

Comercialización e Investigación de Mercados

Áreas de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados

Director: Francisco Liébana Cabanillas

Secretario: Inmaculada García Maroto

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

Profesorado: CU: 6, PTU: 14, PCD: 5, PC: 3, PSI: 2; PAD: 5; PAL: 3; Otros: 7

Tesis leídas

- Doaa Herzallah (2022). Analysis and modeling of purchase behavior on Social Networks. Francisco Liébana Cabanillas
- Alvaro Rojas Lamorena (2022). Análisis de la formación del capital de marca de las series de televisión. Un análisis cross-cultural. Salvado del Barrio García.
- María Lina Fernández Ruano (2023). La interpretación ambiental gamificada como estrategia para mejorar el capital de marca de un destino turístico y el comportamiento proambiental de los turistas. El papel moderador de la distancia psicológica. Ana Isabel Polo Peña y Dolores María Frías Jamilena

Grupos de Investigación.

SEJ241 ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING (ADEMAR)

- Responsable: TEODORO LUQUE MARTINEZ

SEJ625 Marketing y Cambio Social

- Responsable: FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS

SEJ644 Tourism & Advanced Research in Marketing

- Responsable: MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ MOLINA

Dirección y participación en Proyectos I+D

- 2023 Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos implicados en el procesamiento de mensajes que fomentan hábitos responsables con el medioambiente, Proyectos de I+D+I, del Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 02/01/2023-07/05/2025
Investigador/a JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA
Investigador/a JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
Investigador/a LUIS-ALBERTO CASADO-ARANDA

Publicaciones en revistas

- 2023 Artículo: Exploring how student motivation relates to acceptance and participation in MOOCs, Interactive Learning Environments, 31, 1, 480-496
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
- 2023 Artículo: Intention to use e-commerce vs physical shopping. Difference between consumers in the post-COVID era, Journal of Business Research, 157, 113622, -
ELENA HIGUERAS CASTILLO
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS
- 2023 Artículo: Building heritage brand equity through social media sales promotion: The role of Power Distance, International Journal of Tourism Research, , , 1-13
ESMERALDA CRESPO ALMENDROS
JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR
LUCIA PORCU
- 2023 Artículo: Perceived customer care and privacy protection behavior: The mediating role of trust in self-disclosure, Journal of Retailing and Consumer Services, 72, 103284, 1-10
ESMERALDA CRESPO ALMENDROS
LUCIA PORCU
- 2023 Artículo: Value generation and economic impact of the University of Granada, Studies in Higher Education, 48, 3, 369-382
LUIS DOÑA TOLEDO
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
TEODORO LUQUE MARTINEZ
- 2023 Artículo: What determines the loyalty of university graduates? Analysis of sociodemographic factors and university experience, Journal of Marketing for Higher Education, , , -
LUIS DOÑA TOLEDO
TEODORO LUQUE MARTINEZ
- 2023 Artículo: Electric vehicle adoption intention in the Himalayan region using UTAUT2¿NAM model, Case Studies on Transport Policy, , , -
ELENA HIGUERAS CASTILLO
- 2023 Artículo: Sustainable road transportation adoption research: A meta and weight analysis, and

- moderation analysis, Journal of Cleaner Production, , , -
ELENA HIGUERAS CASTILLO
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS
- 2023 Artículo: Effect of social-media message congruence and generational cohort on visual attention and information-processing in culinary tourism: An eye-tracking study, Journal of Hospitality and Tourism Management, 55, June, 77-90
FRANCISCO MUÑOZ LEIVA
LUCIA PORCU
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
- 2023 Artículo: Does ecotourist typology moderate the antecedent relationships of ecotourist value co-creation on ecotourism digital platforms?, Spanish Journal of Marketing-ESIC, , , 1-15
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
- 2023 Artículo: Satisfaction or delight? A cross-cultural study of loyalty formation in two types of restaurants, Journal of Hospitality and Tourism Insights, , , 1-15
JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR
MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
- 2023 Artículo: Individual cultural values as determinants of the attitudinal process in the restaurant: a different perspective for understanding brand equity formation, Tourism & Management Studies, 19, 1, 49-57
JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR
MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
- 2023 Artículo: The role of health and safety protocols and brand awareness for the recovery of hotel activity following a health crisis, Journal of Hospitality and Tourism Insights, , , -
ANA ISABEL POLO PEÑA
- 2023 Artículo: The impact of activity type and use of health and safety protocols for destination recovery following a health crisis, Anatolia, , , -
ANA ISABEL POLO PEÑA
- 2023 Artículo: The application of neuromarketing tools in communication research: A comprehensive review of trends, Psychology & Marketing, , , -
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
LUIS-ALBERTO CASADO-ARANDA
- 2023 Artículo: Antecedents and consequences of strategic online-reputation management: moderating effect of online tools, Journal Of Hospitality And Tourism Technology, 14, 3, 384-400
ANA ISABEL POLO PEÑA
DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA
- 2022 Artículo: The impact of flow, satisfaction and reputation on loyalty to MOOCs: the moderating role of extrinsic motivation, Technology, Pedagogy and Education, 31, 4, 399-415
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
- 2022 Artículo: INFLUENCIA DE LA APELACIÓN DEL MENSAJE EN LA ATENCIÓN. UN ESTUDIO DE EYE-TRACKING, Vivat Academia, , , -
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS
FRANCISCO MUÑOZ LEIVA
- 2022 Artículo: The use of gamification in environmental interpretation and its effect on customer-based destination brand equity: The moderating role of psychological distance, Journal of Destination Marketing & Management, 23, , 100677-
ANA ISABEL POLO PEÑA
DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA
- 2022 Artículo: Forecasting a post-COVID-19 economic crisis using fuzzy cognitive maps: a Spanish tourism-sector perspective, Current Issues in Tourism, 25, 13, 2048-2062
JOSE ALBERTO CASTAÑEDA GARCIA
MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ MOLINA
- 2022 Artículo: La Formación del Capital de Marca de un Destino Turístico a partir de la Experiencia Turística Generada en Medios Sociales, Investigaciones Turísticas, , , -
ANA ISABEL POLO PEÑA
- 2022 Artículo: It is all about our impulsiveness - How consumer impulsiveness modulates neural evaluation of hedonic and utilitarian banners, Journal of Retailing and Consumer Services, 67, , 102997-
JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
LUIS-ALBERTO CASADO-ARANDA

- 2022 Artículo: Gamified environmental interpretation as a strategy for improving tourist behavior in support of sustainable tourism: The moderating role of psychological distance, *Tourism Management*, 91, , 104519-
ANA ISABEL POLO PEÑA
DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA
- 2022 Artículo: Evaluating the neural mechanisms of exposure and retrieval of hedonic and utilitarian banners: A fMRI study, *Computers in Human Behavior*, , , -
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
LUIS-ALBERTO CASADO-ARANDA
- 2022 Artículo: Neural Responses to Hedonic and Utilitarian Banner Ads: An fMRI Study, *Journal of Interactive Marketing*, , , -
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
LUIS-ALBERTO CASADO-ARANDA
MARIA ISABEL VIEDMA DEL JESUS
- 2022 Artículo: Neural activity in self-related brain regions in response to tailored nutritional messages predicts dietary change, *Appetite*, , , -
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
LUIS-ALBERTO CASADO-ARANDA
- 2022 Artículo: Sharing but caring: Location based mobile applications (LBMA) and privacy protection motivation, *Journal of Business Research*, 140, , 546-555
LUCIA PORCU
- 2022 Artículo: Customer perceived integrated marketing communications: A segmentation of the soda market, *Journal of Marketing Communications*, 28, 4, 448-464
LUCIA PORCU
- 2022 Artículo: Influence of the perceived benefit of a social network-based sales promotion on the perceived quality of a heritage complex, *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, , , 1-15
ESMERALDA CRESPO ALMENDROS
JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR
LUCIA PORCU
- 2022 Artículo: A review of three decades of academic research on brand equity: A bibliometric approach using co-word analysis and bibliographic coupling, *Journal of Business Research*, 139, February, 1067-1083
ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA
JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
- 2022 Artículo: University graduates¿ segmentation: determinant factors, *Journal of Marketing for Higher Education*, , , -
LUIS DOÑA TOLEDO
TEODORO LUQUE MARTINEZ
- 2022 Artículo: Do biometric payment systems work during the COVID-19 pandemic? Insights from the Spanish users' viewpoint, *Financial Innovation*, 8, 22, -
ELENA HIGUERAS CASTILLO
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS
FRANCISCO MUÑOZ LEIVA
- 2022 Artículo: Neural Bases of Sector Bias in Perceptions of Public Versus Private-Sector Service Performance, *Political Behavior*, , , 1-27
JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
LUIS-ALBERTO CASADO-ARANDA
- 2022 Artículo: EFFECTS OF EMPOWERING LEADERSHIP UNDER BOUNDARY CONDITIONS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY, *International Journal of Hospitality Management*, 105, , 103269-
ANA CASTILLO LÓPEZ
- 2022 Artículo: El profesorado y el uso de las TIC para la accesibilidad universal: ¿Hacia dónde vamos?, *Profesorado: Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 26, 3, 461-481
LUIS DOÑA TOLEDO
- 2022 Artículo: How Online Sales Promotions via Social Networks Affect the Brand Equity of a Heritage Destination, *Heritage*, 5, 3, 2547-2564
ESMERALDA CRESPO ALMENDROS
LUCIA PORCU
- 2022 Artículo: Building customer engagement in mobile commerce through need fulfillment: an approach of self-determination theory, *Journal of Strategic Marketing*, , , -
ELENA HIGUERAS CASTILLO
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS

- 2022 Artículo: Modelling sustainable mobility adoption from the urban population view (SMAUP model): The moderating effect of household size, Research in Transportation Business and Management, , , ELENA HIGUERAS CASTILLO FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS FRANCISCO MUÑOZ LEIVA INMACULADA GARCIA MAROTO
- 2022 Artículo: Unraveling the mechanism to develop health consciousness from organic food: a cross-comparison of Brazilian and Spanish millennials, British Food Journal, , , - ELENA HIGUERAS CASTILLO
- 2022 Artículo: The risks and benefits of Internet of Things (IoT) and their influence on smartwatch use, Spanish Journal of Marketing-ESIC, , , - ELENA HIGUERAS CASTILLO FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS
- 2022 Artículo: Introduction to the special issue "Omni-Channel communication: Delivering unified communications across all branded touch-points", Journal of Marketing Communications, 28, 5, 1-3 LUCIA PORCU SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
- 2022 Artículo: Consistency of experts' product reviews: An application to wine guides, Wine Economics and Policy, 11, 2, 51-60 SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA

Libros (con ISBN)

- 2023 MEMORIA DEL TRABAJO DESARROLLADO DENTRO DEL CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA Y ROSSELLI Y RUIZ, S.L. PARA EL DESARROLLO, TUTORIZACIÓN Y VALIDACIÓN DEL ¿PROGRAMA FORMATIVO DE DESARROLLO DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LA EDU: GESIS Leibniz Institute for the Social Sciences, Campus de Ceuta. UGR, 2023, JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR

Capítulos de libros (con ISBN)

- 2023 Titulo Capítulo: How does brand equity work? A review of theory and a research agenda, Titulo Libro: A Research Agenda for Brand Management in a New Era of Consumerism: Edward Elgar Publishing, Inc., Massachusetts, USA, 2023, 978 1 80392 550 9 ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
- 2023 Titulo Capítulo: ¿You Can't Ask That?: Asking and Understanding to Achieve more Inclusive Societies, Titulo Libro: Social Marketing and Sustainable Development Goals (SDGs): Springer Business Cases, , 2023, 978-3-031-27376-6 DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA ANA ISABEL POLO PEÑA
- 2022 Titulo Capítulo: Elementos hedónicos y utilitarios presentes en webs de compra online: una aproximación desde la neurociencia del consumidor, Titulo Libro: Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era digital: McGraw Hill, Madrid, 2022, 978-84-486-2434-7 JUAN SANCHEZ FERNANDEZ
- 2022 Titulo Capítulo: El brand equity: una visión holística del término, uso y medición, con especial aproximación al sector de la restauración., Titulo Libro: Investigación y transferencia de las ciencias sociales frente a un mundo en crisis: Dykinson, Madrid, 2022, 978-84-1377-924-9 SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ
- 2022 Titulo Capítulo: Una aproximación al consumo del CBD en España. Análisis del mercado, perfil del consumidor y opciones estratégicas de implantación., Titulo Libro: Investigación y transferencia de las ciencias sociales frente a un mundo en crisis: Dykinson, Madrid, 2022, 978-84-1377-924-9 FRANCISCO MUÑOZ LEIVA MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ
- 2022 Titulo Capítulo: El efecto del tipo de serie televisiva y de la cultura en la experiencia de marca, Titulo Libro: Desafíos audiovisuales de la tecnología y los contenidos en la cultura digital: McGrawHill, , 2022, 978-84-486-3681-4 ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA

Contribuciones en congresos

- 2023 Ponencia en Congreso: ¿Cómo afecta la experiencia de marca y el Word of Mouth al capital de marca de las series de televisión?, XXXII Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Cientifica, 01/02/2023, Universidade de Aveiro, Portugal, Congreso
ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR
- 2023 Ponencia en Congreso: Planes de Empresa: Método del caso real para determinar factores explicativos de la satisfacción del estudiante, XXXII Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Cientifica, 01/02/2023, Universidade de Aveiro, Portugal, Congreso
JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR
ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA
MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ
- 2023 Ponencia en Congreso: Los Juegos del Marketing: Metodología, estructura y ejemplos, XXXII Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Cientifica, 01/02/2023, Universidade de Aveiro, Portugal, Congreso
JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR
MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ
ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA
- 2022 Comunicación en congreso: Changing Consumer Behaviour Towards Sustainability (Generation Z), INTERNATIONAL CONFERENCE ON CORPORATE AND MARKETING COMMUNICATIONS, 18/04/2022, Nicosia (Chipre), Congreso
LUCIA PORCU
- 2022 Comunicación en congreso: Looking into the Role of Message Congruency in how the Information in DMO - and Tourist - Generated Contents is Processed, INTERNATIONAL CONFERENCE ON CORPORATE AND MARKETING COMMUNICATIONS, 18/04/2022, Nicosia (Chipre), Congreso
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
FRANCISCO MUÑOZ LEIVA
LUCIA PORCU
- 2022 Ponencia en Congreso: Estrategia de especialización: análisis de la coherencia entre especialización en TIC y Economía Digital y producción científica en España, XXXI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, 02/02/2022, Toledo (Spain), Congreso
LUIS DOÑA TOLEDO
TEODORO LUQUE MARTINEZ
- 2022 Ponencia en Congreso: Un análisis comparativo de los mensajes congruentes con/sin emojis entre dmo y ewom en la difusión de un destino turístico en redes sociales, I WORKSHOP - RESEARCH FCCCE, 20/01/2022, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES, Congreso
SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA
FRANCISCO MUÑOZ LEIVA
- 2022 Poster en Congreso: Una selección de casos en Dirección de Tecnología de la Información: Actualización para el periodo 2018-2021, XIII Workshop in Operations Management and Technology, 31/03/2022, Santander, España, Congreso
ANA CASTILLO LÓPEZ
- 2022 Comunicación en congreso: Análisis de los esports en la academia, XXI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, 02/02/2022, Toledo, Congreso
FRANCISCO MUÑOZ LEIVA
- 2022 Comunicación en congreso: Determinants of intention to use autonomous buses: a qualitative study, AIRSI- 2022 Technologies 4.0 in Tourism, Services & Marketing, 11/07/2022, Virtual, Congreso
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS
- 2022 Comunicación en congreso: TikTok y la influencia del contenido humorístico en la elección del destino turístico, XXXI Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica, 02/02/2022, Toledo, Congreso
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS
- 2022 Ponencia en Congreso: Intention to use e-commerce vs physical shopping. Difference between Spanish and Portuguese consumer in post-COVID era, 16th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge Conference, 28/06/2022, Sevilla, Congreso
FRANCISCO J. LIEBANA CABANILLAS
ELENA HIGUERAS CASTILLO
- 2022 Ponencia en Jornada: III Jornadas Virtuales de Puertas Abiertas de la Universidad de Granada / VII Salón Estudiantil de la Universidad de Granada, III Jornadas Virtuales de Puertas Abiertas de la Universidad de Granada / VII Salón Estudiantil, 05/04/2022, Granada, Jornada
FRANCISCA FUENTES MORENO
- 2022 Comunicación en congreso: Reputación universitaria: Análisis bibliométrico, XXXIII Congreso

Internacional de Marketing AEMARK 2022, 07/09/2022, VALENCIA, Congreso

TEODORO LUQUE MARTINEZ

- 2022 Ponencia en Congreso: Posicionamiento de las universidades españolas en el Academic Ranking of World Universities: análisis de la sensibilidad para las universidades españolas, XXXVI Congreso Anual Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa, 01/06/2022, Pozuelo de Alarcón, Madrid, Congreso

TEODORO LUQUE MARTINEZ

- 2022 Comunicación en congreso: ¿Cuál es el valor en la educación superior? Análisis bibliométrico y estudio de producción científica en Web of Science., XXXIII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2022, 07/09/2022, VALENCIA, Congreso

LUIS DOÑA TOLEDO

FRANCISCO MUÑOZ LEIVA

TEODORO LUQUE MARTINEZ

- 2022 Ponencia en Congreso: Analysing the processing of congruence generated between DMO and e-WOM using emojis. A neuroscientific approach, 20th International Conference on Research in Advertising, 23/06/2022, Prague (Czech Republic), Congreso

SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA

FRANCISCO MUÑOZ LEIVA

LUCIA PORCU

- 2022 Ponencia en Congreso: El efecto del entretenimiento, la reputación y la experiencia en el Brand Equity de las series de televisión, XXXIII International Marketing Congress, 07/09/2022, Valencia, Congreso

SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA

ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA

JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR

- 2022 Ponencia en Congreso: El efecto de los valores culturales individuales sobre la lealtad de turistas gastronómicos y foodies hacia el restaurante, XXXIII International Marketing Congress, 07/09/2022, Valencia, Congreso

MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ

JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR

SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA

- 2022 Ponencia en Congreso: Consecuentes de la co-creación de valor en plataformas virtuales de ecoturismo y turismo sostenible, XXXIII International Marketing Congress, 07/09/2022, Valencia, Congreso

SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA

- 2022 Ponencia en Congreso: El efecto de la reputación corporativa y el WOM como antecedentes del Brand Equity de las series de televisión, TMS ALGARVE 2022: Sustainability Challenges in Tourism, Hospitality and Management, 16/11/2022, Faro, Portugal, Congreso

ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA

SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA

JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR

- 2022 Ponencia en Congreso: Antecedentes de la Co-Creación de Valor en comunidades virtuales de ecoturismo: Gamificación, Participación, TMS ALGARVE 2022: Sustainability Challenges in Tourism, Hospitality and Management, 16/11/2022, Faro, Portugal, Congreso

SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA

- 2022 Comunicación en congreso: Los valores culturales individuales como determinantes del proceso actitudinal en el restaurante. Una perspectiva diferente para la comprensión de la formación del brand equity, TMS ALGARVE 2022: Sustainability Challenges in Tourism, Hospitality and Management, 16/11/2022, Faro, Portugal, Congreso

SALVADOR DEL BARRIO GARCÍA

JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR

MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ

- 2022 Comunicación en congreso: El rol de la comunicación de la RSC en la construcción del Customer Brand Engagement, XXXIII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2022, 07/09/2022, VALENCIA, Congreso

ESMERALDA CRESPO ALMENDROS

ELENA HIGUERAS CASTILLO

LUCIA PORCU

- 2022 Ponencia en Congreso: El fetiche lingüístico en la publicidad multilingüe: un mensaje en audio traducido a siete lenguas extranjeras, 33rd International Marketing Conference AEMARK, 07/09/2022, Valencia, España, Congreso

JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR

MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ

ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA

- 2022 Ponencia en Congreso: Cuando la diversión no está reñida con la formación. Aibo, los Juegos del Hambre y Juego de Tronos en el aula como experiencias docentes, XXXI Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica, 02/02/2022, TOLEDO (SPAIN), Congreso

JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR

MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ

ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA

- 2022 Ponencia en Congreso: El efecto del tipo de serie televisiva y de la cultura en la experiencia de marca, IX Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales, 27/06/2022, Virtual, Congreso

ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA

- 2022 Poster en Congreso: PROYECTO I_MKT. CÓMO LA INNOVACIÓN DESPIERTA LA MOTIVACIÓN (5ª EDICIÓN), Foro de innovación docente 2022, 01/12/2022, Universidad de Granada, Congreso

ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA

JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR

MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ

- 2022 Ponencia en Congreso: EL MODELO DE ACEPTACIÓN TECNOLÓGICA APLICADO A LA NUEVA TENDENCIA DE COMPRA POR TELEVISIÓN: SHOPPABLE TV, II Congreso Internacional de la Asociación Iberoamericana de Marketing, 30/05/2022, Virtual, Congreso

ELENA HIGUERAS CASTILLO

ÁLVARO J. ROJAS-LAMORENA

JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR

MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ