

Comercialización e Investigación de Mercados

Director: Francisco J. Liébana Cabanillas

Secretario: Inmaculada García Maroto

Página web: <http://cimmarketing.ugr.es/>

Profesorado: CU: 5, PTU: 9, PTEU: 0, PCD: 5; PAD: 4; PC: 5; PAL: 4 y Otros: 5

Titulaciones en las que el departamento imparte docencia:

Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Grado en Finanzas y Contabilidad
Grado en Administración y Dirección de Empresas
Grado en Administración y Dirección de Empresas (Ceuta)
Grado en Economía
Grado en Turismo
Doble Grado Administración y Dirección de Empresas y Derecho
Doble Grado en Traducción e Interpretación y Turismo
Doble Grado en Administración de Empresas e Informática
Doble Grado en Administración de Empresas e Ingeniería
Grado en Comunicación Audiovisual
Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos

Másteres y doctorados en los que participa

Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor. Universidad de Granada.
Programa de Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales (Mención hacia la Excelencia). Universidad de Granada
Máster Universitario en Formación de Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas. Especialidad: "Economía, Empresa y Comercio".
Máster Universitario en Formación de Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas. Especialidad "Hostelería y Turismo".
Máster Dirección y Gestión Pública. Universidad de Granada.
Máster Gestión y TT. Procesos de Negocio. Universidad de Granada.
Máster en Asesoría Laboral, Fiscal y Jurídica. Universidad de Granada.
Máster en Periodismo Multimedia. Universidad de Granada.
Máster en Gestión Pública. Universidad de Granada
Máster Andaluz Interuniversitario en Gestión Deportiva. Universidad de Granada.
Máster Propio en Marketing Online y Estrategias Social Media. Universidad de Granada.
Máster Propio en Marketing y Estrategia en Social Media. Universidad de Sevilla.
Máster en Dirección y Planificación del Turismo. Universidad de Vigo.
Máster Universitario en Economía Social y Desarrollo Local. Universidad de Jaén.
Programa de Doctorado de Marketing e Investigación de Mercados. Universidad de Valencia.
Máster en Administración y Dirección de Empresas. Universidad Centroamericana (Managua, Nicaragua).
Máster de Marketing y Estrategias en Social Media. Universidad de Sevilla

Proyectos de Innovación Docente

Proyecto i-MKT. Como el uso de la innovación despierta la motivación
EL desarrollo de competencias personales y profesionales con la mentorización
LITMUST
Desarrollo de casos prácticos y material audiovisual para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias.

Profesores visitantes

- D. Ricardo Palomares Borja. Programa Formativo "Auditoría de Merchandising".
- Profesor Mahmoud Yassin (Arab University). Estancia Docente.
- Profesor Antonio González Morales (Universidad de Sevilla). Estancia Docente

Participación del profesorado del departamento en acciones formativas y de innovación docente

Luis Doña Toledo:

- Proyecto de innovación docente avanzado: Litmust: equal y el sexismo en la música

Inmaculada García Maroto y Ana Polo Peña:

- PID coordinado 18-463 titulado "El desarrollo de competencias personales y profesionales con la mentorización"

Francisca Fuentes Moreno.

- Programa de Apoyo a la Docencia Práctica curso 2019/2020: GEOMARKETING XPERT (Asignatura Distribución Comercial).

Inmaculada García Maroto:

- Programa de Apoyo a la Docencia Práctica 2019/2020: “Prácticas de Marketing de Productos Turísticos”
- Guillermo Maraver Tarifa:
- Programa de Apoyo a la Docencia Práctica curso 2019/2020: SPACEMAN (Asignatura Distribución Comercial).
- Francisco Muñoz Leiva:
- Programa de Apoyo a la Docencia Práctica 2019/2020: Programa Formativo Auditoría de Merchandising
- Carmen Sabiote Ortiz:
- Proyecto De Innovación Docente: Desarrollo de casos prácticos y material audiovisual para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias
- Ana Polo Peña:
- Programa de Apoyo a la Docencia Práctica curso 2019/2020: CRM DE MICROSOFT DYNAMICS OFFICE 365 (asignatura Marketing Hotelero y de Restauración).
- Esmeralda Crespo Almendros:
- Investigación basada en diseños experimentales para las ciencias sociales
 - Introducción al diseño y gestión de encuestas con Qualtrics
 - Cómo sacar el máximo provecho a tu I+D
- Juan Sánchez Fernández:
- Programa de Apoyo a la Docencia Práctica curso 2019/2020: DIGITAL MEDIA PRO (Asignatura Dirección Comercial).
- Miguel Angel Rodríguez Molina:
- Programa de Apoyo a la Docencia Práctica curso 2019/2020: SPSS AMOS (Asignatura Investigación de Mercados).
- Lucía Porcu:
- Proyecto de innovación docente avanzado: Litmust: equal y el sexismo en la música
- Elena Higuera Castillo:
- Proyecto Innovación Docente: Elaboración de contenidos para la enseñanza de asignaturas de marketing en inglés. PIE17-036 Universidad de Málaga
 - Proyecto Innovación Docente: YouTube como herramienta para el trabajo colaborativo y el pensamiento creativo en el método del caso. PIE19-120 Universidad de Málaga
- Francisco Liébana Cabanillas:
- Proyecto Innovación Docente: Elaboración de contenidos para la enseñanza de asignaturas de marketing en inglés. PIE17-036 Universidad de Málaga
 - Proyecto Innovación Docente: YouTube como herramienta para el trabajo colaborativo y el pensamiento creativo en el método del caso. PIE19-120 Universidad de Málaga

Material docente publicado por el profesorado del departamento

Muñoz Leiva, F. & Liébana Cabanillas, F.J.

- Marketing Financiero. Ed. Pirámide. ISBN: 978-84-368-4232-6

Luis Doña Toledo:

- Brandísimo: creación y desarrollo de marca personal. Editorial Universidad de Granada. 978-84-338-6346-1

Isabel Arias Horcajadas:

- Prácticas y guía docente: Introducción al Marketing GADE. Ed. Copycentro. ISBN 978-84-16535-74-3

Francisco Liébana Cabanillas.

- Armstrong, G.; Kotler, P.; Liébana-Cabanillas, F., Martínez-Fiestas, M., & Rejón-Guardia, F. Introducción al Marketing. Madrid: Pearson Education. ISBN:978-1-79376-495-2
- Armstrong, G.; Kotler, P.; Liébana-Cabanillas, F., & Martínez-Fiestas, M. Introducción al Marketing: ADE + Derecho. Madrid: Pearson Education. ISBN:978-1-78236-421-4
- Armstrong, G.; Kotler, P.; Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J. & Valverde-García, J. Introducción al Marketing. Madrid: Pearson Education. ISBN:978-1-78434-737-6

Inmaculada García Maroto:

- Marketing de Productos Turísticos Ed. Godel S.L. ISBN: 978-84-16929-10-8.

Fuentes Moreno, F. el (2017):

- Guía para la elaboración del portafolio de competencias del estudiante. Godel S.L. ISBN: 978-84-16929-30-6

Guillermo Maraver Tarifa:

- Distribución Comercial, Editorial UOC. Coordinador: Guillermo Maraver Tarifa, ISBN: 9788490296820.
- Distribución Comercial, Editorial Delta Editores: Francisco Martínez-López y Guillermo Maraver Tarifa, ISBN: 978-84-92453-43-6

Ana Polo Peña:

- Guía de medidas de metodología docente para tutores y profesores de estudiantes universitarios diagnosticados de trastorno de déficit de atención e hiperactividad (TDAH). AMPACHICO, Granada. ISBN: 978-84-16929-11-5. Ed. Goldel, S.L.
- Martínez Medina, C. R. & Polo Peña, A. I. (2017). La influencia del uso de las redes sociales en la capacidad de liderazgo de los blogueros de moda y en el comportamiento de los lectores de blogs de moda, pp. 366-383. Publicación: Libro

Conmemorativo del X Aniversario del Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor. Selección de Trabajos Fin de Máster. Godel Editorial. ISBN: 978-84-169-92999-3.

- Peco Torres, F. & Polo Peña, A. I. (2017). Validación de una escala de medición de la personalidad de marca de los recursos turísticos culturales, pp. 274-296. Libro Conmemorativo del X Aniversario del Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor. Selección de Trabajos Fin de Máster. Godel Editorial. ISBN: 978-84-169-92999-3.
- Pineda Alguacil, M. C. & Polo Peña, A. I. (2016). Guía de medidas de metodología docente para tutores y profesores de estudiantes universitarios diagnosticados de trastorno de déficit de atención e hiperactividad (TDAH). Editor: Godel Editorial. ISBN:978-84-16929-11-5.

Salvador del Barrio García:

- Venta Personal. Editorial UOC. 2012. ISBN: 9788490290101

Juan Miguel Rey Pino:

- Juan Miguel Rey, Liliana Andrea Ávila-García, Jaime Arcila-Sierra, Marian Lorena Ibarra Ávila. Civil society monitoring of tobacco industry point of sale marketing in Colombia (2017), in *Social Marketing: Rebels with a Cause* (Editors: Christine Domegan, Gerard Hastings). Routledge. ISBN: 9781138123830

Trabajos coautoría internacional

- Del Barrio-García, S., Kamakura, W.A., & Luque-Martínez, T. (2019). A longitudinal cross-product analysis of media-budget allocations: How economic and technological disruptions affected media choices across industries. *Journal of Interactive Marketing*, 45(February), 1-15.
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205
- Yasin, M., Liébana-Cabanillas, F., Porcu, L., & Kayef, R. N. (2020). The role of customer online brand experience in customers' intention to forward online company-generated content: The case of the Islamic online banking sector in Palestine. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101902.
- Kalinić, Z., Marinković, V., Djordjevic, A., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? A UTAUT2-based analytical approach. *Journal of Enterprise Information Management*.
- Kalinić, Z., Liébana-Cabanillas, F. J., Muñoz-Leiva, F., & Marinković, V. (2019). The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems. *International Journal of Bank Marketing*.
- Kalinic, Z., Marinkovic, V., Molinillo, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 143-153.
- Shaikh, A., Karjaluoto, H., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). What drives customer satisfaction and well-being in ridesharing?: A developing country perspective. In *Proceedings of the International Conference on Electronic Business*. International Consortium for Electronic Business.
- Yasin, M., Porcu, L., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). The Effect of Brand Experience on Customers' Engagement Behavior within the Context of Online Brand Communities: The Impact on Intention to Forward Online Company-Generated Content. *Sustainability*, 11(17), 4649.
- Yasin, M., Porcu, L., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). Determinants of Intention to Forward Online Company-generated Content via Facebook. *International Review of Management and Marketing*, 9(3), 148.
- Alonso-Dos-Santos, M., & Llanos-Contreras, O. (2019). Family business performance in a post-disaster scenario: The influence of socioemotional wealth importance and entrepreneurial orientation. *Journal of Business Research*, 101, 492-498. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.057>
- Alonso Dos Santos, M., Calabuig, F. & Alguacil, M. (2019). Brand image transfer from team to sponsor: How effective is it to sponsor a football team with little success?. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19 (5/6) <https://doi.org/10.1504/IJSM.2019.104158>
- Alonso Dos Santos, M., Quilodrán Ulloa, R., Salgado Quintana, A. & Farias Nazel, P. (2019). Nutrition labeling schemes and the time and effort of consumer processing. *Sustainability* 11(4), 1079. 10.3390/su11041079
- Córdova Paredes, M. J., Calabuig Moreno, F. & Alonso Dos Santos, M. (2019). Key determinants on non-governmental organization's financial sustainability: A case study that examines 2018 FIFA Foundation Social Festival selected participants. *Sustainability* 11(5), 1411-1431. 10.3390/su11051411
- Alonso Dos Santos, M., Llanos Contreras, O., & Farias Nazel, P. (2019). Family firms' identity communication and consumers' product involvement impact on consumer response. *Psychology & Marketing*, 36(8), 791-798. <https://doi.org/10.1002/mar.21212>
- Alonso Dos Santos, M., Velasco, F. & Pérez Campos, C. (2019). The influence of patriotism and fans' fulfilment of sponsorship activation in the sponsor's image transfer process. *Sport in Society*, 23(2), 280-295. <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1619700>
- Soria, K., Alonso-Dos-Santos, M., & Espinoza Benavides, J. (2019). Asymmetrical influence of personality on entrepreneurship. *European Journal of International Management*. Accepted. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2020.10025080>
- Alonso Dos Santos, M., & Calabuig Moreno, F. (2020). Management, marketing and economy in sports organizations. *Sport in Society*, 23(2), 175-179. <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1705524>
- Llanos-Contreras, O.; Alonso-Dos-Santos, M. & Ribeiro-Soriano, D. (2019). Entrepreneurship and risk-taking in a post-disaster scenario. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2020), 221-237. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00590-9>

- Alonso-Dos-Santos, M.; Calabuig Moreno, F. & Crespo Hervás, P. (2019). Influence of perceived and effective congruence on recall and purchase intention in sponsored printed sports advertising: An eye-tracking application. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(4), 617-633. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-10-2018-0099>
- Parra Camacho, D., Alonso Dos Santos, M., & Duclos Bastías, D. (2019). The relationship between factors that contribute to support and future intentions in relation to a major sporting event. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 32(4), 442-454. <https://doi.org/10.1108/ARLA-02-2019-0042>
- Alonso Dos Santos, M., Llanos Contreras, O., & Jara Bertín, M. (2019). Challenges and trends in management for Ibero-America. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 32(4), 437-441. <https://doi.org/10.1108/ARLA-11-2019-362>
- Alonso Dos Santos, M., Alguacil Jiménez, M., & Carvajal Trujillo, E. (2019). Facebook Commerce usage intention: A symmetric and asymmetric approach. *Information Technology and Management*. <https://doi.org/10.1007/s10799-019-00311-2>
- Higuera-Castillo, E., Kalinic, Z., Marinkovic, V., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). A mixed analysis of perceptions of electric and hybrid vehicles. *Energy Policy*, 136, 111076.
- García-Maroto, I., Muñoz-Leiva, F., Higuera-Castillo, E., & Liébana-Cabanillas, F. (2020). The main determinants of adopting domestic biomass heating systems. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*.
- Higuera-Castillo, E., Molinillo, S., Coca-Stefaniak, J. A., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). Perceived value and customer adoption of electric and hybrid vehicles. *Sustainability*, 11 (18), 4956
- Higuera-Castillo, E., Liébana-Cabanillas, F., & Muñoz-Leiva, F. (2019). An examination of attributes and barriers to adopt biomass and solar technology. A cross-cultural approach. *Journal of Environmental Management*, 236, 639-648.
- Pozón-López, I., Kalinic, Z., Higuera-Castillo, E. & Liébana-Cabanillas, F. (2019). A multi-analytical approach to modeling of customer satisfaction and intention to use in Massive Open Online Courses (MOOC). *Interactive Learning Environments*, 1-19
- Luque-Martínez, T., Faraoni, N., & Doña-Toledo, L. (2019). Auditing the Marketing and Social Media Communication of Natural Protected Areas. How Marketing Can Contribute to the Sustainability of Tourism. *Sustainability*, 11(15), 4014
- Luque Martínez, T., Doña Toledo, L., & Faraoni, N. (2019). Auditing marketing and the use of social media at ski resorts. *Sustainability*, 11(10), 2868.