e-commerce. Luis Alberto Casado Aranda. 2018

C.7. Premios

1. Director de la Tesis Doctoral "La respuesta del consumidor a la publicidad en redes sociales: Análisis del efecto de la presión publicitaria y la experiencia", ganadora del premio a la mejor tesis doctoral sobre marketing en España en el año 2014 (AEMARK).

2. Director de la Tesis Doctoral "The strides of consumer neuroscience: identifying the brain mechanisms underlying the processing of Advertising and e-commerce", ganadora del premio a la mejor tesis doctora sobre marketing en España en el año 2018 (AEMARK).

3. Premio al mejor artículo publicado en la Journal of Interactive Marketing en 2018 con el trabajo "A Neuropsychological Study on How Consumers Process Risky and Secure E-Payments: an fMRI Study"

4. Premio de la International Network of Business and Management Journal (INBAM) al mejor artículo de investigación científica presentado en las XXIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica celebradas en Málaga en 2013. Dicho artículo fue publicado en la revista Global Business.

5. •2015 Highly Commended Paper Award. Industrial Management & Data Systems. Artículo "Role of gender on acceptance of mobile payment".

CURRICULUM VITAE ABREVIADO

Parte A. DATOS PERSONALES			Fecha del CVA	26/05/2020
Nombre y apellidos	ANTONIO NAVARRO GARCÍA			
DNI/NIE/pasaporte		Edad		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	_____		
	Código Orcid			

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Sevilla		
Dpto./Centro	Dpto. de Administración de Empresas y Marketing/Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Dirección			
Teléfono		correo electrónico	
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	26/10/2018
Antigüedad/Número de Quinquenios	Profesor de Universidad desde el 10/10/1996 Quinquenios reconocidos: 4		
Espec. cód. UNESCO	5310 Economía Internacional		
Palabras clave	Marketing internacional, Nuevas tecnologías e Internacionalización, Comercio y emprendimiento internacional, exportaciones		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Sevilla	1994
Doctor en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Sevilla	2001

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

Sexenios de Investigación obtenidos: 2 Fecha del último sexenio: 31/12/2016
 Sexenios de Transferencia obtenidos: 1 Fecha del último sexenio: 31/12/2018

Tesis Doctorales dirigidas en los últimos 10 años: 6

Según google scholar (<https://scholar.google.es/citations?user=0TTZVssAAAAJ&hl=es>) a fecha de 27 de mayo de 2020, el autor tiene **un índice h de 23** (23 publicaciones citadas más de 23 veces), y un índice i10 de 40 (40 publicaciones se han citado más de 10 veces) con un total de 1783 citas (236 citas/año; últimos 5 años) y un índice **RG score** de Research Gate de **27,76** (https://www.researchgate.net/profile/Antonio_Navarro-Garcia).

Se han publicado **51 artículos en revistas indexadas. 24 artículos publicados en revistas del Social Science Citation Index con factor de impacto JCR (10 publicaciones en Q1), 12 indexadas en SCOPUS con factor de impacto SJR** y el resto en revistas indexadas en IN-RECS, ECONLIT y Latindex. Además, **18 de los artículos publicados están en revistas del primer tércil del JCR.**

Junto a las **6 tesis doctorales** dirigidas, se han dirigido 7 **Trabajos Fin de Máster**, 4 **trabajos de investigación para la obtención del Diploma de Estudio Avanzado –DEA–** y 10 **Trabajos Fin de Grado.**

Parte B. RESUMEN DEL CURRÍCULUM

Además de los 51 artículos publicados en revistas indexadas, 24 de ellos con factor de impacto JCR, se han publicado **66 capítulos de libros** en editoriales nacionales e internacio-

nales de gran impacto. Se acreditan **61 aportaciones a congresos nacionales e internacionales**. Ha participado en una **veintena de proyectos y/o contratos de investigación** en los ámbitos de la comunidad autónoma andaluza, nacional y europeo. **Dos de los proyectos son de EXCELENCIA** de la Junta de Andalucía.

Se han recibido **5 premios de investigación internacionales**:

- 1.- 2013: Best paper en el área de Marketing en el congreso Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA) con el paper "External environment and the moderating role of export market orientation".
- 2.- 2013: Best paper en el área de marketing en el congreso de la European Academy of Management and Business Economics con el paper "The importance of market intelligence in spanish firms' exporting activity"
- 3.- 2012: Best paper en el track de la European Journal of International Management en el congreso de la International Network of Business and Management Journals (INBAM) con el paper "Effect of export strategic orientation on export activity: an integrated model".
- 4.- 2012: Best paper en el área de marketing en el congreso de la European Academy of Management and Business Economics con el paper "Determinants of international expansion strategy for spanish franchises".
- 5.- 2010: Best paper en el área de Responsabilidad Social Corporativa en las XX Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Científica con el paper "Medición de la responsabilidad social corporativa. Propuesta de medición para el ámbito del sistema de franquicia".

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones (principales publicaciones en los últimos 10 años)

Navarro-García, A., Arenas-Gaitán, J., Rondán-Cataluña, F. J., & Rey-Moreno, M. (2016). Global model of export performance: Moderator role of export department. *Journal of Business Research*, 69(5), 1880-1886. Factor de impacto –JCR 2016-: 3.354 (30/121 en Business; **Q1**).

Navarro-García, A., Sánchez-Franco, M. J., & Rey-Moreno, M. (2016). Relational governance mechanisms in export activities: Their determinants and consequences. *Journal of Business Research*, 69(11), 4750-4756. Factor de impacto –JCR 2016-: 3.354 (30/121 en Business; **Q1**).

Navarro-García, A., Acedo-González, F.J., Robson, M.J., Ruzo-Sanmartín, E., Losada-Pérez, F. (2010): Antecedents and Consequences of Firms Export Commitment: an Empirical Study. *Journal of International Marketing*. 2010. Vol. 18. Núm. 3. Pag. 41-61. Factor de impacto –JCR-: 2.975 (13/103 en Business; **Q1**).

Rondan-Cataluña, F.J., Navarro-García, A., Gámez-González, J., Rodríguez-Rad, C. J. (2012): Content Analysis and Assessment of International Codes of Franchising Associations. *Management Decision*, Vol. 50. Núm. 4. Pag. 635-650. Factor de impacto –JCR-: 3.787 (7/116 en Business; **Q1**).

Calvo-Mora, A., Navarro-García, A., & Periañez-Cristobal, R. (2015). Project to improve knowledge management and key business results through the EFQM excellence model. *International Journal of Project Management*; Impact Factor JCR (2015): 2.885 (29/192 en Management; **Q1**).

Merigó, J.M., Peris-Ortíz, M., Navarro-García, A., & Rueda-Armengot, C. (2016). Aggregation operators in economic growth analysis and entrepreneurial group decision-making. *Applied Soft Computing*, 47, 141-150. Impact Factor JCR (2016): 3.541 (21/133 en Computer Science; **Q1**).

Sánchez-Franco, M. J., Navarro-García, A., & Rondán-Cataluña, F. J. (2019). A naive Bayes

strategy for classifying customer satisfaction: A study based on online reviews of hospitality services. *Journal of Business Research*, 101, 499-506. Impact Factor JCR (2018): 4.028 (39/147 en Business; **Q1**).

Navarro-García, A., Losada-Pérez, F., Ruza-Sanmartín, E., Díez de Castro, J.A. (2010): Implications of Perceived Competitive Advantages, Adaptation of Marketing Tactics and Export Commitment on Export Performance. *Journal of World Business*, Vol. 45. Núm. 1. Pag. 49-58. Factor de impacto –JCR–: 1.986 (29/103 en Business; **Q2**).

Navarro-García, A., Arenas-Gaitán, J., Rondán-Cataluña, F.J. (2014): External environment and the moderating role of export market orientation. *Journal of Business Research*. 2014. Vol. 67. Núm. 5. Pag. 740-745. Factor de impacto –JCR–: 1.48 (55/115 en Business; **Q2**).

Navarro, A. (2016). Drivers of export entrepreneurship. *International Business Review*, 25(2), 244-254. Impact Factor JCR (2016): 2.476 (46/121 en Business; **Q2**).

Navarro-García, A., Schmidt, A. C. M., & Rey-Moreno, M. (2015). Antecedents and consequences of export entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 68(7), 1532-1538; Factor de impacto –JCR–: 1.48 (55/115 en Business; **Q2**).

Calvo-Mora, A., Navarro-García, A., Rey-Moreno, M., & Periañez-Cristobal, R. (2016). Excellence management practices, knowledge management and key business results in large organisations and SMEs: A multi-group analysis. *European Management Journal*, 34(6), 661-673. Impact Factor JCR (2016): 2.481 (45/121 en Business; **Q2**).

Molinillo, S., Navarro-García, A., Anaya-Sánchez, R., & Japutra, A. (2020). The impact of affective and cognitive app experiences on loyalty towards retailers. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Impact Factor JCR (2018): 3.585 (39/147 en Business; **Q2**).

C.2. Proyectos de Investigación

1.- Referencia del Proyecto: P11-SEJ-7042;

Título: Orientación y Gestión de los Mercados Exteriores por las Pymes Andaluzas. Análisis Estratégico y Propuestas de Mejora

Entidad Financiadora: Junta de Andalucía (Consejería de Innovación, Ciencia y Empresas)

Convocatoria: 2012-2015

Investigador Principal: Antonio Navarro García (Universidad de Sevilla)

Fecha de inicio: 26/03/2013 Fecha de Finalización: 25/03/2016

Cuantía de la subvención: 51.500 €,

Tipo de participación: Investigador principal.

2.- Referencia del Proyecto: P09-SEJ-4568;

Título: Sociedad de la Información en Colectivos Emergentes en Andalucía: e-Inclusión y e-Accesibilidad

Entidad Financiadora: Junta de Andalucía (Consejería de Innovación, Ciencia y Empresas)

Convocatoria: 2010-2013

Investigador Principal: Ángel Francisco Villarejo Ramos (Universidad de Sevilla)

Fecha de inicio: 03/02/2010 Fecha de Finalización: 03/02/2014

Cuantía de la subvención: 50.000 €,

Tipo de participación: Investigador colaborador.

3.- Referencia del Proyecto: RACEF/001/11

Título del Proyecto: Diccionario Panhispánico de Economía y Finanzas de la Academia de Ciencias Económicas y Financieras de España

Entidad Financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad

Investigador Principal: Camilo Prado Román (Universidad Rey Juan Carlos)

Fecha inicio: 01/01/2011; Fecha finalización: 31/12/2012

Cuantía de la subvención: 60.000 €

Tipo de participación: Investigador colaborador.

4.- Referencia del Proyecto: MSPS311/012

Título del Proyecto: La juventud universitaria ante la igualdad y la violencia de género
Entidad Financiadora: Proyecto Competitivo del Ministerio de Sanidad y Política Social
Investigador Principal: M^a. Isabel Carvajal Gómez - D^a. María José Díaz-Aguado Jalón (Universidad Complutense de Madrid)
Fecha inicio: 01/01/2010 Fecha finalización: 31/12/2010
Cuantía de la subvención: 40.000 €
Tipo de participación: Investigador colaborador.

C.3. Contratos 68/83 LOU/Proyectos I+D+I

1.- Referencia: 2742/0823

Título: Diseño de modelos de comercialización para el Retail Turístico: Influencia de los contenidos audiovisuales del destino en el comportamiento del cliente y su análisis mediante el Big Data

Entidad Financiadora: Fundación de Investigación de la Universidad de Sevilla (FIUS) y Viajes de Autor

Investigador Principal: Fco. Javier Rondán Cataluña

Duración del contrato: 9 meses

Fecha de inicio: 31/03/2016 Fecha de Finalización: 30/12/2016

Cuantía de la subvención: 120.000 €

Tipo de participación: Investigador colaborador.

2.- Referencia: 2559/0644

Título: Diseño de una Metodología Normativa Orientadora en la Selección de Variables Observables y Constructos Explicativos del Comportamiento del Ciudadano como Cliente Online de la Administración Pública Local

Entidad Financiadora: Fundación de Investigación de la Universidad de Sevilla (FIUS) y SDOS

Investigador Principal: Manuel Rey Moreno (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 18 meses

Fecha de inicio: 01/05/2015 Fecha de Finalización: 30/10/2016

Cuantía de la subvención: 68.000 €

Tipo de participación: Investigador colaborador.

3.- Referencia: 2558/0644

Título: Diseño de Modelos de Comercialización y Generación de Demanda Online de Oferta Turística Complementaria Basados en Sistemas Retroalimentados de Recomendación de Ociotipos Dinámicos

Entidad Financiadora: Fundación de Investigación de la Universidad de Sevilla (FIUS) y GUADALTEL

Investigador Principal: Manuel Rey Moreno (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 6 meses

Fecha de inicio: 01/05/2015 Fecha de Finalización: 30/10/2015

Cuantía de la subvención: 37.500 €

Tipo de participación: Investigador colaborador.

4.- Referencia: 2678/0288

Título: Elaboración del Libro Blanco del Comercio en Andalucía 2015.

Entidad Financiadora: Junta de Andalucía; Consejería de Economía y Hacienda (Dirección General de Comercio)

Investigador Principal: Cristina Campayo Rodríguez (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 6 meses

Fecha de inicio: 01/12/2015 Fecha de Finalización: 01/06/2016

Cuantía de la subvención: 21.694,26 €,

Tipo de participación: Investigador colaborador.

5.- Referencia: 2394/0288

Título: Formación en materia de comercio, tutorización de proyectos y elaboración del libro

blanco del comercio en Andalucía.

Entidad Financiadora: Junta de Andalucía; Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (Dirección General de Comercio)

Investigador Principal: Cristina Campayo Rodríguez (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 6 meses

Fecha de inicio: 25/11/2014 Fecha de Finalización: 24/05/2016

Cuantía de la subvención: 57.057,55 €,

Tipo de participación: Investigador colaborador.

6.- Referencia: 1795/0644

Título: Cátedra Metropol-Parasol de Gestión de Espacios Urbanos Turísticos, Comerciales y de Ocio

Referencia: 1795/0644

Entidad Financiadora: SACYR

Investigador Principal: Manuel Rey Moreno (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 6 años y 11 meses

Fecha inicio: 01/01/2013 Fecha finalización: 12/11/2019

Cuantía de la subvención: 162.720 €

Tipo de participación: Investigador colaborador.

7.- Referencia: 1905/0288

Título: Formación en materia de comercio, tutorización de proyectos y elaboración del libro blanco del comercio en Andalucía.

Entidad Financiadora: Junta de Andalucía Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (Dirección General de Comercio)

Investigador Principal: Cristina Campayo Rodríguez (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 6 meses

Fecha de inicio: 14/06/2013 Fecha de Finalización: 13/11/2014

Cuantía de la subvención: 49.969,12 €,

Tipo de participación: Investigador colaborador.

8.- Referencia: 8.07/5.14.3881

Título: Elaboración de un Plan de Marketing para el Centro de Español para Extranjeros de la Universidad de Málaga.

Entidad Financiadora: Fundación General de la Universidad de Málaga

Responsable: Sebastián Molinillo Jiménez (Universidad de Málaga)

Duración del contrato: 14 meses

Fecha inicio: 01/06/2012; Fecha finalización: 31/07/2013

Cuantía de la subvención: 16.550 €

Tipo de participación: Investigador colaborador.

9.- Referencia: 1349/0540

Título: Formación en materia de comercio, tutorización de proyectos y elaboración del libro blanco del comercio en Andalucía.

Entidad Financiadora: Junta de Andalucía Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (Dirección General de Comercio)

Investigador Principal: Cristina Campayo Rodríguez (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 15 meses

Fecha de inicio: 30/10/2011 Fecha de Finalización: 31/01/2013

Cuantía de la subvención: 41.808,39 €,

Tipo de participación: Investigador colaborador.

10.- Referencia: 0572/0298

Título: Estudio de Investigación sobre las características, percepciones y comportamientos de los Turistas en la Provincia de Sevilla en el año 2009

Entidad Financiadora: Diputación de Sevilla

Investigador Principal: Carmen Barroso Castro (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 11 meses

Fecha de inicio: 01/02/2010
Fecha de Finalización: 31/12/2010
Cuantía de la subvención: 64.612 €,
Tipo de participación: Investigador colaborador.

11.- Referencia: 0585/0014
Título: Cátedra de Emprendedores – PRODETUR 2009
Entidad Financiadora: PRODETUR, S.A. (Diputación de Sevilla)
Investigador Principal: Rafael Periañez Cristóbal (Universidad de Sevilla)
Duración del contrato: 6 meses
Fecha inicio: 15/07/2009 Fecha finalización: 31/12/2009
Cuantía de la subvención: 7.732,17 €
Tipo de participación: Investigador colaborador.

12.- Referencia: 0715/0014
Título: Patrocinio de la Cátedra de Emprendedores por parte de Andalucía Emprende, FPA.
Entidad Financiadora: Andalucía Emprende FPA
Investigador Principal: Rafael Periañez Cristóbal (Universidad de Sevilla)
Duración del contrato: 12 meses
Fecha inicio: 13/02/2010 Fecha finalización: 12/01/2011
Cuantía de la subvención: 8.965,25 €
Tipo de participación: Investigador colaborador.

13.- Referencia: 0971/0288
Título: Formación de becarios en comercio interior y elaboración del libro blanco del comercio en Andalucía.
Entidad Financiadora: Junta de Andalucía Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (Dirección General de Comercio)
Investigador Principal: Cristina Campayo Rodríguez (Universidad de Sevilla)
Duración del contrato: 15 meses
Fecha de inicio: 01/10/2010 Fecha de Finalización: 31/12/2011
Cuantía de la subvención: 49.333,9 €,
Tipo de participación: Investigador colaborador.

14.- Referencia: 0486/0014
Título: Cátedra de Emprendedores y Nueva Economía 2009-2010
Entidad Financiadora: Innovar en Alcalá de Guadaira, S.L.
Investigador Principal: Rafael Periañez Cristóbal
Duración del contrato: 12 meses
Fecha inicio: 10/06/2009; Fecha finalización: 09/06/2010
Cuantía de la subvención: 36.000 €
Tipo de participación: Investigador colaborador.

15.- Referencia: 0037/0014
Título: Cátedra de Emprendedores y Nueva Economía 2008
Entidad Financiadora: SEVILLA GLOBAL S.A; EADS - Construcciones Aeronáuticas, S.A.; Innovar en Alcalá de Guadaira, S.L.; Cartuja 93, S.A.
Investigador Principal: Rafael Periañez Cristóbal
Duración del contrato: 12 meses
Fecha inicio: 10/03/2008; Fecha finalización: 10/03/2019
Cuantía de la subvención: 36.000 €
Tipo de participación: Investigador colaborador.

16.- Referencia: SI-068/08
Título: Análisis del sector turístico de la provincia de Sevilla
Entidad Financiadora: Diputación de Sevilla
Investigador Principal: Carmen Barroso Castro (Universidad de Sevilla)
Duración del contrato: 4 meses

Fecha de inicio: 03/11/2008 Fecha de Finalización: 03/03/2009
Cuantía de la subvención: 62.640 €
Tipo de participación: Investigador colaborador.

17.- Referencia: SI-006-07

Título: Investigación sobre la confección, desarrollo y ejecución de un programa formativo para la implantación de un sistema normalizado de cartas de servicio en la Universidad de Sevilla

Entidad Financiadora: Centro de Formación y Perfeccionamiento de la Universidad de Sevilla

Investigador Principal: Rafael Periañez Cristóbal (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 12 meses

Fecha de inicio: 12/01/2007 Fecha de Finalización: 12/01/2008

Cuantía de la subvención: 20.000 €,

Tipo de participación: Investigador colaborador.

18.- Referencia: SI-111/07

Título: Análisis del sector turístico

Entidad Financiadora: Prodetur S.A. (Diputación de Sevilla)

Investigador Principal: Carmen Barroso Castro (Universidad de Sevilla)

Duración del contrato: 6 meses

Fecha de inicio: 29/06/2007 Fecha de Finalización: 31/12/2007

Cuantía de la subvención: 39.150 €

Tipo de participación: Investigador colaborador.

19.- Referencia: SI-074/06

Título del proyecto: Programa formativo para el Personal de Administración y Servicios de la Universidad de Sevilla

Entidad Financiadora: Universidad de Sevilla (Centro de Formación y Perfeccionamiento del PAS)

Responsable: Rafael Periañez Cristóbal

Duración del contrato: 12 meses

Fecha inicio: 01/04/2006 Fecha finalización: 31/03/2007

Cuantía de la subvención: 12.000 €

Tipo de participación: Investigador colaborador.

20.- Referencia: SI-073/05

Título: Estudio sobre las percepciones de los clientes sobre catálogos de B.P. OIL España, S.A.

Entidad Financiadora: BP Oil España, S.A.

Investigador Principal: Carmen Barroso Castro (Universidad de Sevilla)

Duración del Contrato: 12 meses

Fecha de inicio: 08/01/2005 Fecha de Finalización: 10/01/2006

Cuantía de la subvención: 8.760 €

Tipo de participación: Investigador colaborador.

21.- Referencia: SI-079/01

Título: Diagnóstico de la situación del comercio interior de Andalucía y programas y medidas de modernización del comercio interior en Andalucía

Entidad Financiadora: Junta de Andalucía (Consejería de Economía y Hacienda) Investigador Principal: Enrique Martín Armario

Duración del Contrato: 2 meses

Fecha de inicio: 30/07/2001 Fecha de Finalización: 30/09/2001

Cuantía de la subvención: 102.000 €,

Tipo de participación: Investigador colaborador.

C.5, C.6, C.7... Otros

- 1.- Desde el 2010, Secretario General y Vicepresidente de las Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica.
- 2.- Miembro del Editorial Board del Journal of Business Research 2012-2015
- 3.- Editor Asociado en las revistas RAE-Revista de Administração de Empresas (2015-2018) y de la European Journal of Family Business
- 4.- Miembro del Comité de Redacción de la revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.
- 5.- Miembro del Panel de Expertos de la Agencia Andaluza del Conocimiento para la evaluación de Proyectos de I+D+I

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA 26/05/2020

Nombre y apellidos	FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		

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	1996
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave			

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
------------------------------	-------------	-----

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Indicador	Medida
Fecha del último sexenio	31/12/2015

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Publicación en Revista. Alonso Dos Santos, Manuel; Calabuig, Ferran; Montoro-Rios, Francisco Javier; Alguacil, M. 2017. Online sport event consumers: Attitude, e-quality and e-satisfaction. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. 12, pp. 54-70.

Publicación en Revista. Casado, Luis Alberto; Sanchez-Fernandez, Juan; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2017. Neural Correlates of Voice Gender and Message Framing in Advertising: An fMRI Study. Journal of Neuroscience, Psychology and Economics.

Publicación en Revista. Luna, Iviane R.; Liebana-Cabanillas, Francisco J.; Montoro-Rios, Francisco Javier; Gil De Luna, João. 2017. NFC technology acceptance for mobile payments: A Brazilian Perspective. Revista Brasileira de Gestao de Negocios. 19, pp. 82-103.

Publicación en Revista. Alonso Dos Santos, Manuel; Calabuig, Ferran; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2016. Effectiveness of the Sponsors and Sporting Events Website. International Journal of Sport Management, Recreation and Tourism. 25,

Publicación en Revista. Martinez-Fiestas, Myriam; Viedma-Del Jesus, Maria Isabel; Sanchez-Fernandez, Juan; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2015. A Psychophysiological Approach For Measuring Response to Messaging: How Consumers Emotionally Process Green Advertising. Journal of Advertising Research. 55, pp. 192-205.

Publicación en Revista. Sanchez-Fernandez, Juan; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2015. Neuroscience Meets Environmentalism: How Consumers Emotionally Process Green Advertising. A Psychophysiological Approach for Measuring Response to Messaging. Journal of Advertising Research. 55, pp. 192-205.

Publicación en Revista. Luna, Iviane R.; Montoro-Rios, Francisco Javier; Liebana-Cabanillas, Francisco J.. 2015. Determinants of the intention to use NFC technology as a payment system: an acceptance model approach. Information Systems and e-Business Management. 13, pp. 1-22.

Publicación en Revista. Liebana-Cabanillas, Francisco J.; Luna, Iviane R.; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2015. User behaviour in QR mobile payment system: the QR Payment Acceptance Model. Technology Analysis & Strategic Management. 27, pp. 1031-1049.

Publicación en Revista. Alonso -dos Santos, Manuel; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2015. Scale of spectators' motivations at soccer events. Soccer and Society. 17, pp. 58-71.

Publicación en Revista. Luna, Iviane R.; Liebana-Cabanillas, Francisco J.; Montoro-Rios, Francisco Javier; Graciano-luz, André . 2015. Nuevas perspectivas sobre el comportamiento del consumidor para la adopción del pago móvil sin contacto. Desenvolve: Revista de Gestão do Unilasalle. 4, pp. 63-86.

Publicación en Revista. Alonso Dos Santos, Manuel; Calabuig, Ferran; Montoro-Rios, Francisco Javier; Valentine, Irena; Emeljanovas, A. 2014. Destination image of a city hosting sport event: Effect on sponsorship. Transformations in Business & Economics. 13, pp. 343-360.

Publicación en Revista. Rodriguez-Priego, Nuria; Montoro-Rios, Francisco Javier; Georgantzis-, Nikolaos. 2014. Risk Perception and Commitment to Reduce Global Climate Change in Spain. Revista Internacional de Sociología. 72, pp. 173-200.

Publicación en Revista. Rodriguez-Priego, Nuria; Montoro-Rios, Francisco Javier; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2013. Mapping Environmental Behaviour in the Spanish Context. The International Journal of Environmental, Cultural, Economic and Social Sustainability: Annual Review. 8, pp. 37-46.

Publicación en Revista. Sanchez-Fernandez, Juan; Muñoz-Leiva, Francisco; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2012. Improving retention rate and response quality in Web-based surveys. Computers in Human Behavior. 28, pp. 507-514.

Libros. Torres-Ruiz, Francisco Jose; Murgado-Armenteros, Eva Maria; Gutiérrez-Salcedo, María; Parras-Rosa, Manuel; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2012. EL SECTOR DE LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS EN ANDALUCÍA: DIAGNÓSTICO, RETOS Y ESTRATEGIAS. Centro De Estudios Andaluces.

Publicación en Revista. Muñoz-Leiva, Francisco; Sanchez-Fernandez, Juan; Montoro-Rios, Francisco Javier; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2010. IMPROVING THE RESPONSE RATE AND QUALITY IN WEB-BASED SURVEYS THROUGH THE PERSONALIZATION AND FREQUENCY OF REMINDER MAILINGS. Quality and Quantity. 44, pp. 1037-1052.

Publicación en Revista. Sanchez-Fernandez, Juan; Muñoz-Leiva, Francisco; Montoro-Rios, Francisco Javier; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2010. AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRE-INCENTIVES AND POST-INCENTIVES BASED ON DRAWS ON RESPONSE TO WEB SURVEYS. Quality and Quantity. 44, pp. 357-373.

C.2. Proyectos

P12-SEJ-1980. 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. CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y CIENCIA. Sanchez-Fernandez, Juan (Universidad de Granada). 2014-2018. 64745 EUR. Investigador/a.

ECO2012-39576. Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva de Neuromarketing. 2013-2015. 29500 EUR. Investigador/a.

2013/IRS/318947. CHEUFDI - China-EU FDI. COMISIÓN EUROPEA. Montoro-Rios, Francisco Javier (Universidad de Granada). 2013-2017. 163800 EUR. Responsable.

ECO2012-39576. ANALISIS DE LOS MECANISMOS COGNITIVOS Y AFECTIVOS EN EL PROCESAMIENTO DE LA COMUNICACION MEDIOAMBIENTAL DESDE UNA PERSPECTIVA DE NEUROMARKETING. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN. Muñoz-Leiva, Francisco (Universidad de Granada). 2013-2015. 29250 EUR. Investigador/a.

SEJ-6768. Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible. Montoro-Rios, Francisco Javier (Universidad de Granada). 2011-2014. 45000 EUR. Responsable.

2011/00047. Estrategias de mejora de la comercialización de los aceites de oliva.. Junta De Andalucía. Torres-Ruiz, Francisco Jose (Universidad de Jaén). 2011-2016. 161994,84 EUR. Investigador/a.

P09.RNM-5394. Guía metodológica para la Integración Metropolitana Sostenible de los Sistemas de Metro Ligero. INTEGRA-ME. PROYECTOS DE EXCELENCIA, JUNTA DE ANDALUCÍA. Valenzuela-Montes, Luis Miguel (Universidad de Granada). 2010-2014. 201.115 EUR. Investigador/a.

P06-SEJ-2170. INTERNET, COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO EN ANDALUCÍA. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 2007-2010. 162736,3 EUR. Investigador/a.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Encuesta de valoración del Parque de Ocio Serrallo Plaza. 2014-2014. 8800 EUR.

DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN SOBRE "EL COMPLEJO AGROALIMENTARIO DE LOS ALIMENTOS ECOLÓGICOS EN ANDALUCÍA: MERCADOS, MEJORA DE LA COMERCIALIZACIÓN Y VERTEBRACIÓN SECTORIAL. ENTIDAD FINANCIADORA: FUNDACIÓN PÚBLICA CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES. . CENTRA-JUNTA DE ANDALUCÍA. Torres-Ruiz, Francisco Jose (Universidad de Jaén). 2011-2012. 16.351,69 EUROS EUR.

C.4. Patentes



Curriculum vitae Impreso normalizado

Número de hojas que contiene:

Nombre: INES KUSTER BOLUDA

Fecha: 17/10/2016

Firma:

El arriba firmante declara que son ciertos todos los datos que figuran en este currículum, asumiendo en caso contrario, las responsabilidades que se pudieran derivar de las inexactitudes que constan.

No olvide que es necesario firmar en el margen de cada una de las páginas.

Este currículum no excluye que en el proceso de evaluación se le requiera para ampliar la informacio que aquí se contiene.

APELLIDOS: KUSTER BOLUDA

NOMBRE: INES

SEXO: ☒ F ☐ M

DNI: ☒ ☐

FECHA DE NACIMIENTO: ☒ ☐ **Nº FUNCIONARIO:** ☒ ☐

DIRECCIÓN PARTICULAR: ☒ ☐

CIUDAD: ☒ ☐

DISTRITO POSTAL: ☒ ☐

TELÉFONO: ☒ ☐

ESPECIALIZACIÓN (CÓDIGOS UNESCO): 531105 - Marketing (Comercialización)

FORMACIÓN ACADÉMICA

<u>Titulación Universitaria</u>	<u>Centro</u>	<u>Fecha</u>
Lic. CC Económicas y Empresariales	Facultat d'Economia	30/06/1993
<u>Doctorado</u>	<u>Centro</u>	<u>Fecha</u>
Doctora CC Económicas y Empresariales	Facultat d'Economia	21/09/1999

DIRECTOR(ES) DE TESIS: Enrique Bigné y Francisco Torán

SITUACIÓN PROFESIONAL ACTUAL

ORGANISMO: Universitat de València

FACULTAD, ESCUELA O INSTITUTO: FACULTAD DE ECONOMIA

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

CATEGORÍA PROFESIONAL Y FECHA DE INICIO: CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD - 13/04/2010

DIRECCIÓN POSTAL: Dpto Comerc. e investig. mercados. Facultat d'Economia. Avd Tarongers s/n (Valencia - 46022)

TELÉFONO (indicar número y extensión): ☒ ☐

CORREO ELECTRÓNICO: ines.kuster(a)uv.es

PLANTILLA ☒
CONTRATO ☐
BECARIO/A ☐
INTERINO/A ☐

DEDICACIÓN: a) A TIEMPO COMPLETO ☒
b) A TIEMPO PARCIAL ☐

ACTIVIDADES ANTERIORES DE CARÁCTER CIENTÍFICO Y/O PROFESIONAL

Idiomas de interés científico (*Regular, Suficiente, Bien*)

Participación en Proyectos de Investigación financiados en Convocatorias públicas

(referidos a los últimos 10 años)

Título del proyecto/contrato: Determinantes del éxito de una web como canal de venta de las pymes. Implicaciones para su diseño

Tipo de contrato/Programa: PIGV - Projectes d'Investigació (Generalitat Valenciana)

Empresa/Administración financiadora: 0036 - Oficina de Ciencia y Tecnología de la Generalitat Valenciana

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: GV/2006/35 **Importe:** 24.200,00 **Duración, desde:** 2006 **hasta:** 2007

Investigador/s responsable/s: Vila López, Natalia

Número de investigadores participantes: 6

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 009519 **Orden:** 006

Título del proyecto/contrato: Integración de las tecnologías de la Información y comunicación en los procesos empresariales, creación de valor y competitividad de las empresas valencianas: una aplicación al sector turístico y del mueble

Tipo de contrato/Programa: PIGV - Projectes d'Investigació (Generalitat Valenciana)

Empresa/Administración financiadora: 0036 - Oficina de Ciencia y Tecnología de la Generalitat Valenciana

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: GV/2006/374 **Importe:** 3.250,00 **Duración, desde:** 2006 **hasta:** 2007

Investigador/s responsable/s: Andreu Simó, Luisa

Número de investigadores participantes: 7

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 009520 **Orden:** 007

Título del proyecto/contrato: Análisis de la influencia de las redes empresariales y su orientación al mercado en el proceso de desarrollo de las nuevas empresas internacionales

Tipo de contrato/Programa: PIPN - Proyectos de Investigación del Plan Nacional de I+D+I

Empresa/Administración financiadora: 2645 - Plan Nacional de I+D. Secretaria de Estado de Universidades, Investigación y Desarrollo

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: SEJ2007-63372 **Importe:** 21.000,00 **Duración, desde:** 2007 **hasta:** 2010

Investigador/s responsable/s: Ripollés Meliá, María

Número de investigadores participantes: 4

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 011323 **Orden:** 008

Título del proyecto/contrato: Los caminos de la ciencia (recorridos científico-divulgativos en el Parc Científic de la Universitat de València)

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 3050 - Fecyt

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: CCT005-07-00350 **Importe:** 20.000,00 **Duración, desde:** 2007 **hasta:** 2007

Investigador/s responsable/s: Sapiña Navarro, Fernando

Número de investigadores participantes: 12

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 011390 **Orden:** 009

Título del proyecto/contrato: Los caminos de la ciencia (recorridos científico-divulgativos en el Parc Científic de la Universitat de València)

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 3050 - Fecyt

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: FCT-08-0444 **Importe:** 10.000,00 **Duración, desde:** 2008 **hasta:** 2008

Investigador/s responsable/s: Sapiña Navarro, Fernando

Número de investigadores participantes: 12

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 013687 **Orden:** 010

Título del proyecto/contrato: Efectos de los videojuegos en las marcas emplazadas: la transmisión de imagen a través de emociones

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 2182 - Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas IVIE

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** 4.640,00 **Duración, desde:** 2009 **hasta:** 2009

Investigador/s responsable/s: Inés Küster

Número de investigadores participantes: 4

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 014641 **Orden:** 011

Título del proyecto/contrato: Consumer Behaviour Erasmus Network

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 5285 - EU - Lifelong Learning Programme

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: 156089-LLP-1-2009-1-ES-ER **Importe:** 836.687,00 **Duración, desde:** 2009 **hasta:** 2012

Investigador/s responsable/s: Universidad de León

Número de investigadores participantes: 66

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 017933 **Orden:** 012

Título del proyecto/contrato: Antecedentes de la confianza mutua entre profesionales y familias y su impacto sobre la autonomía y la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 2892 - Plan Nacional de I+D+I, Ministerio de Educación y Ciencia

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: PSI2010-21891 **Importe:** 40.000,00 **Duración, desde:** 2010 **hasta:** 2013

Investigador/s responsable/s: Vicente Martínez Tur

Número de investigadores participantes: ---

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 028288 **Orden:** 013

Título del proyecto/contrato: Condicionantes de los alimentos reducidos en grasas entre los jóvenes: factores psicológicos del individuo, factores socio-culturales y factores extrínsecos al producto

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: UNVA - Universitat de València

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: UV-INV-PRECOM13-115014 **Importe:** 10.999,41 **Duración, desde:** 2013 **hasta:** 2014

Investigador/s responsable/s: Pedro Canales Ronda

Número de investigadores participantes: ---

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 028289 **Orden:** 014

Título del proyecto/contrato: Alimentos reducidos en grasas y jóvenes. Cómo mejorar su comercialización a través del neuromarketing

Tipo de contrato/Programa: PIPN - Proyectos de Investigación del Plan Nacional de I+D+I

Empresa/Administración financiadora: MECN - Ministerio de Economía

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: CSO2013-42524-R **Importe:** 13.000,00 **Duración, desde:** 2014 **hasta:** 2016

Investigador/s responsable/s: Inés Küster Boluda - Natalia Vila López

Número de investigadores participantes: 11

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 030823 **Orden:** 015

Título del proyecto/contrato: Metodologías de aprendizaje activo en el aula: el uso de las Ted Lessons y la Gamificación

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: UNVA - Universitat de València

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: UV-SFPIE_RMD15-312658 **Importe:** 180,00 **Duración, desde:** 2015 **hasta:** 2016

Investigador/s responsable/s: CARLA RUIZ MAFE

Número de investigadores participantes: 7

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 032898 **Orden:** 016

Título del proyecto/contrato: Metodologías dinámicas de enseñanza y aprendizaje: ¿ACTIVIDADES DE FLIPPED CLASSROOM?

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: UNVA - Universitat de València

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: UV-SFPIE_RMD15-307882 **Importe:** 500,00 **Duración, desde:** 2015 **hasta:** 2016

Investigador/s responsable/s: Asunción Hernandez Fernandez

Número de investigadores participantes: 5

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 032894 **Orden:** 017

Título del proyecto/contrato: Antecedentes de la confianza mutua entre profesionales y familias y su impacto sobre la autonomía y la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 6041 - Ministerio de Ciencia e Innovación. Subdirección General de Proyectos de Investigación

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: PSI2010-21891 **Importe:** 40.000,00 **Duración, desde:** 2011 **hasta:** 2013

Investigador/s responsable/s: Vicente Martínez-Tur

Número de investigadores participantes: ---

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 019944 **Orden:** 112

Participación en Contratos de Investigación de especial relevancia con empresas y/o administraciones

(referidos a los últimos 10 años)

Título del proyecto/contrato: Asesoramiento marketing sobre el desarrollo de la marca para la Asociación de Pret a Porter Industrial de la Comunidad Valenciana (PIV).

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 0560 - Colaboración Universitat de Valencia-Empresa

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 2006 **hasta:** 2007

Investigador/s responsable/s: Küster Boluda, Inés y Vila López, Natalia

Número de investigadores participantes: 2

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 007193 **Orden:** 107

Título del proyecto/contrato: Realización de informe sobre instituciones y productos financieros

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 4278 - CEACCU

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** 6.000,00 **Duración, desde:** 2007 **hasta:** 2007

Investigador/s responsable/s: Lourdes Ferrando

Número de investigadores participantes: 4

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 013528 **Orden:** 108

Título del proyecto/contrato: Estudio de satisfacción de la clientela nacional

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 4576 - Antares Iluminación

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 2009 **hasta:** 2009

Investigador/s responsable/s: Inés Küster

Número de investigadores participantes: 2

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 014642 **Orden:** 110

Título del proyecto/contrato: Estudio de satisfacción de la clientela internacional

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 4576 - Antares Iluminación

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 2010 **hasta:** 2010

Investigador/s responsable/s: Inés Küster y Natalia Vila

Número de investigadores participantes: 2

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 019943 **Orden:** 111

Título del proyecto/contrato: Estudio de satisfacción de la clientela nacional

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 4576 - Antares Iluminación

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** --- **Duración, desde:** 2011 **hasta:** 2011

Investigador/s responsable/s: Inés Küster y Natalia Vila

Número de investigadores participantes: 2

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 021387 **Orden:** 113

Título del proyecto/contrato: ASESORAMIENTO TECNICO SOBRE LA ELABORACION DE UNA PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING

Tipo de contrato/Programa:

Empresa/Administración financiadora: 12403 - Buraglia S.L.

Entidades participantes: ---

Número de proyecto/contrato: --- **Importe:** 2.000,00 **Duración, desde:** 2015 **hasta:** 2015

Investigador/s responsable/s: Küster y Vila

Número de investigadores participantes: 2

Palabras Clave:

Código de proyecto/contrato: 032895 **Orden:** 114

Publicaciones en revistas

(referidos a los últimos 10 años y hasta un máximo de 10 publicaciones)

Autores (p.o. de firma): Küster, I.; Pascual, J.J.

Título: Crecimiento profesional de los mejores vendedores a través del coaching en el entorno de la venta personal

Revista: 312418 - 3C Empresa

Número de autores:

Volumen: 3 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** 8 **final:** 15 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 2254-3376

Clave: Artículo **Código Artículo:** 094706 **Orden:** 094

Autores (p.o. de firma): Küster, I.; Ruiz, C.; Damián, C.

Título: Algunas reflexiones sobre el marketing y la publicidad móvil

Revista: 312241 - 3C tecnología

Número de autores:

Volumen: 5 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** --- **final:** --- **Año:** 2016 **Lugar de publicación:** ISSN: 2254-4143

Clave: Artículo **Código Artículo:** 110647 **Orden:** 105

Autores (p.o. de firma): Casanoves, J.; Küster, I. vol. 2, n. 1, pp. 303-317.

Título: Digital management in tourism: e-business strategies applied to the air service

Revista: 017773 - International journal of scientific management and tourism

Número de autores:

Volumen: 2 **Número:** 1 **Páginas, inicial:** 303 **final:** 317 **Año:** 2016 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 2444-0299

Clave: Artículo **Código Artículo:** 110657 **Orden:** 106

Autores (p.o. de firma): Vila, N.; Küster, I.; y Escamilla, M.A.

Título: Formación para fuerza de ventas mexicana

Revista: 915191 - Revista de Ciencias Sociales

Número de autores:

Volumen: XXI **Número:** 3 **Páginas, inicial:** 358 **final:** 372 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** VENEZUELA **ISSN:** 1315-9518

Clave: Artículo **Código Artículo:** 108590 **Orden:** 104

Autores (p.o. de firma): Vila, N. y Küster, I.

Título: ¿Conduce la internacionalización al éxito de una empresa familiar?: aplicación al sector textil.

Revista: 915829 - Innovar-Revista de Ciencias Administrativas y Sociales

Número de autores:

Volumen: 25 **Número:** 56 **Páginas, inicial:** 43 **final:** 52 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** COLOMBIA **ISSN:** 0121-5051

Clave: Artículo **Código Artículo:** 102832 **Orden:** 099

Autores (p.o. de firma): Küster, I.; Vila, N.; Escamilla, M.A.

Título: Los efectos de una correcta planificación de la formación en ventas: un estudio con jefes de ventas

Revista: 000561 - Estudios Financieros. Revista de Trabajo y Seguridad Social: Comentarios, Casos Prácticos: Recursos Humanos

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** 386 **Páginas, inicial:** 177 **final:** 212 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** ESPAÑA **ISSN:** 1138-9532

Clave: Artículo **Código Artículo:** 103063 **Orden:** 100

Autores (p.o. de firma): Hernández, A.; Canales, P.; Vila, N. y Kuster, I.

Título: 'Healthy Nutrition 2.0 in Spain: Healthy Education and Control of misinformation'

Revista: 017641 - International Journal of Economics and Statistics

Número de autores: 4

Volumen: 3 **Número:** --- **Páginas, inicial:** 182 **final:** 186 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA **ISSN:** 2309-0685

Clave: Artículo **Código Artículo:** 108340 **Orden:** 103

Autores (p.o. de firma): Hernandez Fernandez, Asuncion; Kuster Boluda, Ines; Vila Lopez, Natalia.

Título: E-Retailers. El reto de la tecnología 2.0 para el éxito de las empresas minoristas

Revista: 312241 - 3C tecnología ISSN: 2254 ¿ 4143

Número de autores: 3

Volumen: 4 **Número:** 3 **Páginas, inicial:** 109 **final:** 134 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** ISSN: 2254-4143

Clave: Artículo **Código Artículo:** 106969 **Orden:** 102

Autores (p.o. de firma): Aragonés, C.; Küster, I.; Vila, N.

Título: Turismo deportivo internacional-nacional: Aplicación al patrocinio deportivo

Revista: 916420 - Universia Business Review

Número de autores: 3

Volumen: --- **Número:** 45 **Páginas, inicial:** 68 **final:** 90 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** ESPAÑA ISSN: 1698-5117

Clave: Artículo **Código Artículo:** 102662 **Orden:** 101

Autores (p.o. de firma): Vila, N.; Küster, I.

Título: How can secure webs improve buying intention? Usable versus non usable contexts

Revista: 917294 - Journal Of Organizational And End User Computing

Número de autores:

Volumen: 26 **Número:** 2 **Páginas, inicial:** 41 **final:** 49 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA ISSN: 1546-2234

Clave: Artículo **Código Artículo:** 085820 **Orden:** 095

Otras Publicaciones

(referidos a los últimos 10 años y hasta un máximo de 10 publicaciones)

Autores (p.o. de firma): Orphanidou, Y.; Tsangari, H.; Neulinger, A.; ; Küster, I.; Vila, N.; Rudawska, I.; Bakowska, S.; Arvola, R.

Título: Cap. 7: Analysing different consumption practices among different settings

Libro: Consumption Culture in Europe. Insight into the Beverage Industry

Editorial: Idea group publishing

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 258 **final:** 302 **Año:** 2013 **Lugar de publicación:** (ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA) **ISBN:** --- **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 052275 **Orden:** 224

Autores (p.o. de firma): Aragonés, C.; Küster, I.; Vila, N. (2016)

Título: El patrocinio deportivo como herramienta de marketing

Libro: Talento e Innovación en Marketing y Publicidad, cap. 4

Editorial: Ediciones CEF

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 107 **final:** 126 **Año:** 2016 **Lugar de publicación:** Madrid (ESPAÑA) **ISBN:** --- **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 067811 **Orden:** 233

Autores (p.o. de firma): Ruiz, C.; Küster, I.; Damián, C.C.

Título: Success factors influencing consumers¿ willingness to purchase brands advertised through mobile phone

Libro: Mobile Electronic Commerce: Foundations, Development and Applications

Editorial: Taylor and Francis, Inc.

Número de autores: 3

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 395 **final:** 412 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** (ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA) **ISBN:** 978-1-4822-6424-1 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 062707 **Orden:** 229

Autores (p.o. de firma): Küster, I.

Título: 3.3.18. Cultura empresarial. Denominaciones de origen protegidas (D.O.P.) e indicaciones geográficas protegidas (I.G.P.)

Libro: Atlas de los Recursos Territoriales Valencianos

Editorial: Universitat de València

Número de autores: 1

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 154 **final:** 155 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 978-84-370-9733-6 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 062708 **Orden:** 231

Autores (p.o. de firma): Kuster, I; Vila, N; Hernandez, A; Canales, P; CASTILLO, V.

Título: Product Placement in Video Games: Image Transference among Emotions

Libro: Engaging Consumers through Branded Entertainment and Convergent Media

Editorial: IGI Global

Número de autores: 5

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 127 **final:** 149 **Año:** 2015 **Lugar de publicación:**

Pennsylvania (USA), (ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA) **ISBN:** 978-1466683426 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 066170 **Orden:** 232

Autores (p.o. de firma): Román, S.; Küster, I.

Título: Gestión de la venta personal y de equipos comerciales

Libro:

Editorial: Ediciones Paraninfo

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 1 **final:** 295 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 978-8428395304 **Depósito legal:** ---

Clave: Libro de contenido científico **Código Publicación:** 061410 **Orden:** 109

Autores (p.o. de firma): Küster, I.

Título: Cap. 4: Captación y fidelización de los clientes pacientes en un entorno competitivo

Libro: Marketing sanitario

Editorial: ESIC EDITORIAL

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 59 **final:** 84 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 978-84-1545-248-8 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 058101 **Orden:** 228

Autores (p.o. de firma): Kuster, I. y Vila, N.

Título: Herramientas tecnológicas a disposición de la venta para vincular clientes.

Libro: Experiencia y comportamiento del cliente en un entorno multicanal: claves

Editorial: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Número de autores: 1

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 329 **final:** 345 **Año:** 2014 **Lugar de publicación:** (ESPAÑA)

ISBN: 978-84-8367-469-7 **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 061596 **Orden:** 230

Autores (p.o. de firma): Wiedmann, K-P.; Hennings, N.; Beherens, S.; Rodríguez, C.; Pertejo, A.; Küster, I.; Ganassali, S.; Moscarola, J.; Dalli, D.; Laaksonen, P.; Turley, D.; Kenyon, A.; Corciolani, M.

Título: Cap. 2: Consumer culture. Literature Review.

Libro: Consumption Culture in Europe. Insight into the Beverage Industry

Editorial: Idea group publishing

Número de autores:

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 72 **final:** 99 **Año:** 2013 **Lugar de publicación:** (ESTADOS

UNIDOS DE AMÉRICA) **ISBN:** --- **Depósito legal:** ---

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 052274 **Orden:** 223

Autores (p.o. de firma): Vila, N. y Kuster, I.

Título: Cómo conseguir que una web venda más?: Diseño de un experimento en el ámbito de la distribución textil¿ .

Libro: En Vazquez, R; Trespalacios, JA; Estrada, E. y González, C (coords). Estrategias de Distribución y Comportamiento de Compra Multicanal. Tendencias y Oportunidades para que Fabricante y Distribuidor Rentabilicen sus Decisiones Marketing. Ed. Cátedra Fundación Ramón Areces: Oviedo.

Editorial: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Número de autores: 2

Volumen: --- **Número:** --- **Páginas, inicial:** 417 **final:** 433 **Año:** 2013 **Lugar de publicación:** Oviedo (ESPAÑA) **ISBN:** 978-84-8367-431-4 **Depósito legal:** AS-2805-2012

Clave: Capítulo de libro **Código Publicación:** 057683 **Orden:** 227

Congresos

(reseñar hasta un máximo de 5 contribuciones producidas en los últimos 10 anys)

Autores: Casanoves, J.; Küster, I.; Vila, N.

Título: Brand capital in higher education: the external customer, public versus private

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: INTED 2016, 10th Annual International Technology, Education and Development Conference

Publicación: INTED2016 Proceedings. ISBN: 978-84-608-5617-7. Format: USB Flash drive. doi: 10.21125/inted.2016

Número de autores:

Lugar de celebración: Valencia, 7-9 Marzo (ESPAÑA) **Año:** 2016

Código: 135745 **Orden:** 237

Autores: Casanoves, J; Kuster, I. y Vila, N.

Título: El capital de marca en las instituciones educativas superiores: el cliente interno público versus privado.

Ponencia en los XXVII Congreso de Marketing AEMARK, Pamplona, 9 a 11 septiembre

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXVII Congreso de Marketing AEMARK

Publicación: Actas del XXVII Congreso de Marketing AEMARK

Número de autores: 3

Lugar de celebración: Pamplona (ESPAÑA) **Año:** 2015

Código: 130551 **Orden:** 054

Autores: Casanoves, J.; Küster, I.; Vila, N.

Título: Brand capital in higher education: the internal customer, public versus private

Tipo de participación: Comunicación

Congreso: 8th ICERI2015, Annual International Conference of Education, Research and Innovation

Publicación:

Número de autores:

Lugar de celebración: Sevilla (ESPAÑA) **Año:** 2015

Código: 132598 **Orden:** 236

Autores: Casanoves, J. y Küster, I.

Título: Nuevos modelos de e-business en el sector turístico: Análisis del caso de Vueling Airlines

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: II Simposio Internacional IMAT 2015

Publicación: Libro ISBN: 978-84-15986-96-6

Número de autores:

Lugar de celebración: Valencia (ESPAÑA) **Año:** 2015

Código: 130552 **Orden:** 233

Autores: Canales, P; Kuster, I; Vila, N; Hernandez, A; Royo, M.

Título: Actividad saludable de los adolescentes y diseño de envases de productos alimenticios

Tipo de participación: Ponencia

Congreso: XXVII Congreso de Marketing AEMARK 2015

Publicación: ISBN-978-84-16462-51-3

Número de autores: 5

Lugar de celebración: Pamplona (ESPAÑA) **Año:** 2015

Código: 130515 **Orden:** 055

Tesis Doctorales Dirigidas

Título: La influencia de la motivación intrínseca, el autoconcepto y las habilidades sociales en el grado de orientación al mercado de los docentes universitarios

Autor/a: Avilés Valenzuela, M.E.

Universidad: Universitat de València

Facultad/Escuela:

Año: 2012 **Calificación:** Sobresaliente cum laude **Clave:** Tesis Doctoral

Título: La formación en ventas dos enfoques distintos: una visión estratégica (dirección) y otra operativa (vendedores)

Autor/a: Escamilla Santana, Miguel Angel

Universidad: Valencia

Facultad/Escuela: Economía

Año: 2013 **Calificación:** Sobresaliente cum laude **Clave:** Tesis Doctoral

Título: La transferencia entre un gran evento deportivo y la marca patrocinadora. La visión del visitante deportivo

Autor/a: Aragonés Jericó, C.

Universidad: Universidad de Valencia

Facultad/Escuela:

Año: 2013 **Calificación:** Apto cum laude **Clave:** Tesis Doctoral

Título: Factores que influyen en la compra y consumo de bebidas: alcohol vs. no alcohol.

Autor/a: Hernández Fernández, A.

Universidad: Universidad de Valencia

Facultad/Escuela:

Año: 2015 **Calificación:** Sobresaliente cum laude **Clave:** Tesis Doctoral

Título: Mejora de la calidad de vida del residente a través de estrategias de marketing: Un análisis comparado entre México y España

Autor/a: Marín Aguilar, T.

Universidad: Valencia

Facultad/Escuela: Economía

Año: 2015 **Calificación:** Sobresaliente cum laude **Clave:** Tesis Doctoral

Título: Efectos del autopoicionamiento político en la satisfacción y la decisión de voto tras el proceso de socialización

Autor/a: Amorós Kern, E.

Universidad: Valencia

Facultad/Escuela: Economía

Año: 2016 **Calificación:** Sobresaliente **Clave:** Tesis Doctoral

Título: Propuesta de un modelo integrador de las actitudes, procesamiento y eficacia de la publicidad móvil

Autor/a: Damián García, C.C.

Universidad: Valencia

Facultad/Escuela: Economía

Año: 2016 **Calificación:** Sobresaliente cum laude **Clave:** Tesis Doctoral

Otras Actividades Relevantes

Actividad: Curso de Extensión Universitaria: Gestión de la lealtad del cliente

Fechas: 03/2011 - 03/2011

Ámbito: Local

Clasificación: Sin Especificar

Actividad: Curso de Extensión Universitaria: Marketing en Agencias de Viaje

Fechas: 03/2011 - 03/2011

Ámbito: Local

Clasificación: Sin Especificar

Actividad: IX Congreso Nacional de AEDEM, Toledo. Mayo 1995

Fechas: -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Asistencia a Reuniones Científicas (sin Presentación ni publicación)

Actividad: XI Encuentro Profesores Universitarios de Marketing, Valladolid. Septiembre 1999

Fechas: -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Asistencia a Reuniones Científicas (sin Presentación ni publicación)

Actividad: I Encuentro Nacional de Ciudades Comerciales, Alicante. Noviembre 1999

Fechas: -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Asistencia a Reuniones Científicas (sin Presentación ni publicación)

Actividad: XIV Encuentro Profesores Universitarios de Marketing, Granada. Septiembre 2002

Fechas: -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Asistencia a Reuniones Científicas (sin Presentación ni publicación)

Actividad: XVI Encuentro Profesores Universitarios de Marketing, Alicante. Septiembre 2004

Fechas: -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Asistencia a Reuniones Científicas (sin Presentación ni publicación)

Actividad: 6th International Congress of Marketing Trends, París, Enero 2007

Fechas: 2007 -

Ámbito: Internacional

Clasificación: Asistencia a Reuniones Científicas (sin Presentación ni publicación)

Actividad: XIX Encuentro Profesores Universitarios de Marketing, Vigo. Septiembre 2007

Fechas: 2007 -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Asistencia a Reuniones Científicas (sin Presentación ni publicación)

Actividad: III Jornadas CONTEND

Fechas: 03/06/2010 - 04/06/2010

Ámbito: Internacional

Clasificación: Asistencia a Reuniones Científicas (sin Presentación ni publicación)

Actividad: Miembro de la Junta de Facultad de la Facultad de Economía

Fechas: -

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Miembro del Claustro de la Universidad de Valencia

Fechas: -

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Representante del departamento de Dirección de Empresas en el Programa Séneca

Fechas: -

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Representante del departamento de Dirección de Empresas en Comisión Académica de Títulos de la titulación de Administración y Dirección de Empresas

Fechas: -

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Coordinadora de la titulación de ADE en el Programa Séneca

Fechas: -

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Coordinadora de Programas de Intercambio de la titulación de Empresariales de la Facultad de Economía.

Fechas: 06/2004 - 2008

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Coordinadora de Programas de Intercambio de la titulación de Investigación y Técnicas de Mercado de la Facultad de Economía.

Fechas: 06/2004 - 07/2011

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Representante suplente de la Comisión de Prácticas del Dpto CIM en la Facultad de Economía

Fechas: 2005 - 2011

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Representante suplente de la Comisión de Programas de Intercambio del Dpto CIM en la Facultad de Economía

Fechas: 2005 -

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Colaboradora - tutora. Desde 2011 hasta la actualidad

Fechas: 2011 - 2020

Ámbito: Nacional

Clasificación: Colaboración con Centros de Investigación

Actividad: Evaluadora de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León (ACSUCyL)

Fechas: 08/11/2011 - 2020

Ámbito: Nacional

Clasificación: Colaboración con Centros de Investigación

Actividad: Evaluadora de la ANEP. Desde 2008 hasta la actualidad

Fechas: 2008 -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Colaboración con Centros de Investigación

Actividad: Fundación Universidad Empresa (ADEIT) - Universidad de Valencia. Coordinadora responsable del módulo de marketing en el master de Entidades de Crédito. Desde el curso 2004-2005

Fechas: 2004 - 2020

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos

Actividad: Coordinadora responsable del módulo de marketing en el master de MBA Junior Executive. EDEM Escuela de empresarios - Universidad de Valencia. Desde el curso 2006/07 hasta la actualidad

Fechas: 2006 - 2020

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos

Actividad: Cámara Comercio de Valencia-Universidad de Valencia. Master en Marketing y Comunicación. Curso: 08/09, 09/10

Fechas: 2008 - 2010

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos

Actividad: Diploma en Marketing Estratégico.Cámara Comercio de Valencia-Universidad de Valencia.Curso: 08/09, 09/10

Fechas: 2008 - 2010

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos

Actividad: Diploma en Gestión de la Comunicación en Marketing. Cámara Comercio de Valencia-Universidad de Valencia. Curso: 08/09, 09/10

Fechas: 2008 - 2010

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos

Actividad: Coordinadora responsable del módulo de marketing en el master de Gestión Bancaria (antes Entidades de Crédito). Adeit- Universidad de Valencia. Desde el cursos 2004/05 hasta la actualidad

Fechas: 2004 - 2020

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos

Actividad: Master Oficial de Marketing e Investigación de Mercados

Fechas: 2009 - 2010

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos

Actividad: Coordinadora académica del MBA Junior EDEM

Fechas: 2010 - 2011

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos

Actividad: Codirectora del MBA Junior EDEM desde el curso 2011/2012 hasta la actualidad

Fechas: 2011 - 2020

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Dirigidos

Actividad: Fundación Universidad Empresa (ADEIT) - Universidad de Valencia. Clases de marketing en el master de Entidades de Depósito. Desde el curso 1994/95

Fechas: 1994 - 2020

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Impartidos

Actividad: Cámara Oficial de Comercio de Valencia. Clases en el Master en Marketing. Desde el curso 2003/04

Fechas: 2004 - 2020

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Impartidos

Actividad: EDEM Escuela de Empresarios - Universidad de Valencia. Clases en el módulo de marketing del master MBA Junior Executive EDEM. Desde el curso 2006/07

Fechas: 2006 - 2020

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos de Postgrado Impartidos

Actividad: Cámara Oficial de Comercio de Valencia. Clases en el Master en Dirección y Gestión de Empresas.
Cursos: 06/07, 07/08, 08/09
Fechas: 2006 - 2009
Ámbito: Local
Clasificación: Cursos de Postgrado Impartidos

Actividad: 'Formulación de un programa estratégico de ventas'. Dentro del Título de Experto de Agente Comercial. 16 de Mayo. 'Realización y evaluación de un programa de ventas'. Dentro del Título de Experto de Agente Comercial. 17 de Mayo.
Fechas: 16/05/2008 - 17/05/2008
Ámbito: Local
Clasificación: Cursos y Seminarios Impartidos

Actividad: 'Formulación de un programa estratégico de ventas'. Dentro del Título de Experto de Agente Comercial. 10 de Septiembre. 'Realización y evaluación de un programa de ventas'. Dentro del Título de Experto de Agente Comercial. 11 de Septiembre.
Fechas: 10/09/2010 - 11/09/2010
Ámbito: Local
Clasificación: Cursos y Seminarios Impartidos

Actividad: Curso de Extensión Universitaria: Calidad aplicada al comercio. Atención al cliente
Fechas: 07/2010 - 07/2010
Ámbito: Local
Clasificación: Cursos y Seminarios Impartidos

Actividad: ABC de los Superventas
Fechas: 01/10/2010 - 03/12/2010
Ámbito: Nacional
Clasificación: Cursos y Seminarios Recibidos

Actividad: Modelización estructural: Introducción y avances
Fechas: 27/10/2010 - 22/12/2010
Ámbito: Local
Clasificación: Cursos y Seminarios Recibidos

Actividad: Curso de Nuevas Tecnologías en Ventas en Programa de Doctorado Interuniversitario en Marketing de la Universitat de València durante los cursos: 04/05 05/06 06/07
Fechas: 2004 - 2007
Ámbito: Local
Clasificación: Docència en tercer ciclo

Actividad: Curso de Línea de Investigación en Nuevas Tecnologías en Ventas en Programa de Doctorado Interuniversitario en Marketing de la Universitat de València. Desde el curso 2007/08
Fechas: 2007 - 2020
Ámbito: Local
Clasificación: Docència en tercer ciclo

Actividad: Curso de Línea de Investigación en Publicidad en Programa de Doctorado Interuniversitario en Marketing de la Universitat de València durante los cursos: 07/08, 08/09
Fechas: 2007 - 2009
Ámbito: Local
Clasificación: Docència en tercer ciclo

Actividad: Curso de Metodología Científica en Programa de Doctorado Interuniversitario en Marketing de la Universitat de València. Desde el curso 2007/08
Fechas: 2007 - 2020
Ámbito: Local
Clasificación: Docència en tercer ciclo

Actividad: Estudio y análisis del posicionamiento de la moda valenciana

Fechas: 2006 - 2006

Ámbito: Local

Clasificación: Realización de Informes Técnicos por encargo

Actividad: Informe externo de evaluación sobre la tesis doctoral "Comportament del consumidor i productes de suport a la creació i al creixement d'empreses: una anàlisi empírica de la conducta de l'emprenedor en espais d'incubació"

Fechas: 01/05/2011 - 30/05/2011

Ámbito: Nacional

Clasificación: Realización de Informes Técnicos por encargo

Actividad: Pertenencia al Instituto de investigación IDOCAL de Psicología de los Recursos Humanos, del Desarrollo Organizacional y de la Calidad de Vida Laboral), compuesto por un equipo multidisciplinar de la UVEG. Hasta diciembre de 2011

Fechas: - 2011

Ámbito: Nacional

Clasificación: Miembro de Institución

Actividad: Pertenencia a la Red Internacional Network for Research in Consumer Behaviour Studies (Coberen), junto a profesores de 34 universidades europeas. Lifelong Learning Programme

Fechas: -

Ámbito: Internacional

Clasificación: Miembro de Institución

Actividad: Selección por parte del editor del Grupo Emerald del artículo "Competitive positioning and market orientation: two interrelated constructs", realizado por Bigné, Vila y Küster, como uno de los cuatro mejores artículos del mes de enero de 2001 de todas las revistas del grupo.

Fechas: -

Ámbito: Internacional

Clasificación: Premios

Actividad: Enero 2007 PREMIO a la mejor ponencia en el 6th International Congress Marketing Trends, París, 26-27 enero 2007: Ganassali, S.; Cerchiello, P.; Hennings, N.; Küster, I.; Moscarola, J.; Rodríguez, C.; Siebels, A.; Vila, N.; y Zuccella, A. (2007) 'Young people purchase-decision patterns: a European comparative analysis'

Fechas: -

Ámbito: Internacional

Clasificación: Premios

Actividad: Enero 2008 PREMIO a la mejor ponencia en el 7th International Congress Marketing Trends, Paris, enero 2008: Aldás, J.; Bachmann, F.; Dalli, D.; Hennings, N.; Küster, I.; Moscarola, J.; Vila, N.; y Zuccella, A. (2008) "Cross-National Differences in Customer Evaluation of Sponsor-Event Association"

Fechas: -

Ámbito: Internacional

Clasificación: Premios

Actividad: JUNIO 2009: Premio Esic a la mejor ponencia de marketing en el XXIII Congreso Anual de AEDEM (European Academy of Management and Business Economics): Canales, P.; Küster, I.; y Vila, N. (2009): "Secure Webs and buying intention: the moderating role of usability" Ponencia en el XXII Congreso Anual (European Academy of Management and Business Economics), celebrado en Sevilla

Fechas: -

Ámbito: Internacional

Clasificación: Premios

Actividad: 2009: Premio Francisco Torán en su V edición (2009): Vila, N. y Küster, I. "¿Cómo lograr que una empresa aumente sus ventas on line?"

Fechas: -

Ámbito: Nacional

Clasificación: Premios

Actividad: 2009: Reconocimiento del artículo "Adaptation of Marketing Activities to Cultural and Social Context: Gender Role Portrayals and Sexism in Spanish Commercials" realizado por Royo, Aldas, Kuster y Natalia Vila, por parte del editor de Sex Roles, por figurar entre los 50 artículos más bajados de Internet de dicha revista entre el 1 de Enero y el 30 de Mayo de 2008.

Fechas: -

Ámbito: Internacional

Clasificación: Premios

Actividad: 2010: Selección, entre todas las presentadas al congreso, de la ponencia que se detalla a continuación por el Comité Científico del congreso ICORIA para su publicación modificada en el libro EAA Advances in Advertising Research: Bigné, E.; Hernández, A.; Küster, I.; y Vila, N. (2010): "Comparing traditional placement and branded entertainment approaches. A case study" Ponencia en ICORIA 2010 Conference, 25-26 Junio, Madrid, España.

Fechas: -

Ámbito: Internacional

Clasificación: Premios

Actividad: Reconocimiento de 3 quinquenios en 2010

Fechas: - 2010

Ámbito:

Clasificación: Tramos de Docencia (quinquenios)

Actividad: 2 sexenios: - 1996-2005 - 2006-2011

Fechas: 2005 - 2011

Ámbito: Nacional

Clasificación: Tramos de Investigación (sexenios)

Actividad: Curso de Extensión Universitaria: Gestión de la lealtad del cliente

Fechas: 03/2011 - 03/2011

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos y Seminarios Impartidos

Actividad: Curso de Extensión Universitaria: Calidad de Servicio en las Líneas Aéreas

Fechas: 02/2012 - 02/2012

Ámbito: Local

Clasificación: Cursos y Seminarios Impartidos

Actividad: Curso de Extensión Universitaria: Marketing en Agencias de Viaje

Fechas: 03/2012 - 03/2012

Ámbito: Local

Clasificación: Sin Especificar

Actividad: Dirección de Ventas Eficaz

Fechas: 15/02/2012 - 16/02/2012

Ámbito: Nacional

Clasificación: Cursos y Seminarios Recibidos

Actividad: Miembro de la Junta de Facultad de la Facultad de Economía

Fechas: 2012 -

Ámbito: Local

Clasificación: Cargo Académico

Actividad: Miembro de la Comisión Externa de Evaluación de la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación (A3ES) de Portugal.

Fechas: 10/2012 - 2013

Ámbito: Internacional

Clasificación: Colaboración con Centros de Investigación

Actividad: Selección por parte del editor de la Revista Española de Investigación y Marketing, ESIC del artículo: Küster, I. y Canales, P. (2010): 'La orientación adaptativa del jefe de equipo de ventas: un análisis de sus condicionantes' Revista Española de Investigación de Marketing, vol. 10, n. 2, pp. 7-29, para optar al premio al mejor artículo en el Congreso de Marketing 2011, Castellón

Fechas: 2011 - 2011

Ámbito: Nacional

Clasificación: Premios

Actividad: 2012 - Premio a la mejor ponencia de la Sección de Marketing en el XXII Congreso de ACEDE, Cádiz, 17-18 Septiembre: Küster, I.; Vila, N.; Canales, P. y Hernández, A. (2012): 'La internacionalización como variable moderadora en las estrategias fabricante-distribuidor'. Ponencia en los XXII Congreso Nacional de ACEDE, Cádiz, 17 a 18 septiembre.

Fechas: 2012 - 2012

Ámbito: Nacional

Clasificación: Premios

Actividad: 2012 - Finalista a la mejor ponencia en el XXII Congreso de ACEDE, Cádiz, 17-18 Septiembre: Küster, I.; Vila, N.; Canales, P. y Hernández, A. (2012): 'La internacionalización como variable moderadora en las estrategias fabricante-distribuidor'. Ponencia en los XXII Congreso Nacional de ACEDE, Cádiz, 17 a 18 septiembre

Fechas: 2012 - 2012

Ámbito: Nacional

Clasificación: Premios

Actividad: Curso marketing e investigaciones marketing desde la óptica de las neurociencias

Fechas: 11/2013 - 11/2013

Ámbito: Nacional

Clasificación: Cursos y Seminarios Recibidos

Actividad: Formación Programa ACREDITA de ANECA

Fechas: 07/2014 - 07/2014

Ámbito: Nacional

Clasificación: Cursos y Seminarios Recibidos

Actividad: La marca y el valor de marca como estrategias marketing innovadoras: Aplicación al sector del vino.

Fechas: 05/2015 - 05/2015

Ámbito: Internacional

Clasificación: Cursos y Seminarios Impartidos

Actividad: Premio InnDEA del Ayuntamiento de Valencia a la mejor tesis doctoral. Co-directora de la tesis premiada: La transferencia entre un gran evento deportivo y la marca patrocinadora. La visión del visitante deportivo. Doctoranda: C. Aragón

Fechas: 2013 - 2013

Ámbito: Local

Clasificación: Premios

Actividad: Reconocimiento al artículo más bajado: Vila, N.; Patel, N.; Küster, I. (2013): ¿Differences between American and Indian consumers' visual images?. Cross Cultural Management, vol. 20, n. 1, pp. 50-67

Fechas: 2014 - 2014

Ámbito:

Clasificación: Premios

Actividad: Artículo finalista en los Premios CEF Año 2015, Accesit de 400 euros y seleccionado para su publicación: Küster, I.; Vila, N.; Escamilla, M.A. (2015): ¿Los efectos de una correcta planificación de la formación en ventas: un estudio con jefes de ventas?. Revista de Trabajo y Seguridad Social, núm. 386, Mayo, pp. 177-212.

Fechas: 2015 - 2015

Ámbito: Nacional

Clasificación: Premios

Otros méritos o aclaraciones que se desee hacer constar

Méritos no clasificados

Evaluadora anónima del Comité de Selección de Ponencias y Comunicaciones del XV Congreso Nacional y XI Hispano-Francés de AEDEM, celebrado en Las Palmas de Gran Canaria en junio de 2001.

Miembro del comité científico del XI Congreso Nacional de ACEDE, celebrado en Zaragoza en septiembre de 2001.

Evaluadora anónima del Comité de Selección de Ponencias y Comunicaciones del XVI Congreso Nacional y XII Hispano-Francés de AEDEM, celebrado en Alicante en junio de 2002.

Miembro del comité científico del XII Congreso Nacional de ACEDE, celebrado en Palma de Mallorca en septiembre de 2002.

Evaluadora anónima del Comité de Selección de Ponencias y Comunicaciones del XVII Congreso Nacional y XIII Hispano-Francés de AEDEM, celebrado en Burdeos en junio de 2003.

Secretaria de la mesa Turismo Cultural y Ocio, en las Jornadas: Valencia: Ciudad Abierta al Turismo, celebrado en Valencia en septiembre de 2003

Comité científico del XIII Congreso Nacional de ACEDE, celebrado en Murcia en septiembre de 2004

Comité científico del XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Alicante en septiembre de 2004.

Comité científico del congreso European Marketing Academy, celebrado en Murcia en mayo de 2004

Comité científico del congreso European Marketing Academy, celebrado en Milán en mayo de 2005

Comité científico del XIX Congreso Anual y XV Congreso Hispano-Francés de AEDEM, celebrado en Vitoria en junio de 2005

Comité científico del XIV Congreso Nacional de ACEDE, celebrado en La Laguna en septiembre de 2005

Comité científico del XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Madrid en septiembre de 2005.

Comité científico del XVI Congreso Nacional de ACEDE, celebrado en Valencia en septiembre de 2006.

Comité científico del XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Almería en septiembre de 2006.

Comité científico del XX Congreso Anual y XVI Congreso Hispano-Francés de AEDEM, celebrado en Mallorca en junio de 2006

Relatora del trabajo: El valor de la venta personal en la pyme industrial: un estudio experimental. XVI Congreso Nacional ACEDE, Valencia

Relatora del trabajo: Explaining satisfaction in double deviation scenarios: The effects of anger and distributive justice. XVI Congreso Nacional ACEDE, Valencia

Comité científico 36th European Marketing Conference, celebrado en Islandia en mayo 2007.

Comité científico del XVII Congreso Nacional de ACEDE, celebrado en Sevilla en septiembre de 2007.

Comité científico del XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Vigo en septiembre de 2007.

Comité científico del XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Las Palmas de Gran Canaria en septiembre de 2008.

Miembro del comité científico del XXIII Congreso Anual y XIV Congreso Hispano-Francés de AEDEM, celebrado en Sevilla en junio de 2009.

Miembro de **tribunales de oposición**: (1) Plaza Contratado doctor en Zaragoza septiembre 2008. (2) Plazas Contratado doctor en Zaragoza septiembre 2009. (3). Profesor titular de universidad. Universidad de Granada. Enero 2012. (4) Contratado doctor. Universidad de Valencia. Julio 2012. (5) Contratado doctor. Universitat Jaume I de Castellón. Julio 2012.

Miembro del comité científico del XXI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Bilbao en septiembre de 2009

Miembro del comité científico del XXII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Oviedo en septiembre de 2010

Miembro del comité científico del XXIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Castellón en septiembre de 2011

Miembro del comité científico del XXIV Congreso Anual de AEDEM, celebrado en Valencia en junio de 2011.

Miembro del **Jurado del Premio** sobre Ventas Francisco Torán: 2005: I Premio. 2011: VI Premio.

Miembro del comité científico del XXIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Palma de Mallorca en septiembre de 2012

Miembro del comité científico del XII Congreso Nacional de ACEDE, celebrado en Cadiz en septiembre de 2012.

Miembro del comité científico de las XII Jornadas Hispano-Lusas, Vila Real (Portugal) en Febrero de 2012

Miembro del comité científico de las XXII Jornadas Hispano-Lusas, Málaga (España) en Febrero de 2013

Miembro del comité científico del XXV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Barcelona en septiembre de 2013

Méritos relacionados con la calidad y difusión de resultados de la actividad Investigadora

PREMIOS 2000-2010: 2001 - Selección por parte del editor del Grupo Emerald del artículo 'Competitive positioning and market orientation: two interrelated constructs', realizado por Bigné, Vila y Küster, como uno de los cuatro mejores artículos del mes de Enero de 2001 de todas las revistas del grupo. 2007 - Premio a la mejor ponencia en el 6th International Congress Marketing Trends, París, 26-27 Enero 2007. 2008 - Premio a la mejor ponencia en el 7th International Congress Marketing Trends, Venecia, Enero 2008. 2008 - Selección, entre todas las presentadas al congreso, por el Comité Científico de la Revista Portuguesa de Marketing para su publicación en la revista. 2008 - Reconocimiento del artículo por figurar entre los 50 artículos más bajados de Internet de la revista entre el 1 de Enero y el 30 de Mayo de 2008. 2009 - Premio Esic a la mejor ponencia de marketing en el XXIII Congreso Anual de AEDEM (European Academy of Management and Business Economics): 2009 - Premio Francisco Torán en su V edición. 2010 - Selección, entre todas las presentadas al congreso, de la ponencia por el Comité Científico del congreso ICORIA para su publicación modificada en el libro EAA Advances in Advertising Research.

PREMIOS 2011-2015: 2011 - Selección por parte del editor de la Revista Española de Investigación y Marketing, ESIC del artículo: Küster, I. y Canales, P. (2010) para optar al premio al mejor artículo en el Congreso de Marketing 2011, Castellón. 2012 - Selección como una de las 2.000 intelectuales de todo el mundo más destacables del siglo XXI. 2012 ¿ Selección como una de las mejores docentes a nivel internacional, por

diversas editoriales/universidades: 2012 ¿ Premio a la mejor ponencia de la Sección de Marketing en el XXII Congreso de ACEDE, Cádiz, 17-18 Septiembre. 2012 ¿ Finalista a la mejor ponencia en el XXII Congreso de ACEDE, Cádiz, 17-18 Septiembre. 2013 ¿ Premio InnDEA del Ayuntamiento de Valencia a la mejor tesis doctoral. Co-directora de la tesis. 2014 ¿ Artículo más bajado: Your article, 'Differences between American and Indian consumers' visual images', is currently amongst the most frequently downloaded in *Cross Cultural Management: An International Journal*, receiving over 400 downloads since publication. March 2014 2015 ¿ Artículo finalista en los Premios CEF Año 2015, Accésit de 400 euros y seleccionado para su publicación: Küster, I.; Vila, N.; Escamilla, M.A.

Méritos relacionados con la actividad investigadora

Revisora de los libros: (1) Oakshott, Les: *Essential Quantitative Methods for Business, Management and Finance*. Macmillan Press, Ltd. Hampshire. UK.1999 (2) Cravens, D. y Piercy, N.: *Marketing Estratégico*. McGrawHill/Interamericana, Madrid. 2007

Revisora de las revistas internacionales: (1) *Industrial Marketing Management*. (2) Foxwell & Davis Editorial. (3) *Management Decision*. (4) *European Journal of Marketing*. (5) *Marketing Science*. (6) *Revista Portuguesa de Marketing*. (7) *Journal of Business & Industrial Marketing*. (8) *Marketing Intelligence & Planning*.

Revisora de las revistas españolas: (1) *Revista Española de Investigación de Marketing - Esic*. (2) *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. (3) *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*. (4) *Universia Business Review*. (5) *Revista Asturiana de Economía*. (6) *Cuadernos de Gestión*. (7) *Harvard Deusto Business Review*.

Becas y Ayudas Recibidas 1997-2010: 1. Beca concedida por la Universidad de Valencia para la realización de una estancia de investigación de tres meses en la University of Central England (Birmingham), desde abril-julio 1997. 2. Ayuda concedida por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas para la realización de la investigación 'Efectos de los Videojuegos en las Marcas Emplazadas: La transmisión de Imagen a través de las Emociones' durante el 2009

Méritos relacionados con la actividad docente

Miembro en tribunales de tesinas, trabajos fin de master y tesis doctorales.

Méritos relacionados con la calidad de la actividad docente

2012 - Selección como una de las mejores docentes a nivel internacional, por diversas editoriales/universidades: *Outstanding Educational Achievement. Leading Educators of the World 2012. The International Plato Award for Educational Achievement*.

Méritos relacionados con la experiencia en gestión y administración

1. DESEMPEÑO DE CARGOS UNIPERSONALES DE RESPONSABILIDAD EN GESTIÓN UNIVERSITARIA DURANTE AL MENOS UN AÑO - 1. **Secretaria del Departamento de Dirección de Empresas**. Abril 1995 a Octubre 1996. - 2. **Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Economía**, nombrada en enero de 2002 hasta marzo de 2003. - 3. **Coordinadora de Programas de Intercambio** para la titulación de la Diplomatura en Ciencias Empresariales. Desde junio de 2004 a Junio de 2009. - 4. **Coordinadora de Programas de Intercambio** para la titulación de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado. Desde junio de 2004 a Julio de 2011. - 5. **Coordinadora de Programas de Intercambio** para el programa Internacional Business & Management. Desde junio de 2004 a Julio de 2011.

2. OTROS MÉRITOS RELACIONADOS CON LA GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN a) **PUESTOS ACADÉMICOS** - 1. **Miembro de la Junta de la Facultad de Economía** (Universidad de Valencia). - 2. **Miembro del Claustro** de la Universidad de Valencia, en representación de la Facultad de Economía. Tres candidaturas. La última de 2009. - 3. Componente subcomisión de **contratación y promoción**. Desde abril de 1995 a 2004 - 4. Componente subcomisión de **coordinación docente**. Desde febrero 2000 a 2004. - 5. Representante del Dpto Dirección de Empresas: **Programa Séneca** (intercambio entre universidades españolas). - 6. Representante del Dpto Dirección de Empresas: Suplente en la **Comisión Académica de Títulos** de la titulación de ADE. - 7. **Coordinadora de la titulación de ADE en el Programa Séneca** - 8. Representante Dpto de Comercialización e Investigación de Mercados en la **Comisión Académica de Títulos** de la titulación de Empresariales. - 9. Representante Dpto de Comercialización e Investigación de Mercados como suplente en la **Comisión de Revisión de Exámenes** de la Facultat d'Economia. Desde mayo de 2004. - 10. Representante

suplente Dpto de Comercialización e Investigación de Mercados como suplente en la **Comisión de Prácticas** de la Facultat d'Economia. Desde 2005. - 11. Representante suplente Dpto de Comercialización e Investigación de Mercados como suplente en la **Comisión de Programas de Intercambio** de la Facultat d'Economia. Desde 2005. - 12. Representante Dpto de Comercialización e Investigación de Mercados en la **Comisión Académica de Títulos** de la titulación de Investigación y Técnicas de Mercado.

2. OTROS MÉRITOS RELACIONADOS CON LA GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN c) DIRECCIÓN DE PROYECTOS - 1. **Investigadora responsable del Proyecto de Investigación: 'ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA TEXTIL: APLICACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS'**. Enero 2002-Diciembre 2003 (2 años). Institución: Consellería de Innovación y Competitividad. Oficina de Ciencia y Tecnología (CTIDIA/2002/156)

2. OTROS MÉRITOS RELACIONADOS CON LA GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN d) DIRECCIÓN DE CONVENIOS - 1. **Plásticos Mondragón. Valencia.** 2000. Contrato de investigación entre la Universidad y Plásticos Mondragón. Objeto del contrato: Realización del proyecto de investigación 'Asesoramiento en el Análisis Estratégico a Largo Plazo de los Clientes en un Entorno Competitivo'. Participantes por parte de la Universidad: Francisco Torán e Inés Küster. - 2. **Emultex. Valencia.** 2001. Contrato de investigación entre la Universidad y Emultex. Objeto del contrato: Realización del proyecto 'Desarrollo Comercial'. Participantes por parte de la Universidad: Francisco Torán e Inés Küster. - 3. **Blauverd, S.A. Valencia,** 2002. Contrato de formación entre la Universidad y Blauverd. Objeto del contrato: Formación directivos de ventas. Participantes por parte de la Universidad: Francisco Torán e Inés Küster. - 4. **Blauverd, S.A. Valencia,** 2003. Contrato de formación entre la Universidad y Blauverd. Objeto del contrato: Formación comerciales de ventas. Participantes por parte de la Universidad: Francisco Torán e Inés Küster. - 5. **Blauverd, S.A. Valencia,** 2003/2004. Contrato de formación entre la Universidad y Blauverd. Objeto del contrato: Formación comerciales de ventas. Participantes por parte de la Universidad: Joaquín Aznar e Inés Küster.

2. OTROS MÉRITOS RELACIONADOS CON LA GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN e) CO-DIRECCIÓN DE CONVENIOS - **Asociación Pret a Porter Industrial Comunidad Valenciana (PIV). Valencia,** 2006. Contrato de asesoramiento entre la Universidad y la PIV. Objeto del contrato: Asesoramiento. Profesor responsable: Natalia Vila e Inés Küster. - **Antares Iluminación,** 2009. Contrato de asesoramiento entre la empresa Antares y la Universidad. Objeto del contrato: Realización de estudio de satisfacción de la clientela. Profesor responsable: Inés Küster y Natalia Vila. - **Antares Iluminación,** 2010. Contrato de asesoramiento entre la empresa Antares y la Universidad. Objeto del contrato: Realización de estudio de satisfacción de la clientela internacional. Profesor responsable: Inés Küster y Natalia Vila. - **Antares Iluminación,** 2011. Contrato de asesoramiento entre la empresa Antares y la Universidad. Objeto del contrato: Realización de estudio de satisfacción de la clientela nacional. Profesor responsable: Inés Küster y Natalia Vila.

CURRÍCULUM VITAE ABREVIADO (CVA) fecha: 26/05/2020

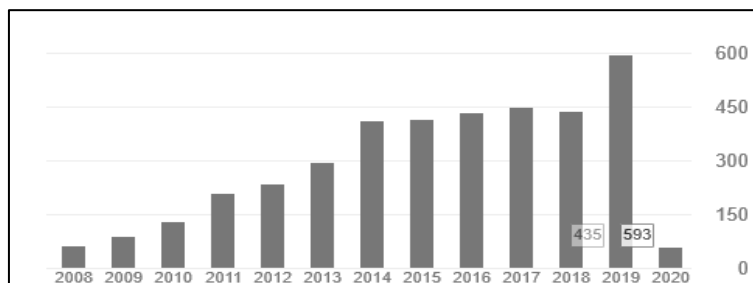
Parte A) DATOS PERSONALES	
DNI/NIE/Pasaporte: 9.322.235-J	Nombre: CARMEN
1 ^{er} . Apellido: CAMARERO	2º Apellido: IZQUIERDO
Fecha de nacimiento: 22-4-1971	Sexo: MUJER
Nacionalidad (en caso de ser múltiple, si una de ellas es la española se hará constar la española): ESPAÑOLA	
Correo electrónico que autoriza: carmen.camarero@uva.es	Teléfono de contacto: 626456963
Código ORCID: 0000-0002-5252-4581	
Researcher ID: L-7347-2017	

A.1.- SITUACIÓN PROFESIONAL ACTUAL (entre el 13 de mayo de 2020 y el 1 de junio de 2020)
Entidad u organismo al que está vinculado salarialmente: Universidad de Valladolid
Facultad, Instituto, o Centro: Facultad De Ciencias Económicas y Empresariales
Departamento, unidad: Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados
Dirección del trabajo (calle, nº, Código Postal): Avenida Valle Esgueva, 6, 47011
Provincia del centro de trabajo: Valladolid País del centro de trabajo: Valladolid
Tipo de vinculación/empleo (funcionario, contratado fijo, otro contrato): Funcionaria
Actividad investigadora incluida en su horario laboral consistente en: Investigación básica (y, en menor medida, también aplicada) en el ámbito del Marketing o en el área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados

A.2.- FORMACIÓN ACADÉMICA (título, Institución, fecha)
Titulación universitaria: Licenciatura y Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales
Por la Universidad de: Valladolid
Especialidad:
¿Es doctor? SI Fecha título de doctor: 20/11/1998
Categoría profesional (Catedrático, Titular, Investigador Científico, Facultativo): Catedrática de Universidad
Fecha de ingreso en el Cuerpo o inicio del Contrato (formato fecha dd/mm/aaaa): 13/5/2020

A.3 INDICADORES GENERALES DE CALIDAD DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA:
Nº de citas en Google Scholar: 4238
Índice h: 34
Índice i10: 59
Publicaciones JCR /SCOPUS: 53 JCR

(Inserte gráfica, si procede)



Parte B: RESUMEN DEL CURRÍCULUM

Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad de Valladolid. Cuenta con cinco tramos docentes y cuatro tramos de investigación reconocidos (1999-2004; 2005-2010; 2011-2016), uno de ellos de transferencia de conocimiento e innovación (2004-2015). Es directora desde 2015 de la Unidad de Investigación Consolidada UIC063 de la Junta de Castilla y León y miembro del Grupo de Investigación Reconocido de la Universidad de Valladolid "Inteligencia de Mercado y Marketing".

Su actividad investigadora se ha desarrollado en varias líneas, entre las que destacan: (1) redes de relaciones y relaciones entre empresas, (2) relaciones empresa-consumidor, (3) marketing digital, (4) gestión del marketing en museos y (5) experiencia del visitante y del turista. Sobre estas líneas ha dirigido 9 proyectos I+D+i y ha participado en más de 20. Ha dirigido tres tesis doctorales y cuenta con más de 50 publicaciones en revistas indexadas en JCR y más de 100 ponencias presentadas en congresos nacionales e internacionales. Ha publicado en revistas de impacto como *Journal of Service Research*, *Journal of Service Management*, *Strategic Entrepreneurship Journal*, *Entrepreneurship and Regional Development*, *International Entrepreneurship and Management Journal*, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *Psychology & Marketing*, *Electronic Commerce Research and Applications*, *Tourism Management*, *Annals of Tourism Research*, *Public Management Review*, *Journal of Business & Industrial Marketing*, *BRQ Business Research Quarterly*, *European Journal of Marketing* o *International Journal of Retail & Distribution Management*.

La actividad docente se reparte en cursos de grado (en asignaturas de marketing e investigación de mercados), máster y doctorado, con participación en cinco proyectos de innovación docente, uno de ellos dirigido. Ha sido coordinadora del grado en Marketing e Investigación de Mercados y del máster en Investigación en Economía de la Empresa de la Universidad de Valladolid.

Como actividad de gestión, actualmente es directora de la Escuela de Doctorado de la Universidad de Valladolid. Además, es miembro de la Junta Directiva de ACEDE y ha sido editora asociada de la revista *BRQ Business Research Quarterly* (2012-2016) y de la Revista Española de Investigación de Marketing *ESIC* (2013 a 2015).

Parte C: MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología). Período 2014-2020.

C.1. Publicaciones.

Jiménez Torres; N. San Martín Gutiérrez, S.; Camarero Izquierdo, C. & San José Cabezudo, R. (2020). The path between personality, self-efficacy and shopping regarding games apps. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 15(2), 59-75.

Lashkova, M., Antón, C., Camarero, C. (2019). Dual effect of sensory experience: engagement versus diverse exploration. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48 (2).

Antón, C., Camarero, C., Laguna, M., & Buhalis, D. (2019). Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 1-22.

Camarero, C., Garrido, M. J., & Vicente, E. (2019). Does it pay off for museums to foster creativity? The complementary effect of innovative visitor experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(2), 144-158.

Redondo, M., & Camarero, C. (2019). Social Capital in University Business Incubators: dimensions, antecedents and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 599-624.

Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2019). The internal mechanisms of entrepreneur's social capital: A multi-network analysis. *BRQ Business Research Quarterly*, 23(1).

Antón, C., Camarero, C., & Garrido, M. J. (2019). What to do after visiting a museum? From post-consumption evaluation to intensification and online content generation. *Journal of Travel Research*, 58(6), 1052-1063.

Antón, C., Camarero, C., & Garrido, M. J. (2018). A journey through the museum: Visit factors that prevent or further visitor satiation. *Annals of Tourism Research*, 73, 48-61.

Antón, C., Camarero, C., & Laguna-García, M. (2018). Experience value or satiety? The effects of the amount and variety of tourists' activities on perceived experience. *Journal of Travel Research*, 57(7), 920-935.

- Antón, C., Camarero, C., & Garrido, M. J. (2018). Exploring the experience value of museum visitors as a co-creation process. *Current Issues in Tourism*, 21(12), 1406-1425.
- Camarero-Izquierdo, C., Rodríguez-Pinto, J., & San José-Cabezudo, R. (2018). Latent communities of digital publications: The role of editors, followers, and advertisers. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1176-1189.
- Camarero, C., Garrido, M. J., Vicente, E., & Redondo, M. (2018). Relationship marketing in museums: influence of managers and mode of governance. *Public Management Review*, 21(10), 1369-1396.
- Camarero, C., Garrido, M. J., & Hernández, C. (2018). The mixed effects of organization's and manager's social capital: Evidence from the case of museums. *Journal of Management & Organization*, (online) 1-24.
- Camarero, C., Garrido, M. J., & San Jose, R. (2018). What works in Facebook content versus relational communication: a study of their effectiveness in the context of museums. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(12), 1119-1134.
- Redondo, M., & Camarero, C. (2017). Dominant logics and the manager's role in university business incubators. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32(2), 282-294.
- Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2017). Entrepreneurs' social capital and the economic performance of small businesses: The moderating role of competitive intensity and entrepreneurs' experience. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(1), 61-89.
- Gutiérrez-Cillán, J., Camarero-Izquierdo, C., & San José-Cabezudo, R. (2017). How brand post content contributes to user's Facebook brand-page engagement. The experiential route of active participation. *BRQ Business Research Quarterly*, 20(4), 258-274.
- Antón, C., Camarero, C., & Rodríguez, J. (2017). Pleasure in the use of new technologies: the case of e-book readers. *Online Information Review*, 41(2), 219-234.
- Redondo-Carretero, M., & Camarero-Izquierdo, C. (2017). Relationships between Entrepreneurs in Business Incubators. An Exploratory Case Study. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 24(1), 57-74.
- Antón, C., Camarero, C., & Laguna-García, M. (2017). Towards a new approach of destination loyalty drivers: Satisfaction, visit intensity and tourist motivations. *Current Issues in Tourism*, 20(3), 238-260.
- Camarero, C., Garrido, M. J., & San José, R. (2016). Efficiency of web communication strategies: The case of art museums. *International Journal of Arts Management*, 18(2), 42-62.
- Antón, C., Camarero, C., & San José, R. (2014). Public employee acceptance of new technological processes: The case of an internal call centre. *Public Management Review*, 16(6), 852-875.

C.2. Proyectos.

C.2.1.- Proyectos como directora.

Dinámicas innovadoras colaborativas en la gestión de productos y servicios

Investigadoras principales (Co-IP): Ana Isabel Rodríguez Escudero; Carmen Camarero Izquierdo

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades

Código: ECO2017-86628-P

Duración: 01/01/2018 - 21/12/2020

Dotación: 43.560 €

Gestión de productos y servicios bajo el prisma de la innovación abierta. Contribución de clientes, instituciones, emprendedores y tecnologías

Entidad financiadora: Junta de Castilla y León, Consejería de Educación

Código: VA112P17

Duración: 01/01/2017 - 21/12/2019

Dotación: 40.000 €

La innovación en los museos europeos. Un análisis de actividades, determinantes e indicadores de eficiencia

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Nacional de I+D+i 2008-2011

Código: ECO2012-38552

Duración: 01/02/2013 - 01/02/2016

Dotación: 20.500 €

C.2.2.- Proyectos como participante.

Innovación abierta y éxito empresarial: líneas de colaboración externa para la co-creación de valor

Investigador principal: Jesús Gutiérrez Cillán

Entidad financiadora: Consejería de Educación Junta de Castilla y León

Código: VA085G18

Duración: 01/01/2018 - 31/12/2020

Dotación: 12.000 €

Cultural Heritage & Management Venture Lab.

Director del proyecto: Guillermo Rodríguez Martín

Entidades participantes: Fundación Casa de la India, Universidad de Valladolid, Universidad de Ahmedabad, European Value of Cultural Heritage, Centro Regional de Artesanía de Castilla y León y Ayuntamiento de Valladolid

Entidad financiadora: Comisión Europea. Programa: EuropeAid/133529/C/ACT7Multi

Código: DCI-HUM/2013/312-752-Cultural Heritage & Management Venture Lab in Ahmedabad (India)

Duración: 13/12/2013 – 30/09/2016

Dotación: 497.238 €

C.3. Contratos.

Servicio de Mantenimiento del Observatorio Cultural y Turístico de la Ciudad de Valladolid.

Ayuntamiento de Valladolid (contrato competitivo con organismos públicos). 2015-2018. Inv. Principal: Ana María Gutiérrez Arranz. 244.000 €

Test of consumers' acceptance of Ruitenberq's products. Ruitenberq Ingredients BV. 2015. Inv.

principal: Javier Rodríguez Pinto. 1200 €.

Test of product and analysis of consumers intention to adopt Ruitenbergs products. Ruitenbergs

Ingredients BV. 2015. Inv. principal: Carmen Camarero Izquierdo. Importe: 3000 €.

C.8. Experiencia en organización de actividades de I+D.

Miembro de la Junta Directiva de ACEDE (Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa).

Desde 2016 hasta la actualidad.

Presidenta del comité organizador del Workshop de Estrategia y Marketing de ACEDE. Valladolid 2019.

Miembro del comité organizador XXVIII Congreso de ACEDE. Valladolid 2018.

En Valladolid a fecha de firma electrónica

Fecha del CVA

25/05/2020

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y Apellidos	FRANCISCO JOSÉ TORRES TORRES RUIZ		
DNI	25992570V	Edad	54
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Scopus Author ID		
	Código ORCID	0000-0002-9832-1691	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Jaén		
Dpto. / Centro	Organización de Empresas, Marketing y Sociología / Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas		
Dirección	CAMPUS LAS LAGUNILLAS S/N 23071, CAMPUS LAS LAGUNILLAS S/N 23071, 23071, JAÉN		
Teléfono	953212656	Correo electrónico	ftorres@ujaen.es
Categoría profesional	Profesor Titular de Universidad	Fecha inicio	1999
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave			

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales Sección Ciencias Empresariales Especialidad Dirección Comercial	Universidad de Málaga	1989

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

Entre los indicadores de calidad resaltamos

- a) 2 sexenios
- b) 8 libros-monografías de investigación
- c) 30 artículos indexados con índice de calidad relativo 6 artículos JCR Q1, 4 en el primer decil.
- d) 4 tesis doctorales dirigidas
- d) 2 participaciones en proyectos de investigación internacionales financiados por la UE

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Francisco José Torres Ruiz. Dr. En Ciencias Económicas y Empresariales. Profesor titular de universidad de la Universidad de Jaén, adscrito al Área de Comercialización e Investigación de Mercados y al Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología. Miembro del Comité Científico del Centro de Estudios Avanzados en Olivar y Aceite de oliva. Director del Grupo de investigación Marketing-UJA (SEJ-315). Docente habitual del máster interuniversitario de marketing y comportamiento del consumidor (Jaén y Granada), docente del máster en olivar y aceite de oliva (Jaén) del máster de gestión turística (Cádiz) y de seminarios de metodología de investigación en varias universidades españolas.

La línea principal de investigación es el marketing agroalimentario, con especial referencia a los aceites de oliva. Autor y coautor de 8 libros y más de 200 contribuciones en forma de artículos, ponencias, comunicaciones y capítulos de libro. Participante o director en 70 contratos y proyectos de investigación en convocatorias públicas. En la actualidad participa como investigador en dos proyectos con financiación de la Unión Europea (H2020).

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

- 1 **Artículo científico.** Torres-Ruiz, Francisco Jose; Vega-Zamora, Manuela; Parras-Rosa, Manuel. 2018. False Barriers in the Purchase of Organic Foods. The Case of Extra Virgin Olive Oil in Spain Sustainability. 10-2, pp.1-14.
- 2 **Artículo científico.** Torres-Ruiz, Francisco Jose; Marano-Marcolini, Carla; Lopez-Zafra, Esther. 2018. In search of a consumer-focused food classification system. An experimental heuristic approach to differentiate degrees of quality Food Research International. 108, pp.440-454.
- 3 **Artículo científico.** Vega-Zamora, Manuela; Torres-Ruiz, Francisco Jose; Parras-Rosa, Manuel. 2018. Key Determinants of Organic Food Consumption: The Case of Olive Oil in Spain HortScience. 53-8, pp.1172-1178.
- 4 **Artículo científico.** Torres-Ruiz, Francisco Jose; Vega-Zamora, Manuela; Parras-Rosa, Manuel. 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.
- 5 **Artículo científico.** Marano-Marcolini, Carla; Torres-Ruiz, Francisco Jose. 2017. A consumer-oriented model for analysing the suitability of food classification systems Food Policy. 69, pp.176-189.
- 6 **Artículo científico.** 2017. SEEKING AN OPTIMAL CLASSIFICATION SYSTEM FOR THE COMMERCIAL CATEGORIES OF OLIVE OILS Agrofor International Journal. pp.154-165.
- 7 **Artículo científico.** Vega-Zamora, Manuela; Gutiérrez-Salcedo, María; Torres-Ruiz, Francisco Jose. 2016. Campañas de comunicación: efectos de la configuración del mensaje en la predisposición a la compra de aceite de oliva ecológico Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros. 244, pp.69-104.
- 8 **Artículo científico.** Gutiérrez-Salcedo, María; Murgado-Armenteros, Eva Maria; Torres-Ruiz, Francisco Jose. 2016. La influencia de la calidad en el precio de los aceites de oliva en origen Revista de Estudios Regionales. ---, pp.---.
- 9 **Artículo científico.** Murgado-Armenteros, Eva Maria; et al. 2015. Analysing the conceptual evolution of qualitative marketing research through science mapping analysis Scientometrics. 102-1, pp.519-557.
- 10 **Artículo científico.** 2015. Analysing the conceptual evolution of qualitative marketing research through science mapping analysis Scientometrics.
- 11 **Artículo científico.** Gutiérrez-Salcedo, María; et al. 2015. La transmisión de precios en la cadena española del aceite de oliva virgen Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros. 240, pp.77-107.
- 12 **Artículo científico.** 2015. La transmisión de precios en la cadena española del aceite de oliva virgen Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros.
- 13 **Capítulo de libro.** Torres-Ruiz, Francisco Jose; Vega-Zamora, Manuela. 2017. Los chefs españoles y los aceites de oliva Economía y comercialización de los aceites de oliva. Factores y perspectivas para el liderazgo español del mercado global. pp.325-339.

C.2. Proyectos

- 1 Diverfarming-Crop diversification and low-input farming across Europe: from practitioners engagement and ecosystems services to increased revenues and chain organisation (: Comisión Europea). 01/05/2017-30/04/2022.
- 2 OLIVE ALIVE : TOWARDS THE DESIGN AND CERTIFICATION OF BIODIVERSITY FRIENDLY OLIVE GROVES (UNIÓN EUROPEA). 01/01/2016-30/09/2020.
- 3 RETOS DE LA COMERCIALIZACIÓN EFICIENTE DE LOS ACEITES DE OLIVA: CORRECTO ETIQUETADO Y APROVECHAMIENTO DE LAS VENTAJAS ASOCIADAS A UNA WEB SITE (IEG - Diputación Provincial de Jaén). 10/11/2017-20/11/2018.
- 4 Analisis de la Demanda y Perspectivas del Oleoturismo en la Provincia de Jaén (: Instituto Estudios Giennenses). 10/11/2017-20/10/2018.
- 5 EL USO DE LAS TICs Y DEL COMERCIO ELECTRÓNICO COMO HERRAMIENTA DE DESARROLLO TERRITORIAL EN EL SECTOR DEL OLIVAR (Vicerrectorado de Proyección de la cultura, Deportes y Responsabilidad Social). 19/12/2016-09/12/2017.
- 6 : Inteligencia emocional del consumidor (IEC): propuesta de un instrumento de medida y su aplicación en el sector agroalimentario (UNIVERSIDAD DE JAÉN). 01/04/2015-31/03/2017.

C.3. Contratos

C.4. Patentes

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	25-05-2020
----------------------	------------

Nombre y apellidos	ÁNGEL HERRERO CRESPO		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Cantabria		
Dpto./Centro	Departamento de Administración de Empresas		
Dirección			
Teléfono		correo electrónico	
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	11/12/2019
Espec. cód. UNESCO	5311 Organización y dirección de empresas - 05 Marketing (Comercialización)		
Palabras clave	Nuevas tecnologías aplicadas al Marketing, Comportamiento del consumidor, Marketing turístico, Marketing de territorios		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Cantabria	1998
Doctor por la Universidad de Cantabria	Universidad de Cantabria	2005

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

2 Sexenios de Investigación (Periodos 2003-2008 y 2009-2014).

1 Sexenio de Transferencia (Reconocido en 2020)

Dirección de 5 Tesis Doctoral finalizada y 2 Tesis Doctorales en curso.

15 Publicaciones en revistas indexadas en el 1er Cuartil del índice JCR, 7 publicaciones en revistas indexadas en el 2º Cuartil del índice JCR, 8 publicaciones en revistas indexadas en el 3er Cuartil del índice JCR y 3 publicaciones en revistas indexadas en el 4º Cuartil del índice JCR, 7 publicaciones en revistas indexadas en el índice SJR de Scopus.

Citas totales: 1.187 (Scopus) / 3.001 (Google Scholar)

Índice H: 14 (Scopus) / 24 (Google Scholar)

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (1998) y Doctor por la Universidad de Cantabria (2005). Sus principales líneas de trabajo son el marketing turístico, la marca de organizaciones y territorios, el comportamiento del consumidor y la aplicación de nuevas tecnologías a la gestión de marketing. En la actualidad es Investigador Responsable del Grupo de I+D+i de Inteligencia de Marketing, Presidente de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) y Vocal de la Asociación Iberoamericana de Marketing.

Su actividad investigadora ha dado lugar a la publicación de 45 artículos científicos publicados en revistas internacionales y nacionales de reconocido prestigio (33 en publicaciones referenciadas en el índice JCR, 7 en el índice SJR, y las restantes 5 en el índice INRECS). En particular, 15 de sus artículos han sido publicados en revistas del Primer Cuartil en las categorías "Business", "Management", "Economics", "Communication", "Hospitality, Leisure, Sport & Tourism", "Psychology" y "Social Sciences" del índice JCR. Además es autor de 12 capítulos de libro publicados en obras colectivas de investigación y ha defendido más de 50

ponencias en congresos nacionales e internacionales. También ha participado en una treintena de contratos de investigación.

Ha dirigido cinco tesis doctorales y en la actualidad está dirigiendo otras dos. Ha participado como ponente invitado en diversos seminarios y cursos de investigación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México), la Universidad de Granada, la Universidad de Zaragoza y la Universidad Autónoma de Barcelona. Así mismo, obtuvo en 2004 el Premio José Sanchís Alcover, otorgado por la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE), y en 2017 el Premio a la Mejor Ponencia del Congreso Internacional de Marketing AEMARK.

Es revisor/evaluador en diversas revistas de impacto internacional referenciadas en el índice JCR entre las que cabe destacar: International Marketing Review, Tourism Management, International Journal of Hospitality Management, Electronic Commerce Research & Applications, Computers in Human Behavior, Spanish Journal of Psychology, y Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa.

Es profesor responsable de la asignatura Marketing Internacional del Grado en Administración y Dirección de Empresas y de la asignatura Estrategias de Marketing en Entornos Internacionales del Máster en Dirección de Marketing de la Universidad de Cantabria. Así mismo, es profesor en diversos másters y títulos de posgrado.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES *(ordenados por tipología)*

C.1. Publicaciones

MARTÍNEZ GARCÍA-DE-LEANIZ, P.; HERRERO CRESPO, A.; GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M. (In Press): "Determinants of EWOM on hospitality CSR issues. In Facebook we trust?". Journal of Sustainable Tourism, Vol. XX, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 3.400 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism / Q2 Green & Sustainable Science & Technology).

GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M.; HERRERO CRESPO, A.; MARTÍNEZ GARCÍA-DE-LEANIZ, P. (In Press): "Determinants of electronic word-of-mouth on social networking sites about negative news on CSR". Journal of Business Ethics, Vol. XX, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 3.796 Q1 Business / Ethics).

HERRERO CRESPO, A.; HERNÁNDEZ ORTEGA, B.; SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H. (In press): "Potential funders' motivations in reward-based crowdfunding. The influence of project attachment and business viability". Computers in Human Behavior, Vol. 106, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 4.306 Q1 Psychology Multidisciplinary / Psychology Experimental).

SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H.; HERNÁNDEZ ORTEGA, B.; HERRERO CRESPO, A. (In press): "The Social Consciousness and Perceived Risk as Drivers of the Crowdfunding as a Socially Responsible Investment in Tourism". Journal of Travel Research, Vol. XX, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 5.338 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).

MARTÍNEZ GARCÍA-DE-LEANIZ, P.; HERRERO CRESPO, A.; GÓMEZ LÓPEZ, R. (2019): "Corporate images and customer behavioral intentions in an environmentally certified context: Promoting environmental sustainability in the hospitality industry". Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Vol. 26, num. 6, pp. 1382-1391 (Impacto JCR: 4.918 Q1 Q1 Business / Q1 Management / Q1 Environmental Studies).

SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H.; HERRERO CRESPO, A.; GARCÍA DE LOS SALMONES SÁNCHEZ, M.M. (2019): "An integrative model of destination brand equity and tourist satisfaction". Current Issues in Tourism, Vol. 22, num. 16, pp. 1992-2013 (Impacto JCR: 3.395 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).

PALAZUELOS COBO, E.; HERRERO CRESPO, A.; MONTOYA DEL CORTE, J. (2018): "Accounting information quality and trust as determinants of credit granting to SMEs: The role of external audit". Small Business Economics, Vol. 51, num. 4, pp. 861-877 (Impacto JCR: 2.852 Q1 Economics / Q2 Business / Q2 Management).

SOLANO ACOSTA, A.; HERRERO CRESPO, A.; COLLADO AGUDO, J. (2018): "Effect of Market Orientation, Network Capability and Entrepreneurial Orientation on International Performance of small and medium enterprises (SMEs)". International Business Review, Vol. 27, num. 6, pp. 1128-1140 (Impacto JCR: 2.754 Q2 Business).

MARTÍNEZ GARCÍA-DE-LEANIZ, P.; HERRERO CRESPO, A.; GÓMEZ LÓPEZ, R. (2018): "Customer Responses to Environmentally-Certified Hotels: The Moderating Effect of Environmental Consciousness on the Formation of Behavioral Intentions". Journal of Sustainable Tourism, Vol. 26, num. 7, pp. 1160-1177 (Impacto JCR: 3.329 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism / Q1 Green & Sustainable Science & Technology).

HERRERO CRESPO, A.; SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H.; GARCÍA DE LOS SALMONES SÁNCHEZ, M.M.; COLLADO AGUDO, J. (2017): "Examining the hierarchy of destination brands and the chain of effects between the brand equity dimensions". Journal of Destination Marketing & Management, Vol. 6, num. 4, pp. 353-362 (Impacto JCR: 3.667 Q1 Management / Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).

HERRERO CRESPO, A.; SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H.; GARCÍA DE LOS SALMONES SÁNCHEZ, M.M. (2017): "Explaining the adoption of social network sites for sharing user-generated content: a revision of the UTAUT2". Computers in Human Behavior, Vol. 71, pp. 209-217 (Impacto JCR: 3.536 Q1 Psychology Multidisciplinary / Psychology Experimental).

HERRERO CRESPO, A.; SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H.; GARCÍA DE LOS SALMONES SÁNCHEZ, M.M. (2016): "Influence of country image on country brand equity: Application to higher education services". International Marketing Review, Vol. 33, num. 5, pp. 691-714 (Impacto JCR: 1.672 Q3 Business).

C.2. Proyectos

Referencia del proyecto: 1FD1997-0897.

Título: **Modelo de Relaciones en el Canal de Distribución. Contraste Empírico en el Sector de la Repostería y Panadería Industrial**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Ignacio Rodríguez del Bosque

Entidad financiadora: MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA

Duración: 31/12/1999 - 31/12/2001

Financiación recibida (en euros): 164.421,89 euros

Relación con el proyecto que se presenta: Sin relación.

Estado del proyecto o contrato: Concedido

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Referencia del proyecto:

Título: **Diagnóstico de Situación para el Desarrollo del Turismo MICE en Cantabria (2018)**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Héctor San Martín Gutiérrez

Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria

Duración: 06/03/2018 – 31/12/2018

Relación con el proyecto que se presenta: Está muy relacionado.

Estado del proyecto o contrato: Concedido

Referencia del proyecto:

Título: **Estudio del Potencial del Turismo Idiomático para Cantabria (2018)**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Héctor San Martín Gutiérrez
Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria
Duración: 06/03/2018 – 31/12/2018
Estado del proyecto o contrato: Concedido

Referencia del proyecto:

Título: **Estudio en Origen de las Preferencias y Comportamiento de los Turistas Extranjeros (2017)**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Héctor San Martín Gutiérrez
Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria
Duración: 27/06/2017 – hasta 30/11/2017
Estado del proyecto o contrato: Concedido

Referencia del proyecto:

Título: **Estudio del Sector Termal en Cantabria (2017)**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Jesús Collado Agudo
Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria
Duración: 24/03/2017 – hasta 31/12/2017
Estado del proyecto o contrato: Concedido

Referencia del proyecto:

Título: **Estudio de preferencias y comportamiento de los turistas extranjeros en Cantabria (2016)**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Jesús Collado Agudo
Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria
Duración: 01/02/2016 – 31/10/2016
Estado del proyecto o contrato: Concedido

C.4. Patentes

No aplicable

C.5. Revisor en las siguientes revistas indexadas en el índice JCR

International Marketing Review (índice de impacto de 1.865 índice de JCR Social Science Edition, 2014, Q2 Business), Tourism Management (índice de impacto de 2.554 índice de JCR Social Science Edition 2014, Q1 Management), International Journal of Hospitality Management (índice de impacto de 1.939 índice de JCR Social Science Edition 2014, Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism), Computers in Human Behavior (Índice de impacto de 2.694 índice de JCR, Social Science Edition 2014, Q1 Psychology, Multidisciplinary), Electronic Commerce Research & Applications (índice de impacto de 1.304 índice de JCR Social Science Edition 2014, Q2 Business), Business Research Quarterly (índice de impacto de 0.462 índice de JCR Social Science Edition 2014, Q4 Business)

Parte A. DATOS PERSONALES
Fecha del CVA 27/05/2020

Nombre y apellidos	José Angel Ibáñez Zapata		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección			
Teléfono		correo electrónico	j_____
Categoría profesional	Profesor Titular de Universidad	Fecha inicio	Junio 2003
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	Marketing; Comportamiento del Consumidor		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado CC. Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	1994
Doctor CC. Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	2001

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica
1 sexenio de investigación concedido en octubre de 2010 4 quinquenios de investigación
276 citas (210 en los últimos 5 años)
Índice h: 5
<http://orcid.org/0000-0002-8438-5117>
http://investigacion.ugr.es/ugrinvestiga/static/Buscador/*/investigadores/ficha/34743
<https://scholar.google.es/citations?user=C-XUorAAAAAJ&hl=es>
https://www.researchgate.net/profile/Jose-Angel_Ibanez-Zapata
Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 2000 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Doctor en CC. Económicas y Empresariales desde 2001, ha desarrollado su actividad docente e investigadora en el Departamento de Comercialización e Investigación de la Universidad de Granada desde su incorporación a esta institución en 1994, contribuyendo decididamente a su consolidación durante el período de desarrollo de esta área.

Ha trabajado de forma intensiva en el ámbito de la innovación docente y en el desarrollo de aplicaciones de las TICs en el campo de la docencia y la investigación. Dicho trabajo se ha concretado en la participación y el liderazgo de diferentes proyectos de innovación docente y programas de apoyo a la docencia práctica.

Ha sido secretario del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados entre los años 2008 y 2012. Ha ejercido como responsable de la Estrategia de Medios Sociales de la Universidad de Granada desde 2010. En 2015 fue nombrado Director de Comunicación de la Universidad de Granada, función que desempeña en la actualidad.

Ha desarrollado su investigación en el campo del Comportamiento del Consumidor, el Marketing Internacional y la Investigación de Mercados. En estas áreas ha desarrollado la mayor parte de su trabajo postdoctoral y docente hasta que recientemente ha abordado ambos campos desde la perspectiva de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y, muy particularmente, desde el estudio de la repercusión de Internet en estos dos campos. En este sentido, el solicitante:

- Ha participado como investigador en 13 proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de AA.PP. o entidades públicas y privadas.
- Ha participado como investigador o investigador responsable en otros 13 contratos, convenios o proyectos de I+D+i no competitivos con Administraciones o entidades públicas o privadas.
- Cuenta con 19 aportaciones relevantes a Congresos nacionales e internacionales
- Ha publicado 11 artículos en revistas científicas
- Ha participado como autor o co-autor en 16 libros y capítulos de libros. Así mismo, en los últimos años ha iniciado, junto con el resto de integrantes de su grupo de investigación (ADEMAR) una nueva línea de trabajo basada en el uso de herramientas de registro de las respuestas psicofisiológicas de los individuos ante diferentes tipos de estímulos. Esta línea de trabajo ha dado lugar a interesantes trabajos en ámbito del “Neuromarketing” que se encuentran en la actualidad en proceso de finalización y publicación. En esta misma línea de trabajo se encuentra

precisamente el proyecto de investigación para el que se solicita financiación. Más concretamente, se ha abierto una línea de investigación consistente en la utilización de instrumentos de eye-tracking para analizar la atención prestada por los consumidores a la información nutricional contenida en los envases de los alimentos. En esta línea de trabajo participan además dos doctorandos cuyas tesis doctorales se encaminan a resolver los problemas metodológicos impuestos por la adopción de esta técnica de captación de datos en el ámbito del marketing y su explotación en el campo del comportamiento del consumidor. Hasta la fecha, las investigaciones desarrolladas a partir de la aplicación de esta nueva metodología de captación de datos han girado fundamentalmente en torno a temas relacionados con el Marketing Social, área en el que cabría encuadrar igualmente el objetivo del proyecto solicitado.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES *(ordenados por tipología)*

C.1. Publicaciones

RODRIGUEZ-PRIEGO, N.; MONTORO-RIOS, F.J.; IBAÑEZ-ZAPATA, J.A..

“Mapping Environmental Behaviour in the Spanish Context”. THE INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL, CULTURAL, ECONOMIC AND SOCIAL SUSTAINABILITY. 8 - 3, pp. 37 - 46. 2013. Tipo de producción: Artículo

MUÑOZ-LEIVA, F.; SANCHEZ-FERNANDEZ, J.; MONTORO-RIOS, F.J.; IBAÑEZ- ZAPATA, J.A.. “Improving the response rate and quality in web-based surveys through the personalization and frequency of reminder mailings”. QUALITY AND QUANTITY. 44 - 5, pp. 1037 - 1052. 2010.

Tipo de producción: Artículo Índice de impacto: 0.688

SANCHEZ-FERNANDEZ, J.; MUÑOZ-LEIVA, F.; MONTORO-RIOS, F.J.; IBAÑEZ- ZAPATA, J.A.. “An analysis of the effect of pre-incentives and post-incentives based on draws on response to web surveys”.

QUALITY AND QUANTITY. 44 - 2, pp. 357 - 373. 2010. Tipo de producción: Artículo Índice de impacto: 0.688

IBAÑEZ-ZAPATA, J.A.; MONTORO-RIOS, F.J.; SANCHEZ-FERNANDEZ, J.; MUÑOZ- LEIVA, F.; “Análisis de la efectividad del mensaje publicitario en la promoción de comportamientos de consumo sostenibles”

Cálamo (Madrid). 82, pp. 9 - 17. 2007. Tipo de producción: Artículo

MUÑOZ-LEIVA, F.; MONTORO-RIOS, F.J.; IBAÑEZ-ZAPATA, J.A..

“An experimental study of the efficacy of trust-building seals and others determinants of usefulness in b-learning management systems.” Scottish online journal of e-learning. 1 - 1, pp. 43 - 55. 2007. Tipo de producción: Artículo

LUQUE-MARTÍNEZ, T.; DEL BARRIO GARCÍA, S. IBAÑEZ-ZAPATA, J.A., RODRÍGUEZ- MOLINA, M.A.. “Modeling a city’s image: the case of Granada” Cities. 24 - 5, pp. 335 - 352. 2007.

Tipo de producción: Artículo Índice de impacto: 612

RODRÍGUEZ-MOLINA, M.A.; LUQUE-MARTÍNEZ, T.; IBAÑEZ-ZAPATA, J.A..

“El efecto persuasivo de la congruencia entre los elementos visuales y verbales en los anuncios publicitarios”. Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa. 9 - 3, pp. 211 - 224. 2003. Tipo de producción: Artículo

C.2. Proyectos

“El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable”

Ámbito del proyecto: Autonómica

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/es responsable/es: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ

Número de investigadores/as: 10

Nombre del programa: Junta de Andalucía. Proyectos de Investigación de Excelencia Cód. según financiadora: P12-SEJ-1980

Fecha de inicio: 30/01/2014

Duración del proyecto: 1086 días

Cuantía total: 64.745€

“Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva de Neuromarketing”

Ámbito del proyecto: Nacional Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/es responsable/es: FRANCISCO MUÑOZ LEIVA

Número de investigadores/as: 11

Cód. según financiadora: ECO2012-39576

Fecha de inicio: 01/01/2013

Duración del proyecto: 1094 días Cuantía total: 29.500€

“Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible”

Ámbito del proyecto: Nacional Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/es responsable/es: FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS

Número de investigadores/as: 11

Nombre del programa: Proyectos de Excelencia Junta de Andalucía Cód. según financiadora: SEJ-6768 Fecha de inicio: 01/03/2011 Duración del proyecto: 1095 días

Cuantía total: 45.000

“Effect of diet and lifestyle on risk of gastrointestinal infection and allergy in early life; consumer knowledge, attitudes and needs”

Ámbito del proyecto: Unión Europea

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/es responsable/es: ANGEL GIL HERNÁNDEZ

Número de investigadores/as: 3

Nombre del programa: OTROS PROGRAMAS, ORGANISMOS PÚBLICOS

Cód. según financiadora: QLRT 200102606

Fecha de inicio: 01/01/2003

Duración del proyecto: 1095 días

Cuantía total: 3.194.008

“Investigación comercial sobre alimentos funcionales: nuevos valores y óptica relacional”

Ámbito del proyecto: Unión Europea

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/es responsable/es: TEODORO LUQUE MARTÍNEZ

Número de investigadores/as: 14

Nombre del programa: FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER), COMISIÓN EUROPEA

Cód. según financiadora: 1FD97-0306

Fecha de inicio: 01/01/1998

Duración del proyecto: 1096 días

Cuantía total: 137.631

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

“Rediseño de envases de leches clásicas PULEVA”

Ámbito del proyecto: Nacional

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: FRANCISCO J. MONTORO; FRANCISCO MUÑOZ

Número de investigadores/as: 4

Fecha inicio: 25/05/2009

Cuantía total: 8.000€

“Perfeccionamiento de los servicios comerciales ofrecidos por Axesor a través de internet”

Ámbito del proyecto: Nacional

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: FRANCISCO J. MONTORO; FRANCISCO MUÑOZ

Número de investigadores/as: 5

Fecha inicio: 1/07/2008

Cuantía total: 16.100€

“Investigación sobre la calidad de servicio en clientes y no clientes de Caja Rural ”

Ámbito del proyecto: Autonómica

Calidad en que ha participado: Investigador/a

Investigador/a responsable: Teodoro Luque Martínez

Número de investigadores/as: 4

Fecha inicio: 1/12/2006

Cuantía total: 15.200€



Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA 05/05/2020

Nombre y apellidos	MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		

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	07/12/2016
Espec. cód. UNESCO	Psicología Experimental (6106)-Emoción (03)-Comportamiento del consumidor (06)		
Palabras clave	Comportamiento del consumidor, Psicofisiología, Emoción, Evaluación de la Ciencia		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Psicología	Universidad de Granada	2003
Doctorado Europeo en Psicología	Universidad de Granada	2008

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

Sexenios de investigación: 2 Fecha: 2013, 2017

Número de citas totales: 265 (Web of Science); 594 (Google Scholar)

Número de publicaciones totales en primer cuartil: 7

Índice h: 8 (Web of Science); 12 (Google Scholar)

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Licenciada en Psicología por la Universidad de Granada en 2003, comienza su actividad investigadora en 2004 colaborando con el grupo de investigación “Psicofisiología Humana y Salud”, a través de la obtención de una beca FPU. En septiembre de 2008 obtiene el grado de doctora por la Universidad de Granada con la calificación de Cum Laude por Unanimidad. Sus temas de investigación se centran sobre todo en el campo de las emociones, abordando temas de diversa índole como ansiedad, problemas de alimentación, drogas y/o tabaquismo y worry. No obstante, en los últimos años ha redirigido su investigación hacia el campo del marketing social, abordando problemáticas como el estudio del envase de productos de tabaco, el comportamiento medioambiental y el comportamiento del consumidor desde el punto de vista emocional. Concretamente, parte de su investigación aporta el uso de medidas psicofisiológicas a los estudios de marketing, un área hasta ahora poco explotada en la literatura, pero empezando a ser puntera en la actualidad con el conocido Neuromarketing. No obstante, otros temas de investigación de interés han sido el estudio de la ciencia y de la comunicación científica a través de estudios bibliométricos, como queda reflejado en 4 de sus publicaciones en revistas internacionales de reconocido impacto, y más recientemente, el estudio del comportamiento del consumidor en redes sociales desde el punto de vista de las emociones, y más concretamente del Análisis de Sentimientos. En cualquier caso, apuesta en la mayor parte de sus investigaciones por los diseños de corte experimental.

Ha sido especialmente destacable la aceptación por parte de la comunidad científica de los resultados obtenidos, lo cual queda reflejado claramente por las diversas contribuciones a congresos nacionales e internacionales en su campo de estudio, así como artículos en revistas internacionales de reconocido impacto (p.e. Tobacco Control, Psychopharmacology,

Scientometrics, Psicothema, Psychophysiology, International Journal of Psychophysiology, Quality & Quantity, Motivation and Emotion, Journal of Advertising Research...). Su trayectoria investigadora se completa con la dirección/coordinación de un proyecto de investigación titulado “Indicadores psicofisiológicos del comportamiento de consumo sostenible: análisis de la efectividad de mensajes relativos al cuidado del medio ambiente”, dentro del Plan Propio de Investigación de la Universidad de Granada, y la participación como miembro en otros varios proyectos financiados por la Junta de Andalucía y el Ministerio. Adicionalmente, ha disfrutado de dos estancias de investigación en centros europeos de reconocido prestigio en su campo, como son el Departamento de Psicología de la Universidad Lusófona de Lisboa (Portugal) y la Clinical Psychology Unit (Department of Psychology, University of Sheffield).

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES *(ordenados por tipología)*

C.1. Publicaciones

Publicación en Revista: Guerrero Medina, C., Martínez-Fiestas, M., Viedma-del Jesus, M.I., Alzamora Ruiz, J. 2020. Living wage in the framework of corporate social responsibility: Analyzing its impact on consumer response. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. Online version. <https://doi.org/10.1002/csr.1946>

Publicación en Revista: Steiner-Correa, Filipe, Viedma-Del Jesus, Maria Isabel, López-Herrera, Antonio G. 2018. A survey of multilingual human-tagged short message datasets for sentiment analysis tasks. Soft Computing. 22(24): 8227-8242.

Publicación en Revista. Liébana-Cabanillas, Francisco J.; Muñoz-Leiva, Francisco; Sanchez-Fernandez, Juan; Viedma-Del Jesus, Maria Isabel. 2016. The moderating effect of user experience on satisfaction with electronic banking: empirical evidence from the Spanish case. Information Systems and e-Business Management. 14: 141-165.

Publicación en Revista. Martinez-Fiestas, Myriam; Viedma-Del Jesus, Maria Isabel; Sanchez-Fernandez, Juan; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2015. A psychophysiological approach for measuring response to messaging: how consumers emotionally process green advertising. Journal of Advertising Research. 55: 192-205.

Publicación en Revista. Muñoz-García, Miguel Ángel; Viedma-Del Jesus, Maria Isabel; Roselló, Francisca; Sanchez-Nacher, Noelia; Montoya, Pedro; Vila-Castellar, Jaime. 2013. The emotional impact of European tobacco-warning images. Tobacco Control. 22: 123-129.

Publicación en Revista. Muñoz-Leiva, Francisco; Viedma-Del Jesus, Maria Isabel; Sánchez-Fernández, Juan; López-Herrera, Antonio Gabriel. 2012. An Application of Co-Word Analysis and Bibliometric Maps for Detecting the Most Highlighting Themes in the Consumer Behaviour Based Research from a Longitudinal Perspective. Quality & Quantity. 46: 1077-1095.

Publicación en Revista. Viedma-Del Jesus, Maria Isabel; Perakakis, Pandelis; Muñoz-García, Miguel Ángel; Vila-Castellar, Jaime. 2011. Sketching the First Forty-Five Years of the Journal Psychophysiology (1964-2008): A Co-word Based Analysis. Psychophysiology. 48: 1029-1036.

Publicación en Revista. Fernández-Serrano, María José; Moreno-López, Laura; Pérez-García, Miguel; Viedma-Del Jesus, Maria Isabel; Sánchez-Barrera, Maria Blasa; Verdejo-García, Antonio. 2011. Negative mood induction normalizes decision making in male cocaine dependent individuals. Psychopharmacology. 217: 331-339.

Publicación en Revista. Muñoz-García, Miguel Ángel; Viedma-Del Jesus, Maria Isabel; Peralta-Ramírez, María Isabel; Fernández-Santaella-Santiago, M^a Carmen; Cepeda-Benito, Antonio; Peralta-Ramirez, Isabel María; Cepeda-Benito, Antonio; Vila-Castellar, Jaime. 2010.

Assessment of tobacco craving by means of the affective image visualization paradigm. Motivation and Emotion. 34: 093-103.

Publicación en Revista. Delgado-Pastor, Luis Carlos; Guerra, Pedro; Perakakis, Pandelís; Viedma-del Jesus, María Isabel; Robles-Ortega, Humbelina; Vila, Jaime. 2010. Eficacia de un programa de entrenamiento en conciencia plena (mindfulness) y valores humanos como herramienta de regulación emocional y prevención del estrés para profesores. Psicología Conductual. 3: 511---532.

Publicación en Revista. Bucla-Casal, Gualberto; Medina, Ana; Viedma-Del Jesus, María Isabel; Lozano, S; Torres, G.; Zych, Izabela. 2009. Analysis of the influence of the two types of the journal articles, theoretical and empirical on the impact factor of a journal. Scientometrics. 80: 265---282.

Publicación en Revista. Vila, Jaime; Guerra, Pedro; Muñoz, Miguel Angel; Vico, Cyntia; Viedma-Del Jesus, María Isabel; Delgado, Luis Carlos; Perakakis, Pandelís; Kley, Elisabet; Mata, Jose Luis; Rodríguez, Sonia. 2007. Cardiac Defense: from attention to action. International Journal of Psychophysiology. 66: 169-182.

Publicación en Revista. Viedma-Del Jesus, M.I.; Gutiérrez, P.; Ortega, V.; Sierra, J.C. 2005. Escala de ensoñaciones sexuales: primeros datos psicométricos en muestras españolas. Análisis y Modificación de Conducta. 31: 407---432.

Publicación en Revista. Bucla-Casal, Gualberto; Medina-García, Ana; Viedma-Del Jesus, María Isabel; Godoy, Verónica; Lozano, Susana; Torres, Gloria. 2004. Factor de impacto de tres revistas españolas de Psicología. Psicothema. 16: 680---688

C.2. Proyectos

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. CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y CIENCIA. Sánchez-Fernández, Juan (Universidad de Granada). 2014-2018. 64745 EUR. Proyecto ampliado.

ANÁLISIS DE LOS MECANISMOS COGNITIVOS Y AFECTIVOS EN EL PROCESAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN MEDIOAMBIENTAL DESDE UNA PERSPECTIVA DE NEUROMARKETING. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN. Muñoz-Leiva, Francisco (Universidad de Granada). 2013-2015. 29250 EUR.

EFFECTOS 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. PROYECTOS CEI-BIO-TIC UNIVERSIDAD DE GRANADA. Del Barrio-García, Salvador (Universidad de Granada). 2012-2012. 30000 EUR.

ESTUDIO DEL MENSAJE PUBLICITARIO EN LOS PROCESOS COGNITIVOS Y EMOCIONALES QUE DIRIGEN EL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO SOSTENIBLE. JUNTA DE ANDALUCÍA. Montoro-Ríos, Francisco Javier (Universidad de Granada). 2011-2014. 45000 EUR.

INDICADORES PSICOFISIOLÓGICOS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO SOSTENIBLE: ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DE MENSAJES RELATIVOS AL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE. PROYECTOS PLAN PROPIO UNIVERSIDAD DE GRANADA. Viedma-Del Jesus, María Isabel (Universidad de Granada). 2010-2010. 3000 EUR.

INSATISFACCIÓN CORPORAL Y TRASTORNOS DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA: MECANISMOS EMOCIONALES Y PSICOFISIOLÓGICOS. MINISTERIO DE CIENCIA E INVESTIGACIÓN. Fernández-Santaella-Santiago, M^a Carmen (Universidad de Granada). 2009-2012. 66000 EUR.

EFFECTOS DEL ENVASE GENÉRICO Y LAS ADVERTENCIAS SANITARIAS VISUALES EN EL DESCENSO DEL CONSUMO DE TABACO: UN ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL MARKETING SOCIAL. JUNTA DE ANDALUCÍA. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE LUCHA CONTRA EL TABAQUISMO. Rey-Pino, Juan Miguel (Universidad de Granada). 2008-2009. 6550 EUR.

MODULACIÓN EMOCIONAL DE LA TOMA DE DECISIONES EN POLICONSUMIDORES DE DROGAS: MECANISMOS PSICOFISIOLÓGICOS Y NEUROANATÓMICOS. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DEL PLAN NACIONAL. Pérez-García, M. (Universidad de Granada). 2006-2009. 42350 EUR.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y SERVICIOS OFERTADOS POR EL CENTRO DE LENGUAS MODERNAS XI. Sánchez-Fernández, Juan (Universidad de Granada). 2011-2012. 19995 EUR.

C.4. Dirección de trabajos fin de máster

IMPACTO DIFERENCIAL DE LOS ANUNCIOS DE JUEGO DE AZAR SOBRE EL CONSUMIDOR. MÁSTER OFICIAL INTERUNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 2017-2018. Perandrés Gómez, Ana María.

PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR ALEMÁN DE ACEITE DE OLIVA CON SELLOS DE CALIDAD DIFERENCIADA. MÁSTER OFICIAL INTERUNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 2016-2017. Martínez Hoffmann, Diana

GRAPE: UN MODELO DE SISTEMA DE RECOMENDACIONES BASADO EN VINO DE AMAZON.ES. MÁSTER UNIVERSITARIO EN CIENCIA DE DATOS E INGENIERÍA DE COMPUTADORES. 2016-2017. Delgado Quirós, Lorena Joaquina

TOMA DE DECISIONES Y EMOCIONES EN COMPRADORES IMPULSIVOS: UNA NUEVA APLICACIÓN DE LA IOWA GAMBLING TASK AL CAMPO DE ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. MÁSTER OFICIAL INTERUNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 2015-2016. Castilla-Barroso, Elena.

#OSCAR2015: DID PEOPLE #SPEAKBEAUTIFUL? ANALISIS DE LA COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE MARCAS EN TWITTER A TRAVÉS DE EVENTOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA MINERÍA DE OPINIONES. MÁSTER OFICIAL INTERUNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 2014-2015. Megías-Plata, María.

COMPRENDIENDO EL COMPORTAMIENTO HUMANO PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN EFICACES: EL PAPEL DEL RIESGO PERCIBIDO EN COMPORTAMIENTOS ADICTIVOS. MÁSTER OFICIAL INTERUNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 2013-2014. Saavedra-Hernández, Cristian.

DANDO ALAS A RED BULL: UNA APLICACIÓN DE LA MINERÍA DE OPINIONES PARA CONOCER QUÉ PIENSAN Y DE QUÉ HABLAN LOS SEGUIDORES DE LA MARCA EN TWITTER. MÁSTER OFICIAL INTERUNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 2013-2014. Steiner-Correa, Alysson Filipe.

CURRÍCULUM VITAE ABREVIADO (CVA) fecha: 22/05/2020

Parte A) DATOS PERSONALES	
DNI/NIE/Pasaporte:	Nombre: Sonia
1 ^{er} . Apellido: San Martín	2º Apellido: Gutiérrez
Fecha de nacimiento:	Sexo:
Nacionalidad (en caso de ser múltiple, si una de ellas es la española se hará constar la española):	
Correo electrónico que autoriza:	Teléfono de contacto:
Código ORCID:	
Researcher ID:	

A.1.- SITUACIÓN PROFESIONAL ACTUAL (entre el 13 de mayo de 2020 y el 1 de junio de 2020)	
Entidad u organismo al que está vinculado salarialmente: Universidad de Burgos	
Facultad, Instituto, o Centro: Facultad de Ciencias Económicas	
Departamento, unidad: Economía y Administración de Empresas	
Dirección del trabajo (calle, nº, Código Postal):	
Provincia del centro de trabajo:	País del centro de trabajo: España
Tipo de vinculación/empleo (funcionario, contratado fijo, otro contrato): Funcionaria	
Actividad investigadora incluida en su horario laboral consistente en: Gestión y dirección de proyectos y tesis doctorales, realización, presentación y publicación de estudios científicos.	

A.2.- FORMACIÓN ACADÉMICA (título, Institución, fecha)	
Titulación universitaria:	Licenciada en Ciencias Empresariales
Por la Universidad de: Valladolid	
Especialidad:	Marketing
¿Es doctor?	Sí Fecha título de doctor: 2002
Categoría profesional (Catedrático, Titular, Investigador Científico, Facultativo): Catedrática	
Fecha de ingreso en el Cuerpo o inicio del Contrato (formato fecha dd/mm/aaaa): 20/12/2017	

A.3 INDICADORES GENERALES DE CALIDAD DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA:
Nº de citas por año/período (Google Scholar): 2512
Índice h: 26
Índice i10: 53
Publicaciones JCR /SCOPUS: 25 JCR; 49 SJR

(Inserte gráfica, si procede)

Parte B: RESUMEN DEL CURRÍCULUM

-INVESTIGACIÓN: Fui elegida para formar parte de la Comisión de Investigación de la Universidad de Burgos y tengo evaluados de forma favorable tres sexenios o tramos de investigación. Dirijo y reviso trabajos de investigación sobre comportamiento del consumidor, marketing de relaciones, comercio electrónico y marketing móvil. Asimismo, soy revisora de proyectos de investigación para la ANEP y de papers para congresos y revistas nacionales e internacionales. He participado y dirigido diversos proyectos de investigación financiados en convocatorias competitivas a nivel local, autonómico, nacional y europeo. Soy una de las investigadoras individuales más competitivas y financiada de la Universidad de Burgos, dirijo el grupo de investigación GIR "Research in Marketing and Innovation" (R+M+i) de la Universidad de Burgos y pertenezco a la UIC063. Fui premio extraordinario de Doctorado y he recibido más de quince premios locales, autonómicos y nacionales. He dirigido cuatro tesis doctorales, tres trabajos de suficiencia investigadora y más de diez trabajos fin de máster. Actualmente codirijo tres tesis doctorales sobre comercio electrónico y móvil, comportamiento del consumidor, turismo y comercio internacional. Los trabajos que he realizado han sido difundidos en foros empresariales y académicos, nacionales e internacionales y publicados en revistas nacionales e internacionales de impacto. He publicado más de cien artículos, un libro sobre marketing relacional y capítulos de libro sobre comercio electrónico, móvil, comportamiento del consumidor y distribución comercial.

-DOCENCIA: en la Diplomatura y Licenciatura en Ciencias Empresariales, en el Grado en ADE, en el MBA de Burgos, en el programa de doctorado y master interuniversitario con mención de calidad de investigación en Economía de la Empresa y formo parte de los programas de doctorado en Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas y en Patrimonio y Comunicación Audiovisual. He impartido conferencias en diferentes cursos de postgrado, másteres y cursos de verano. He dirigido treinta trabajos fin de grado y he tutorizado las prácticas en empresas de numerosos alumnos de Economía y he coordinado los intercambios bilaterales en el programa Erasmus con tres universidades alemanas. Tengo concedidos cuatro tramos de actividad docente o quinquenios, mi actividad docente ha sido evaluada como destacada o excelente en las tres veces que me he presentado a evaluación del programa DOCENTIA. He asistido a más de cien cursos de formación para la docencia y la investigación y he publicado un manual docente práctico con la Editorial ESIC. He creado y dirijo un grupo de innovación docente, I.M.@.G.E, registrado en la Universidad de Burgos y financiado dos veces, con 10 profesores de distintas universidades nacionales e internacionales, de distintas ramas de conocimiento y con resultados presentados en jornadas de innovación docente, congresos y artículos. Formo parte de la Comisión de Evaluación de la Actividad Docente DOCENTIA y de la comisión del grado de ADE y del MBA de Burgos.

-GESTIÓN. He implantado y dirigido la Oficina de Marketing en la Universidad de Burgos, he sido la directora de la cátedra de marketing del Banco Santander, coordinadora del primer MBA oficial de Castilla y León, el de la Universidad de Burgos, miembro de la Junta Directiva de AEMARK, fui armonizadora de las pruebas PAEU, directora del área, miembro electo del Consejo de Departamento, elegida para la Junta de Facultad y para el claustro de la Universidad de Burgos. Soy la secretaria y miembro de la Comisión Académica del programa de doctorado en Ciencias Jurídicas, Sociales y Económicas.

Parte C: MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología).

Período 2014-2020.

C.1. Publicaciones.

-Prodanova, J., San-Martín, S. & Jiménez, N. (2020). Achieving customers' repurchase intention through stimuli and site attachment, *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, <https://doi.org/10.1080/10919392.2020.1739395>.

-Paula Rodríguez-Torrico, Jana Prodanova, Sonia San-Martín & Nadia Jimenez (2019) The ideal companion: the role of mobile phone attachment in travel purchase intention, *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2019.1637828.

-San-Martín, S.; Jiménez N. & Liébana-Cabanillas, F. (2020). Tourism value VS barriers to booking trips online, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53.

-San-Martín, S.; Jiménez N.; Camarero, C. & San José-Cabezudo, R. (2020). The Path between Personality, Self-Efficacy, and Shopping Regarding Games Apps, *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 15 (2), 59-75.

-San-Martín, S.; Jiménez N.; Camarero, C. & San José-Cabezudo, R. (2019). What kind of video gamer are you?, *Journal of Consumer Marketing*, 36 (1), 218-227.

-Rodríguez, P.; San-Martín, S. y San-José, R. (2019). What drives m-shoppers to continue using mobile devices to buy?, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 27:1, 83-102.

-San-Martín, S.; Jiménez N. & Puente, N. (2019). The path to mobile shopping compatibility, *Journal of High Technology Management Research*, 30 (1), 15-26.

-Jiménez, N., San Martín, S., Rodríguez, P. y Jerónimo, E. (2019): THE MOST WAITED ENGAGEMENT IN HIGHER EDUCATION: TEACHERS AND STUDENTS' COMMITTED WITH E-LEARNING, *Journal of Management and Business Education*, 2 (3), 231-249.

-Maria Francisca Blasco López, Nuria Recuero Virto & Sonia San-Martín (2019) The cornerstones of museum performance. A cross-national analysis, *Museum Management and Curatorship*, 34:2, 211-233.

-Maria Francisca Blasco Lopez & Nuria Recuero Virto & Sonia San-Martín, 2018. "Local Food Shopping: Factors Affecting Users' Behavioural E-Loyalty," *Administrative Sciences*, MDPI, Open Access Journal, vol. 8(3), 1-20, August.

-Prodanova, J., San-Martín, S. & Jiménez, N. (2018). Are you technologically prepared for mobile shopping?, *Service Industries Journal*, DOI: 10.1080/02642069.2018.1492561.

-San Martín, S. & Jiménez, N. (2017). Curbing electronic shopper perceived opportunism and encouraging trust. *Industrial Management & Data Systems*, 117 (10), 2210-2226.

-San Martín, S., Blasco, F. & Recuero, N. (2017). How can European museums reach sustainability?. *Tourism Review*. 72 (3), 303-318.

-Jiménez, N. & San Martín, S. (2017). Attitude toward m-advertising and m- repurchase. *European Research on Management and Business Economics (former IEDEE)*. 23(2), 96-102.

-Rodríguez, P., San José, R. & San Martín, S. (2017). Tell me what they are like and I will tell you where they buy. An analysis of omnichannel consumer behavior. *Computers in Human Behavior*. 68, 465-471.

-San Martín, S., González, O. & Martos, M. (2017). To what extent does need for touch affect online perceived quality?. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45 (9), 950-968.

- Roríguez, P.; San José, R. y San Martín, S. (2017). Tell me what they are like and I will tell you where they buy. An analysis of omnichannel consumer behavior. *Computers in Human Behavior*. 68, pp. 465 -471.
- Jiménez, N. & San Martín, S. (2017). El profesor ideal según egresados de bachillerato. *Ciencia y desarrollo*. 1-10.
- San Martín, S.; Jiménez, N. y Prodanova, J. (2016). EN EL COMERCIO MÓVIL EN ESPAÑA: ¿SE AJUSTA LA OFERTA A LA DEMANDA?». *REVISTA CEFGESTIÓN*. 219, 1 - 44. 11.
- Jiménez, N. y San Martín, S. (2016). Attitude toward m-advertising and m-repurchase. *European Research on Management and Business Economics* (former IEDEE).
- López, B.; San Martín, S. y Jiménez, N. (2016). El éxito del Comercio Móvil B2C: Factores de Adopción y Propuestas de Valor de las Empresas. *Cuadernos de Estudios Empresariales*. 26, pp. 61 - 78.
- San Martín, S.; Jiménez, N. y Jerónimo, E. (2016). La evaluación del alumnado universitario en el Espacio Europeo de Educación Superior. *Aula Abierta*. 44 - 1, 7 - 14.
- San Martín, S., Jiménez, N. & López, B. (2016). The firms benefits of mobile CRM from the relationship marketing approach and the TOE model. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*. 20(1), 18-29.
- Jiménez, N. & San Martín, S. (2016). The central role of the reputation of country-of-origin firms in developing markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 31(3), 349-364
- San Martín, S., Prodanova, J & López, B. (2016). What makes services customers say “buy it with a mobile phone”? *Journal of Services Marketing*, 30(6), 601-614.
- Jiménez, N., San Martín, S. & Azuela, J.I. (2016). Trust and satisfaction, keys to client's loyalty on mobile commerce. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. 29-4 (diciembre), 486-510.
- Prodanova, J., San Martín, S. & Jiménez, N. (2015). El presente y el futuro de la banca por móvil según los usuarios españoles de banca. *Universia Business Review*, 94-117.
- San Martín, S., Prodanova, J & Jiménez, N. (2015). The impact of age in the generation of satisfaction and WOM in mobile shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 23, 1-8.
- López, B.; San-Martín, S. & Jiménez, N. (2015). ¿Qué factores propician la venta por teléfono móvil en las empresas españolas?. *Información Comercial Española* (Tribuna de Economía). 884 (mayo-junio), 165 - 179.
- San Martín, S., López, B. & Ramón, M. A. (2015). Signalling as a means to generate loyalty in m-commerce. Does shopper experience moderate the process?. *Journal of Customer Behaviour*. 14(3), 235-256.
- Martos-Partal, M., González-Benito, O. & San Martín, S. (2015). Brands as substitutes for the need for touch in online shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 121-125.
- Rodríguez, P., San Martín, S. & San José, R. (2015). Determinants of clothing repurchase through mobile devices. *ESIC-MARKET*. 152, 57-100.
- San Martín, S & Prodanova, J. (2014). ¿Qué factores fomentan la compra por impulso en el comercio móvil?. *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 18(1), 32-42.
- Aguilar, V., San Martín, S. & Payo, R. (2014). La aplicación empresarial del marketing viral y el efecto boca-oreja electrónico. Opiniones de las empresas/Business application of viral marketing and Electronic Word-of-Mouth. Firm opinions. *Cuadernos de Gestión*, 14(1), 15
- San Martín, S., Santamaría, M., Ibáñez, J., Hoyuelos, F.J. & Jerónimo, E. (2014). Variables definitorias del perfil del profesor universitario ideal desde la perspectiva de los estudiantes pre-universitarios. *Educación XXI*. 17(2), 193-215.
- Santamaría, M., San Martín, S. & López, B. (2014). Perfiles de alumnos según el uso deseado de las TIC por el profesor universitario. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 45, 37-50.
- Jiménez, N. & San Martín, S. (2014). The mediation of trust in country-of-origin effects across countries. *Cross Cultural Management*, 21(2), 150-171.

C.2. Proyectos.

C.2.1.- Proyectos como director.

- Nombre del proyecto: “Facing youngsters’ mobile addiction through an innovative technological app”. Investigadora principal: Sonia San Martín Gutiérrez. Entidad/es financiadora/s: Comisión Europea (Erasmus +). KA201 - Strategic Partnerships for school educatio. Fecha de inicio: 09/2019
- Proyecto: ¿Cómo son los e-turistas en Castilla y León? Tipología y recomendaciones estratégicas para las empresas turísticas. Entidad de realización: Universidad de Burgos. Investigador/a principal: Sonia San Martín Gutiérrez. Entidad/es financiadora/s: Consejo Económico y Social de Castilla y León Fecha de inicio-fin: 06/2016 - 01/2017
- Denominación del proyecto: La compra de viajes y productos turísticos a través del teléfono móvil. Determinantes internos y externos al consumidor castellano-leonés
- Entidad financiadora: Fundación Villalar-Castilla y León
- Investigadora responsable: SONIA SAN MARTÍN Fecha de inicio-fin: 05/2015 - 05/2016

C.2.2.- Proyectos como participante.

-Nombre del proyecto: A Collective Research Impact Framework and multi-variate models to foster the true engagement of actors and stakeholders in Health Research and Innovation
Grado de contribución: Investigador/a Investigador principal: Paola Zaratini (Italian MS Foundation)
Entidad/es financiadora/s: Comisión Europea (H2020)
Fecha de inicio: 12/2017.

-Título: Tendencias en la distribución comercial minorista: sus implicaciones en el comportamiento de compra.

Programa de Financiación y referencia del proyecto: Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (ECO2017-82107-R). Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica. Duración, desde: 01/01/2018

hasta: 31/12/2020

Investigadores responsables: Óscar González Benito y Mercedes Martos-Partal.

-Proyecto: GESTIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS BAJO EL PRISMA DE LA INNOVACIÓN ABIERTA. CONTRIBUCIÓN DE CLIENTES, INSTITUCIONES, EMPRENDEDORES Y TECNOLOGÍAS, IP: Carmen Camarero. Junta de Castilla y León. Refer. VA112P17., ORDEN EDU/986/2017, de 8 de noviembre.

-Denominación del proyecto: "Análisis de las innovaciones clave en la distribución comercial minorista: sus determinantes y sus consecuencias en los hábitos de compra".

Investigador/es responsable/es: Óscar González Benito.

Entidad/es financiadora/s: Desarrollo e Innovación Tecnológica Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Economía y Competitividad (ECO2014-53060-R).

Fecha de inicio: 01/2015

Fecha fin: 12/2017

Cuantía: 45.000 euros

-Denominación del proyecto: "Marca de Distribuidor: Implicaciones Competitivas".

Investigador/es responsable/es: Óscar González Benito.

Entidad/es financiadora/s: Desarrollo e Innovación Tecnológica Resolución de 20 de diciembre de 2010 Dirección General de Investigación del Ministerio de Ciencia e Innovación. CONVOCATORIA: Plan Nacional de Investigación Científica de 21 de diciembre de 2010). de la Secretaría de Estado de Universidades e Investigación (BOE nº309

Fecha de inicio: 01/2012

Fecha fin: 12/2014

C.3. Contratos.

Denominación del proyecto: EL TURISMO COMO MOTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE BURGOS

Calidad en que ha participado: Investigador/a N.º investigadores/as: 6

Entidad/es financiadora/s: FUNDACIÓN CAJA DE BURGOS

Curso: 2013-2014

C.4. Patentes.

C.5. Actividad profesional.

Universidad de Burgos (desde 1997, PRAS TC, PTUN, CAUN-hasta la actualidad).

C.6. Pertenencia a redes temáticas internacionales.

Consorcios proyectos europeos, evaluación artículos y ponencias internacionales.

C.7. Becas y contratos de investigación obtenidos.

C.8. Experiencia en organización de actividades de I+D.

Organización de numerosas jornadas de investigación en el marco AEMARK, seminarios con directivos en el MBA.

En ...Burgos..., a 22...de mayo.... de 2020



Fdo.: SONIA SAN MARTÍN GUTIÉRREZ