

ANEXOS

Anexo 1.

Proyectos de Innovación docente con participación de profesores del máster

TITULO	PROGRAMA	FECHA	PARTICIPANTES
Simulador de operaciones internacionales (INTOPIA)	PIIDUZ	2015-16	Isabel Acero Fraile Manuel Antonio Espitia Escuer Jorge Rosell Martinez
Análisis del POU en la Facultad de Economía y Empresa de Zaragoza	PIPOUZ	2015-16	Isabel Acero Fraile Blanca Isabel Hernández Ortega
Estrategia para la mejora de las competencias de comunicación escrita y oral en el ámbito académico: materiales de apoyo para el grado de administración y dirección de empresas en inglés.	PIET	2015-16	Nuria Alcalde Fradejas
Desarrollo colaborativo de un "Pool de problemas ABP tecnológicos/empresariales" para el aprendizaje a través del método del caso de carácter multidisciplinar	PIIDUZ	2015-16	Estrella Bernal Cuenca
Aprenred: visión multidisciplinar de la adquisición y evaluación de las Competencias Transversales	PIIDUZ	2015-16	María Victoria Bordonaba Juste María José Martin de Hoyos
Colaborativo en asignaturas masificadas: un estudio empírico.	PIIDUZ	2015-16	Rafael Bravo Gil José Miguel Pina Pérez
Las tic en la docencia universitaria: formación, investigación y debate	PIIDUZ	2015-16	Rafael Bravo Gil José Miguel Pina Pérez
Promoviendo interacciones en el aula a través de la tecnología. Un estudio de su impacto en el proceso de aprendizaje del estudiante	PIIDUZ	2015-16	María Isabel Buil Carrasco Francisco Javier Sese Olivan
Razones de las bajas tasas de respuesta a las encuestas de satisfacción: estudio en profundidad en los Grados de la Facultad de Empresa y Gestión Pública.	PIET	2015-16	Luis Vicente Casalo Ariño
La personalidad como factor clave en el desarrollo de las estrategias de aprendizaje del alumno	PIIDUZ	2015-16	Carmen Fandos Herrera Julio Antonio Jiménez Martínez José Miguel Pina Pérez
La opinión del alumnado sobre la asignatura Organización y Gestión Interna de la Empresa en el grado de FICO y MIM	PIIDUZ	2015-16	Marta Fernández Olmos Concepción Garcés Ayerbe

El uso de wikis en docencia para conseguir una mayor motivación y aprendizaje activo del alumno	PIIDUZ	2015-16	Elena Fraj Andrés Laura Lucia Palacios Marta Pedraja Iglesias
Elaboración de rúbrica para evaluación de trabajos en la asignatura dirección estratégica	PIIDUZ	2015-16	Lucio Fuentelsaz Lamata
La competencia proactiva para el desarrollo académico-profesional: una práctica interdisciplinar en red para mejorar el nivel de empleabilidad	PIIDUZ	2015-16	María Nieves García Casarejos
Promoviendo interacciones en el aula a través de la tecnología. Un estudio de su impacto en el proceso de aprendizaje del estudiante	PIIDUZ	2015-16	Blanca Isabel Hernández Ortega
Estrategia para la mejora de las competencias de comunicación escrita y oral en el ámbito académico: materiales de apoyo para el grado de administración y dirección de empresas en inglés.	PIET	2015-16	Julio Antonio Jiménez Martínez Raquel Ortega Lapiedra Gema Pastor Agustín
El ciclo de vida y la inserción laboral del Grado en Administración y Dirección de Empresas en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas	PIET	2015-16	Juan Pablo Maicas López
Las tic en la docencia universitaria: formación, investigación y debate	PIIDUZ	2015-16	María del Carmen Marcuello Servos
Metodología para la coordinación de Trabajos Tutelados de las asignaturas de Organización de Empresas en las Titulaciones de Ingeniería de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Zaragoza	PIIDUZ	2015-16	Ángel Martínez Sánchez Manuela Pérez Pérez Ana Isabel Gil Lacruz
Del one-minute paper físico al virtual	PIIDUZ	2015-16	María Teresa Montaner Gutiérrez
Aprendizaje basado en proyectos interdisciplinares en colaboración con el departamento de innovación de una empresa, dentro del marco de asignaturas de diferentes Grados de Ingeniería	PIIDUZ	2015-16	María Teresa Montaner Gutiérrez
Experiencias Profesionales de los Egresados de la Titulación	PIET	2015-16	María Teresa Montaner Gutiérrez
La rúbrica colaborativa en el contexto multidisciplinar de	PIIDUZ	2015-16	Raquel Ortega Lapiedra

evaluación de desempeño			
Desarrollo colaborativo de un “Pool de problemas ABP tecnológicos/empresariales” para el aprendizaje a través del método del caso de carácter multidisciplinar	PIIDUZ	2015-16	Raquel Ortega Lapiedra
Propuestas de investigación y consultoría en la gestión de la innovación empresarial	PIIDUZ	2015-16	Sergio Palomas Doña Pedro Sánchez Sellero
Prevención de la procrastinación en alumnado universitario de nuevo ingreso	PIIDUZ	2015-16	Sergio Palomas Doña
Evaluación Global vs Evaluación Alternativa: Análisis comparativo en la formación básica de Economía en los Grados de Ingeniería	PIIDUZ	2015-16	Sergio Palomas Doña Jorge Rosell Martínez Pedro Sánchez Sellero Ana Isabel Gil Lacruz
Experiencias Profesionales de los Egresados de la Titulación	PIET	2015-16	Marta Pedraja Iglesias
Jornadas de experiencias profesionales para los graduados en ADE de Zaragoza y del programa conjunto ADE-Derecho, a partir de las evidencias profesionales de los propios egresados de la titulación	PIET	2016-17	Nuria Alcalde Fradejas María Nieves García Casarejos
Las Competencias Profesionales. Comparativa entre las Dotadas por las Universidades y las Demandadas por las Organizaciones: el caso del grado en Marketing e Investigación de Mercados	PIIDUZ	2016-17	María del Carmen Berne Manero Mercedes Marzo Navarro Marta Pedraja Iglesias
Aprender: red multidisciplinar para intercambio de experiencias y metodologías para la adquisición de competencias transversales	PIIDUZ	2016-17	María Victoria Bordonaba Juste Blanca Isabel Hernández Ortega María José Martín de Hoyos
Los juegos de simulación empresarial: un estudio de su eficacia desde la Teoría del Flow	PIIDUZ	2016-17	María Victoria Bordonaba Juste María Isabel Buil Carrasco Eva María Martínez Salinas José Miguel Pina Pérez
Evaluación de las competencias en investigación en la Facultad de Ciencias de la Salud y del Deporte (PIIDUZ	2016-17	Luis Vicente Casalo Ariño
El papel de las emociones y las características personales del	PIIDUZ	2016-17	Luis Vicente Casalo Ariño

estudiante en la participación en actividades de creación de contenido			
El clima en el aula como factor clave en el desarrollo de la actividad de relator	PIIDUZ	2016-17	Carmen Fandos Herrera Julio Antonio Jiménez Martínez José Miguel Pina Pérez
Razones de las bajas tasas de asistencia a las tutorías: estudio en profundidad en la asignatura de Organización y Gestión Interna de la Empresa	PIIDUZ	2016-17	Marta Fernández Olmos Concepción Garcés Ayerbe
Twitter como herramienta tecnológica para mejorar los resultados de aprendizaje y las competencias transversales en la asignatura de Fundamentos de Administración y Dirección de Empresas de primer curso del programa conjunto DADE	PIIDUZ	2016-17	María Nieves García Casarejos
Adquisición de competencias y desarrollo integral del alumno a través de la metodología 'Aprendizaje-Servicio' en una asignatura del grado en Finanzas y Contabilidad	PIIDUZ	2016-17	María Nieves García Casarejos
Estrategia de innovación para la mejora de las competencias de comunicación académica en inglés: materiales de apoyo para elaboración y defensa de TFG en el grupo con docencia en inglés en el Grado de ADE	PIIDUZ	2016-17	María Nieves García Casarejos
Desarrollo de una práctica de aprendizaje colaborativo a través de Pinterest en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados	PIIDUZ	2016-17	Miguel Guinaliu Blasco Blanca Isabel Hernández Ortega
Integración del POU de la Facultad de Economía y Empresa en la adquisición de las Competencias. Análisis exploratorio	PIPOUZ	2016-17	Blanca Isabel Hernández Ortega
Estrategia de innovación para la mejora de las competencias de comunicación académica en inglés: materiales de apoyo para elaboración y defensa de TFG en el grupo con docencia en inglés en el Grado de ADE	PIIDUZ	2016-17	Julio Antonio Jiménez Martínez María del Carmen Marcuello Servos Raquel Ortega Lapiedra Gema Pastor Agustín
Análisis del ciclo de vida, el perfil del egresado y la inserción	PIET	2016-17	Juan Pablo Maicas López

laboral del grado de ADE en la FCSH de Teruel			
Planificación de las competencias transversales en los Grados de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura	PIIDUZ	2016-17	Ángel Martínez Sánchez Manuela Pérez Pérez
II experiencias profesionales de los egresados de la titulación en MIM	PIIDUZ	2016-17	María Teresa Montaner Gutiérrez
Multifliptech. Uso de nuevas herramientas tic y software en la aplicación de estrategias flipped learning en el aula. Experiencia multidisciplinar en la universidad de zaragoza.	PIIDUZ	2016-17	María Teresa Montaner Gutiérrez
Aprendizaje-Servicio en asignaturas del departamento de dirección y organización de empresas en campus de Teruel	PIIDUZ	2016-17	María Isabel Saz Gil

ANEXO 2

Relación de asignaturas disponibles en Moodle

CURSO	ASIGNATURA
2015-16	Nuevas herramientas metodológicas en investigación de los mercados (2015-2016)
2015-16	Gestión de relaciones y valor del cliente
2015-16	La dirección de marca en las organizaciones
2015-16	Particularidades del consumidor on-line
2015-16	Bases teóricas en dirección y organización de empresas
2015-16	Estrategia y valor de la empresa
2015-16	Gobierno corporativo en la empresa: familiar, gerencial y pública
2015-16	Gestión medioambiental y RSC
2015-16	El consumidor y el procesamiento de la información comercial
2015-16	Tecnologías de la información y relaciones comerciales
2015-16	Métodos de modelización
2015-16	Economía social y emprendedores sociales
2015-16	Comportamiento del consumidor
2015-16	Resultados del márketing interno y externo
2015-16	Gestión de recursos humanos: un enfoque multidisciplinar
2016-17	Nuevas herramientas metodológicas en investigación de los mercados
2016-17	Bases teóricas en márketing
2016-17	Gestión de relaciones y valor del cliente
2016-17	La dirección de marca en las organizaciones
2016-17	Particularidades del consumidor on-line
2016-17	Bases teóricas en dirección y organización de empresas
2016-17	El consumidor y el procesamiento de la información comercial
2016-17	Análisis estratégico y valor de la empresa
2016-17	Márketing medioambiental
2016-17	Gobierno corporativo en la empresa: familiar, gerencial y pública (2016-2017)
2016-17	Diseño organizativo
2016-17	Tecnologías de la información y relaciones comerciales
2016-17	Métodos de modelización
2016-17	Comportamiento del consumidor
2016-17	Gestión de la innovación
2016-17	Resultados del márketing interno y externo

TITULACIÓN: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing (555)

AÑO: 2016-17 SEMESTRE: Global

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media titulación
191	73	38.22%	4.54

Asignatura	Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuestas	Media				Asig	Desviación %
				A	B	C	D		
Modelos de gobierno y control de la empresa (61772)	3	3	100.0	4.89	4.87	4.73	4.67	4.81	5.95%
Gestión de recursos humanos: un enfoque multidisciplinar (61773)	2	0	0.0						
Sumas y promedios	191	73	38.22	4.58	4.56	4.52	4.41	4.54	0.0%

Bloque A: Información y Planificación

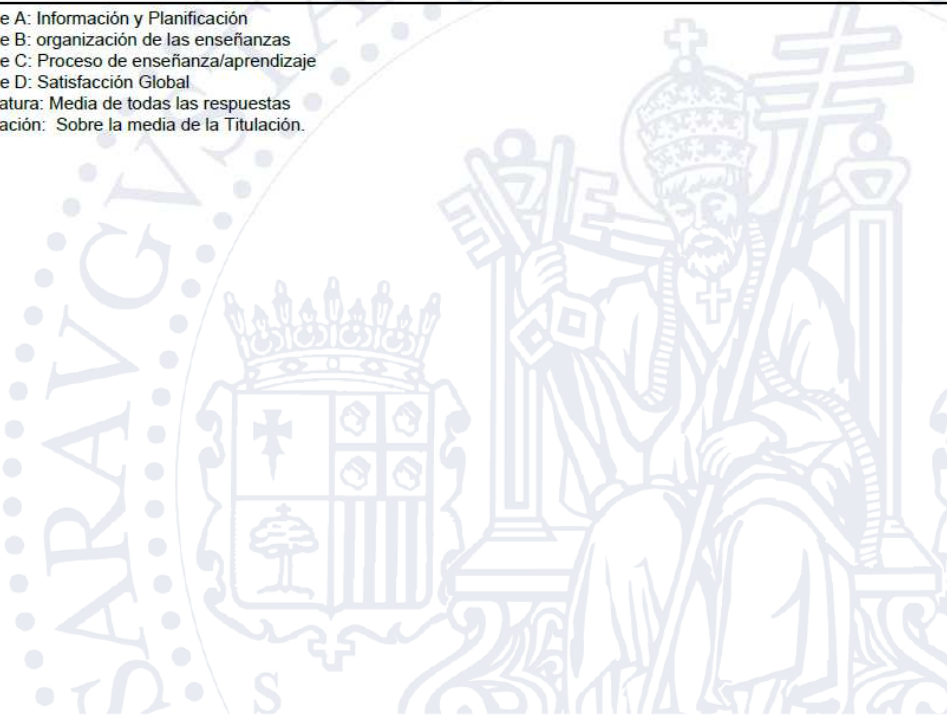
Bloque B: organización de las enseñanzas

Bloque C: Proceso de enseñanza/aprendizaje

Bloque D: Satisfacción Global

Asignatura: Media de todas las respuestas

Desviación: Sobre la media de la Titulación.



SATISFACCIÓN DEL PDI CON LA TITULACIÓN

Año: 2016-17

TITULACIÓN: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing (555)

CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

	Posibles					Nº respuestas	Tasa respuesta					Media	
	47						15	31.91%					3.76
	Frecuencias					N/C	% Frecuencias					media	
	N/C	1	2	3	4		5	N/C	1	2	3		4
1. Distribución temporal y coordinación de módulos y/o materias a lo largo del título			2	4	6	3			13%	26%	40%	20%	3.67
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.	3		4	1	6	1	20%		26%	6%	40%	6%	3.33
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades, evaluaciones, etc.).		2	2	3	7	1	13%	13%	20%	46%	6%		3.2
4. Adecuación de horarios y turnos				5	6	4				33%	40%	26%	3.93
5. Tamaño de los grupos				1	3	11			6%	20%	73%		4.67
BLOQUE: PLAN DE ESTUDIOS												3.78	
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia		2	2	3	6	2		13%	13%	20%	40%	13%	3.27
7. Orientación y apoyo al estudiante	1			3	7	4	6%		20%	46%	26%		4.07
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes				1	6	8				6%	40%	53%	4.47
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes	2	3	3	4	1	2	13%	20%	20%	26%	6%	13%	2.69
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas	3	2	2	5	2	1	20%	13%	13%	33%	13%	6%	2.83
BLOQUE: ESTUDIANTES												3.51	
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)				1	7	7				6%	46%	46%	4.4
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro		1		1	7	6		6%		6%	46%	40%	4.13
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)	2				8	5	13%				53%	33%	4.38
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)	2			3	6	4	13%		20%	40%	26%		4.08
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).			1	1	4	9			6%	6%	26%	60%	4.4
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.		1	3	3	6	2		6%	20%	20%	40%	13%	3.33
BLOQUE: INFORMACIÓN Y GESTIÓN												4.12	
17. Aulas para la docencia teórica			1	2	10	2			6%	13%	66%	13%	3.87
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras digitales, campus virtual, etc.).			2	4	7	2			13%	26%	46%	13%	3.6
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)	1		1	9	3	1	6%		6%	60%	20%	6%	3.29
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia		2	1	6	4	2		13%	6%	40%	26%	13%	3.2

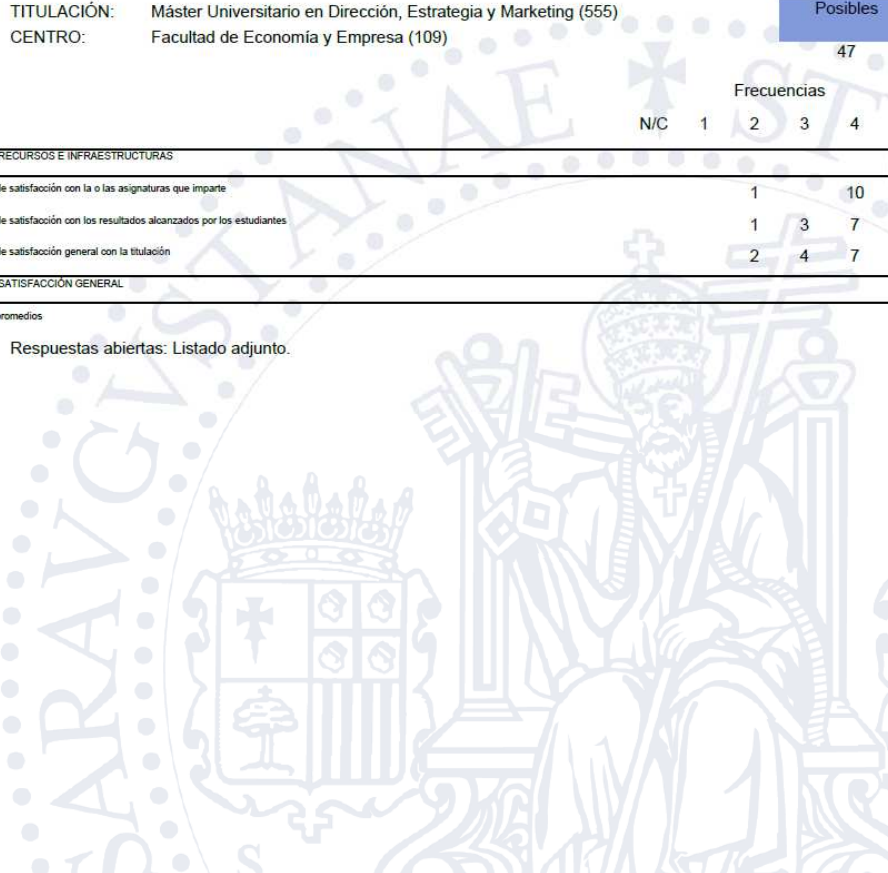
SATISFACCIÓN DEL PDI CON LA TITULACIÓN

Año: 2016-17

TITULACIÓN: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing (555)
 CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

	Posibles					Nº respuestas	Tasa respuesta	Media					
	47								15	31.91%	3.76		
	Frecuencias					% Frecuencias					media		
	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5	
BLOQUE RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS													
													3.49
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte		1			10	4		6%	66%	26%			4.13
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes		1	3		7	4		6%	20%	46%	26%		3.93
23. Nivel de satisfacción general con la titulación		2	4		7	2		13%	26%	46%	13%		3.6
BLOQUE SATISFACCIÓN GENERAL													
													3.89
Sumas y promedios													3.76

Respuestas abiertas: Listado adjunto.



SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON LA TITULACIÓN Año: 2016-17

TITULACIÓN: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing (555)
 CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

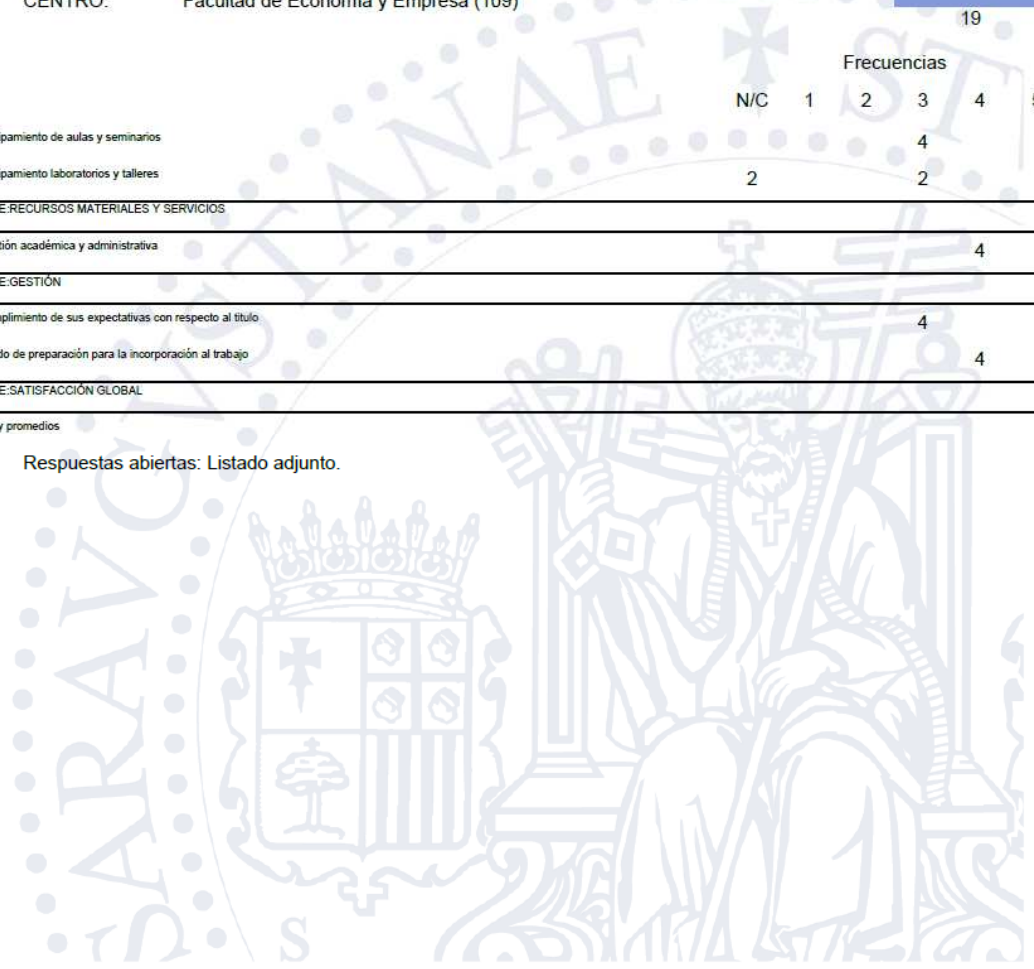
	Posibles					Nº respuestas	Tasa respuesta					Media	
	Frecuencias						% Frecuencias						
	N/C	1	2	3	4		5	N/C	1	2	3		4
1. Procedimiento de admisión y sistema de orientación y acogida (1º Curso)					4						100%		4.0
2. Información en la página web sobre el Plan de Estudios					4						100%		4.0
3. Actividades de apoyo al estudio			4							100%			2.0
4. Orientación profesional y laboral recibida		4								100%			1.0
5. Canalización de quejas y sugerencias				4							100%		3.0
BLOQUE:ATENCIÓN AL ALUMNO													2.8
6. Distribución temporal y coordinación de módulos y materias a lo largo del Título					4						100%		3.0
7. Correspondencia entre lo planificado en las guías docentes y lo desarrollado durante el curso.					4						100%		4.0
8. Adeouación de horarios y turnos					4						100%		4.0
9. Tamaño de los grupos para el desarrollo de clases prácticas	2	2				50%	50%						1.0
10. Volumen de trabajo exigido y distribución de tareas a lo largo del curso			4								100%		1.0
11. Oferta de programas de movilidad				4							100%		1.0
12. Oferta de prácticas externas				4							100%		1.0
13. Distribución de los exámenes en el calendario académico	2			2		50%			50%				3.0
14. Resultados alcanzados en cuanto a la consecución de objetivos y competencias previstas					4						100%		3.0
BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS Y DESARROLLO DE LA FORMACIÓN													2.38
15. Calidad docente del profesorado de la titulación					4						100%		3.0
16. Profesionalidad del Personal de Administración y Servicios del Título	2			2		50%			50%				3.0
17. Equipo de Gobierno (conteste sólo en caso de conocerlo)	3			1		75%			25%				3.0
BLOQUE:RECURSOS HUMANOS													3.0
18. Fondos bibliográficos y servicio de Biblioteca					4						100%		4.0
19. Servicio de reprografía					4						100%		4.0
20. Recursos informáticos y tecnológicos		4									100%		1.0

SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON LA TITULACIÓN Año: 2016-17

TITULACIÓN: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing (555)
 CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

	Posibles					Nº respuestas	Tasa respuesta	Media					
	N/C	1	2	3	4								
						19	4	21.05%	2.8				
		Frecuencias					% Frecuencias					media	
	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5	
21. Equipamiento de aulas y seminarios				4						100%			3.0
22. Equipamiento laboratorios y talleres	2			2			50%		50%				3.0
BLOQUE:RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS													3.0
23. Gestión académica y administrativa					4					100%			4.0
BLOQUE:GESTIÓN													4.0
24. Cumplimiento de sus expectativas con respecto al título				4						100%			3.0
25. Grado de preparación para la incorporación al trabajo					4					100%			4.0
BLOQUE:SATISFACCIÓN GLOBAL													3.5
Sumas y promedios													2.8

Respuestas abiertas: Listado adjunto.



TITULACIÓN: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing (555)
 CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
19	0	0.0%	0.0

Frecuencias					% Frecuencias					media		
N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5	

- 1. Orientación general para la elaboración de trabajos
- 2. Información clara sobre los objetivos a alcanzar
- 3. Planificación general y temporalización adecuadas

BLOQUE:PREVIO A LA REALIZACIÓN

- 4. Adecuación del trabajo a los estudios cursados
- 5. Metodología
- 6. Recursos

BLOQUE:DESARROLLO DEL TRABAJO

- 7. Accesibilidad al Tutor
- 8. Organización y distribución de las sesiones de tutoría
- 9. Definición clara y apoyo en las actividades y tareas a realizar
- 10. Eficacia en la dirección
- 11. Grado de satisfacción global con las labores de tutoría

BLOQUE:ACTUACIÓN TUTOR O TUTORES

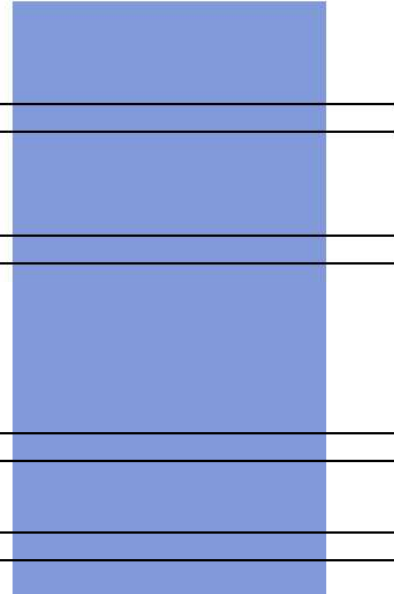
- 12. Grado en el que este trabajo ha contribuido a desarrollar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo de la Titulación.
- 13. Grado de satisfacción global

BLOQUE:VALORACION GLOBAL

Sumas y promedios

14. ¿Ha realizado el curso online "Competencias informacionales" impartido por la Biblioteca? SI: 0 0% NO: 0 0%

Respuestas abiertas: Listado adjunto.



ANEXO 4

CVs de los profesores del máster

Apellidos, Nombre	Acero Fraile, Isabel
Categoría Profesional	Contratado Doctor Interino
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	(no aplica)
Sexenios de investigación:	1 (ACPUA)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Acero, I. y Alcalde, N. (2016): "Controlling shareholders and the composition of the board: special focus on family firms"; Review of Managerial Science, Vol. 16 (1), pp. 61-83. JCR (SSCI): 1.226 (Q3 en Management).</p> <p>Acero, I. y Alcalde, N. (2014): "Ownership structure and board composition in a high ownership concentration context"; European Management Journal, Vol. 32; pp. 646-657. JCR (SSCI): 1.222 (Q2 en Management).</p> <p>Acero, I. y Alcalde, N. (2012): "The effect of the monitoring function and advisory function on board structure"; Revista Española de Financiación y Contabilidad; Vol. XLI (nº 153), pp. 9-38. JCR (SSCI): 0.106 (Q4 en Business, Finance).</p> <p>Serrano, R. y Acero, I. (2015): "Rethinking entry mode choice of agro-exporters: the effect of the Internet", International Food and Agribusiness Management Review, Vol. 3(18), pp. 67-85. JCR (SCI): 0.435 (Q4 en Agricultural Economics & Policy).</p> <p>Serrano, R., Acero Fraile, I. y Fernández-Olmos, M. (2016): "Networks and export performance of agri-food firms: New evidence linking micro and macro determinants", Agricultural Economics-Zemedeľska Ekonomika, Vol. 62(10), pp. 459-470. JCR (SCI): 0.789 (Q3 en Agricultural Economics & Policy).</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>-Proyecto JIUZ-2017-SOC-01: CORPORATE GOVERNANCE AND TAKEOVERS OUTCOMES. Ámbito Universidad de Zaragoza. IP: Isabel Acero Fraile. Nº investigadores: 14. Entidad financiadora: Universidad de Zaragoza-Ibercaja. Fecha inicio: 01/01/2018. Duración del proyecto: 1 año. 2.000€.</p> <p>-Proyecto UZCUD2015-SOC-01: EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN MÁS ALLÁ DE SU TAMAÑO EN INDEPENDENCIA: ESTUDIO DEL CAPITAL SOCIAL Y HUMANO DE LOS CONSEJEROS. Ámbito Universidad de Zaragoza. IP: Isabel Acero Fraile. Nº investigadores: 16. Entidad financiadora: Centro Universitario de la Defensa de Zaragoza. Fecha inicio: 01/09/2015. Duración del proyecto: 1 año. 5.000€.</p>

Apellidos, Nombre	Alcalde Fradejas, Nuria
Categoría Profesional	Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	4
Sexenios de investigación:	3
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Alcalde, N. y Pérez-Soba, I. (2016): “Has the EU Takeover Directive improved minority shareholder protection? The Spanish evidence”, vol. 17, pp. 261-283 European Business Organization Law Review, (SSCI-JCR: 0.222) (Q4 en Business)</p> <p>Acero, I. y Alcalde, N. (2016): “Controlling shareholders and the composition of the board: special focus on family firms”; Review of Managerial Science; Vol. 10, pp. 61-83 JCR (SSCI) 0.857 (Q3 en Management)</p> <p>Alcalde, N. y Ramírez, M. L (2015): “Long-run profits in times of crisis: A comparison between European SMEs and large companies” Estudios de Economía, vol. 42, pp. 79-97; JCR (SSCI) 0.105 (Q4 en Economics)</p> <p>Acero, I. y Alcalde, N. (2014): “Ownership structure and board composition in a high ownership concentration context”; European Management Journal; Vol. 32; págs. 646-657; JCR (SSCI): 1.222 (Q2 en Management))</p> <p>García, N., Alcalde, N y Espitia, M.(2009): “Staying close to the core: lessons from studying the costs of unrelated alliances in Spanish banking”; Long Range Planning, vol. 42 (2), pp. 194-216; JCR (SSCI): 1.58 (Q1 en Planning and Development, Q2 en Business, Q2 en Management)</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p><u>Eco2016-77843-P: Competitividad empresarial desde la innovación, la calidad y la gestión responsable.</u> Ámbito nacional. IP: Manuel Espitia. Nº investigadores: 23. Entidad financiadora: MINECO. Ministerio de economía y competitividad. Fecha inicio: 01/01/2017 duración: 4 años. 44.000€. Miembro investigador.</p> <p><u>Problemas específicos de gobierno corporativo en la empresa familiar y su influencia en la configuración del consejo de administración.</u> Ámbito Universidad de Zaragoza. IP: Nuria Alcalde. Nº investigadores: 5. Entidad financiadora: Cátedra Empresa Familiar. Fecha inicio: 29/10/2013. Duración del proyecto: 1 año. 3.000€. Investigadora principal.</p>

Apellidos, Nombre	Belanche Gracia, Daniel
Categoría Profesional	Profesor Contratado Doctor Interino
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	
Sexenios de investigación:	1 (autonómico - ACPUA)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Belanche, D.; Flavián, C.; Pérez-Rueda, A. (2017). Understanding interactive online advertising: congruence and product involvement in highly and lowly arousing, skippable video ads, <i>Journal of Interactive Marketing</i>, 37, 75-88.</p> <p>Belanche, D., Casalo, L. V., & Flavián, C. (2017). Understanding the cognitive, affective and evaluative components of social urban identity: Determinants, measurement, and practical consequences. <i>Journal of Environmental Psychology</i>, 50, 138-153.</p> <p>Orús, C., Barlés, M.J., Belanche, D., Casalo, L., Fraj, E.; Gurrea, R. (2016). The effects of learner-generated videos for YouTube on learning outcomes and satisfaction, <i>Computers & Education</i>, 95, 254-269.</p> <p>Nijssen, E.; Schepers, J.; Belanche, D. (2016). "Why did they do it? How customers' self-service technology introduction attributions affect the customer-provider relationship", <i>Journal of Service Management</i>, 27(3), 276-298.</p> <p>Bagozzi, R., Belanche, D., Casalo, L.; Flavián, C. (2016). The role of anticipated emotions in purchase intention, <i>Psychology & Marketing</i>, 33(8), 276-298.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Neuroscience applied to consumer's emotions: a way to improve advertising and online shopping experiences ECO-2016-76768-R. Ministerio de Ciencia e Innovación.</p> <p>Promoción de Teruel como destino turístico: análisis de la eficiencia de la video publicidad online mediante segmentación por públicos objetivos. FAG2015/B005 Fundación Universitaria Antonio Gargallo – Obra Social Ibercaja. (Investigador Principal)</p>
CV en web (si disponible):	https://www.researchgate.net/profile/Daniel_Belanche

Apellidos, Nombre	Estrella Bernal Cuenca
Categoría Profesional	Contratado Doctor
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	Esto solo es para funcionarios, creo
Sexenios de investigación:	1
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Bernal, E.; Zografos, C. (2012): Managing structural uncertainty for sustainability: A case study from Monegros, Spain. <i>Ecological Economics</i>. 80: 38 - 47.</p> <p>Gil, A; Gil, M.; Bernal E. (2012): Socioeconomic Determinants of Abortion Rates. <i>Sexuality research and social policy</i>. 9 (2): 143 - 152.</p> <p>Sepúlveda, J.; Bernal E; Mendizábal, M. (2014): Tools for responsible business adaptation to climate change. <i>Mitteilungen Klosterneuburg</i>.64(4): 345-362</p> <p>Edgar, D., Bernal, E. & Campayo, G. J (2017): Delivering the responsible management agenda – a framework for responsible mindful management, <i>Frontiers in Management Research</i>. 1, 2: 65-83.</p> <p>Bernal, E.; Edgar, D.; Burnes, B. (2018): Building Sustainability on Deep Values Through Mindfulness Nurturing. <i>Ecological Economics</i>, 146: 645–657</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>TÍTULO: Teletrabajo, Conciliación Y Resultados En Las Organizaciones ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio De Ciencia E Innovacion REFERENCIA DEL PROYECTO: ECO2010-19704 ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Zaragoza DURACIÓN: Desde: 01/01/2011 Hasta: 31/12/2013 N° total de meses: 36 INVESTIGADOR PRINCIPAL: Manuela Pérez N° INVESTIGADORES: 6</p> <p>TÍTULO: La Contribución Diferencial De La Mujer En Los Resultados De La Empresa: Estudio De Factores Explicativos Y De Relaciones Causales Entre Diversidad De Genero En Consejos De Dirección Y Alta Dirección Y Resultados Empresariales ENTIDAD FINANCIADORA: Instituto De La Mujer Referencia Del Proyecto: I+D 38/06 ENTIDADES PARTICIPANTES: INSTITUTO DE LA MUJER Y UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA DURACIÓN: Desde: 01/01/2007 Hasta: 31/12/2009 N° total de meses: 36 PROYECTO / CONTRATO TIPO CONVOCATORIA: Nacional INVESTIGADOR PRINCIPAL: Pilar de Luis N° INVESTIGADORES: 7</p>

Apellidos, Nombre	BERNÉ MANERO, CARMEN
Categoría Profesional	CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	6
Sexenios de investigación:	4
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>“Criteria Involved in Evaluation of Trade Shows to Visit” (2007). Berné, C. y García, M.E. <u>Industrial Marketing Management</u>, Vol. 37, nº5, July, 2008, pp. 565-579. Available online since 13 June.</p> <p>“Identification of Variety Cycles in Food Choices: Its’ Impact on State Dependence Coefficients”. (2010). Junto a J.M. Múgica. <u>Food Quality and Preference</u>, 21 pp. 639-647.</p> <p>“How ICT Shifts the Power Balance of Tourism Distribution Channels”. Junto a García-Gonzalez, M. y Múgica, J.M. <u>Tourism Management</u>, vol. 33, Issue 1, February (2012), pp. 205-214.</p> <p>"Towards a Dynamic Analysis to Multiple-Store Shopping. Evidence from Spanish Panel Data". Junto a N. Martínez-Caraballo, M. Salvador y P. Gargallo. <u>Journal of Business Economics and Management</u>. Vol. 14, Issue 1; pp. 182-199; (2013).</p> <p>"The Effect of ICT on Relationship Enhancement and Performance in Tourism Channels". <u>Tourism Management</u>. Vol. 48, pp. 188-198. Junto a García-Uceda, M.E.; García-González, M. y Múgica, J.M. June (2015).</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Investigador principal del Proyecto de Investigación “La Rentabilidad del Marketing y la Participación de los Clientes en Sistemas de Distribución de Servicios”. Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional de I+D+i. 2011-2012.</p> <p>“Análisis de los Canales de Distribución a Través de la Oferta y la Demanda de Servicios de Distribución y de la Participación del Consumidor”, Ref. ECO2012-38590-C02-01. Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional de I+D+i.. 2014-2015.</p>

Apellidos, Nombre	Bordonaba Juste, María Victoria
Categoría Profesional	Profesor Titulares de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	3
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Lucia-Palacios, L., Bordonaba-Juste, V., Polo-Redondo, Y.; Grünhagen, M. (2016). "Complementary IT resources for enabling technological opportunism" <i>Information & Management</i>, Vol.: 53, pp.: 654-667. Indexada en ISI Social Science Citation Index, JCR en 2016 =3.317 (32/193): Q1</p> <p>Borraz Mora, J.; Bordonaba Juste, V., Polo Redondo, Y. (2017). "Functional barriers to the adoption of electronic banking: the moderating effect of gender". <i>Revista: Revista de Economía Aplicada</i>, N. 75 Vol. XXV, pp.:1-22 Indexada en ISI Social Science Citation Index, JCR en 2016 =0.267: Q4</p> <p>Lucia-Palacios, L., Bordonaba-Juste, V., Polo-Redondo, Y.; Grünhagen, M. (2014). " E-business implementation and performance: analysis of mediating factors". <i>Internet Research</i>, Vol. 24, N. 2, pp. 223-245. Indexada en ISI Social Science Citation Index , JCR en 2014 = 1.661 . oría: Business, Q2 (J45/115)</p> <p>Lucia-Palacios, L.; Bordonaba-Juste, V., Polo-Redondo, Y., Grünhagen, M. (2014). "Technological opportunism effects on IT adoption, intra-firm diffusion and performance: Evidence from the U.S. and Spain". <i>Journal of Business Research</i>, Vol. 67, pp. 1178-1188. Indexada en ISI Social Science Citation Index , JCR en 2014 = 1.480. Categoría: Q2</p> <p>Lucia-Palacios, L., Bordonaba-Juste, V., Madanoglu, M.; Alon, I. (2014). "Franchising and Value Signaling". <i>Journal of Services Marketing</i>, Vol.: 28, N. 2 pp. 105-115. Indexada en ISI Social Science Citation Index , JCR en 2014 = 0.989 Categoría: Q3</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>TITULO DEL PROYECTO: "Marketing de experiencias para una gestión integral y rentable de las relaciones con los clientes".</p> <p>ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia e Innovación. <i>ECO2014-54760</i></p> <p>DURACION: 2014-2016</p> <p>INVESTIGADOR PRINCIPAL: Yolanda Polo</p> <p><u>TIPO DE PARTICIPACIÓN: Investigador colaborador</u></p> <p>TITULO DEL PROYECTO: "Marketing multicanal: Hacia una gestión integrada y rentable de las relaciones con los clientes"</p> <p>ENTIDAD FINANCIADORA: Ayudas a la Investigación en Ciencias Sociales, Fundación Ramón Areces.</p> <p>DURACION: 2014-2016</p>

	INVESTIGADOR PRINCIPAL: Javier Sesé TIPO DE PARTICIPACIÓN: Investigador colaborador
CV en web (si disponible):	http://generes.unizar.es/es/miembros/maria-victoria-bordonaba-juste/

Apellidos, Nombre	Bravo Gil, Rafael
Categoría Profesional	Profesor Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	3
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Matute, J.; Bravo, R. y Pina, J.M. (2011) "The influence of corporate social responsibility and price fairness on customer behaviour: evidences from financial sector", <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i>, Vol. 18 (6), pp. 317-331</p> <p>Bravo, R.; Matute, J. y Pina, J.M. (2012) "Corporate social responsibility as a vehicle to reveal the corporate identity: A study focused on the websites of Spanish financial entities", <i>Journal of Business Ethics</i>, Vol. 107 (2), pp. 129-146.</p> <p>Bravo, R.; Matute, J. y Pina, J.M. (2012) "Communicating Spanish banks' identity: the role of websites", <i>Online Information Review</i>, Vol. 36 (5), pp. 675-697.</p> <p>Dall'Olmo, F.; Pina, J.M. y Bravo, R. (2013) "Downscale extensions: consumer evaluation and feedback effects", <i>Journal of Business Research</i>, Vol. 66 (2), pp. 196-206.</p> <p>Bravo, R.; Matute, J. y Pina, J.M. (2016) "Corporate Identity Management in the Banking Sector: Effects on Employees' Identification, Identity Attractiveness, and Job Satisfaction", <i>Service Business</i>, Vol. 10, pp. 687-714.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>"La gestión interna y externa de la marca desde la perspectiva del marketing. Un estudio aplicado a sectores de servicios", financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (periodo desde 01/01/2014 hasta 31/12/2017). Investigadora principal: Eva Martínez, Cuantía: 39.809 euros, nº investigadores: 8</p> <p>"La imagen corporativa como elemento de la estrategia de marketing: un estudio aplicado al sector de la banca comercial en España y Reino Unido", financiado por el ministerio de Ciencia e Innovación (periodo desde 01/2010 hasta 12/2012). Investigadora principal: Eva Martínez, Cuantía: 75.000 euros, nº investigadores: 10</p>

Apellidos, Nombre	BUIL CARRASCO, Mª ISABEL
Categoría Profesional	TITULAR DE UNIVERSIDAD
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	2
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Bravo, R., Buil, I., de Chernatony, L. y Martínez, E. (2017) "Brand Identity Management and Corporate Social Responsibility: An Analysis from Employees' Perspective in the Banking Sector", Journal of Business Economics and Management, Vol. 18(2), pp. 241-257.</p> <p>Wallace, E., Buil, I., y de Chernatony, L. (2017) "Consumers' self-congruence with a 'Liked' brand: cognitive network influence and brand outcomes", European Journal of Marketing, Vol. 51(2), pp. 367-390.</p> <p>Buil, I., Martínez, E. y Matute, J. (2016), "From internal brand management to organizational citizenship behaviours: Evidence from frontline employees in the hotel industry", Tourism Management, Vol. 57, pp. 256-271.</p> <p>Wallace, E., Buil, I., de Chernatony, L. y Hogan, M. (2014) "Who "Likes" you? and why? A typology of Facebook Fans", Journal of Advertising Research, Vol. 54 (1), pp. 92-109.</p> <p>Buil, I., de Chernatony, L. y Martínez, E. (2013) "Examining the Role of Advertising and Sales Promotions in Brand Equity Creation", Journal of Business Research, vol.66(1), pp.115-122.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Título: La gestión interna y externa de la marca desde la perspectiva del marketing. Un estudio aplicado a sectores de servicios (ECO2013-41257-P)</p> <p>Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad</p> <p>Convocatoria: Programa Estatal de Investigación Científica y Técnica de Excelencia</p> <p>Investigador principal: Dra. Eva Martínez Salinas, Universidad de Zaragoza</p> <p>Desde: enero, 2014 hasta: diciembre, 2017;</p> <p>Título: Proyecto de Investigación del Grupo de Investigación Generés (S-09)</p> <p>Entidad financiadora: Gobierno de Aragón</p> <p>Convocatoria: Subvenciones a la actividad investigadora de grupos de investigación</p> <p>Investigador responsable: Dra. Yolanda Polo Redondo, Universidad de Zaragoza</p> <p>Desde: 1 enero 2014 hasta: 31 diciembre 2016;</p>

Apellidos, Nombre	Casaló Ariño, Luis Vicente
Categoría Profesional	Profesor Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	0 (los he pedido por primera vez en 2017 y hasta 2018 no se resuelve la convocatoria)
Sexenios de investigación:	2 (períodos 2005-2010 y 2011-2016)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<ul style="list-style-type: none"> - Casaló, L. V.; Flavián, C.; Ibáñez, S. (2017). "Understanding consumer interaction in instagram: the role of satisfaction, hedonism and content characteristics". <i>Cyberpsychology, behaviour and social networking</i>, 20 (6), 369-375. Índice de impacto JCR (año actual): 2,571. Q1. - Hassan, M.; Casaló Ariño, L. V. (2016). "Consumer devotion to a different height: How consumers are defending the brand within Facebook brand communities". <i>Internet Research</i>, 26 (4), 963-981. Índice de impacto JCR (año publicación): 2,931. Q2. - Bagozzi, R. P.; Belanche, D.; Casaló, L. V.; Flavián, C. (2016). The role of anticipated emotions in purchase intentions. <i>Psychology & Marketing</i>, 33 (8), 629-645. Índice de impacto JCR (año publicación): 2,000. Q2. - Casaló, L. V.; Flavián, C.; Guinalú, M.; Ekinci, Y. (2015). "Avoiding the dark side of positive online reviews: enhancing its usefulness for high risk averse consumers". <i>Journal of Business Research</i>, 68 (9), 1829-1835. Índice de impacto JCR (año publicación): 2,129. Q2. - Casaló, L. V.; Flavián, C.; Guinalú, M.; Ekinci, Y. (2015). "Do online hotel rating schemes influence booking behaviors?". <i>International Journal of Hospitality Management</i>, 49, 28-36. Índice de impacto JCR (año publicación): 2,061. Q1.
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>ECO2016-76768-R: NEUROCIENCIA APLICADA A LAS EMOCIONES DEL CONSUMIDOR: UNA VÍA PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA PUBLICITARIA Y DE COMPRA ONLINE. Ámbito geográfico: Nacional. Entidad de realización: Facultad De Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza. Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Carlos Flavián Blanco. Nº de investigadores/as: 6. Entidad/es financiadora/s: MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD. Fecha de inicio-fin: 30/12/2016 - 29/12/2019. Duración: 3 años.</p> <p>Nombre del proyecto: JIUZ-2016-SOC-02: LAS EMOCIONES ANTICIPADAS COMO VARIABLES CLAVE EN LA TOMA DE DECISIONES: UN MODELO HOLÍSTICO PARA COMPRENDER EL PAPEL DE LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. Ámbito geográfico: Otros. Entidad de realización: Facultad De Empresa y Gestión Pública - Universidad de Zaragoza. Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Luis Vicente Casaló Ariño. Nº de investigadores/as: 3. Entidad/es financiadora/s: UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA. Fecha de inicio-fin: 01/01/2017 - 31/12/2017 Duración: 1 año.</p> <p>GRUPO CONSOLIDADO S46 METODO (MARKETING ESTRATÉGICO Y TEORÍAS DE ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS). Ámbito geográfico: Autonómica. Entidad de realización: Facultad De Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza. Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Carlos Flavián Blanco. Nº de investigadores/as: 7. Entidad/es financiadora/s: DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN. Fecha de inicio-fin: 01/01/2016 - 31/12/2016. Duración: 1 año.</p>
CV en web (si disponible):	CV: https://janovas.unizar.es/sideral/CV/luis-vicente-casalo-arino Perfil de Google Scholar:

<https://scholar.google.es/citations?user=CzZQOkcAAAAJ&hl=es&oi=ao>

Perfil de Research Gate:

https://www.researchgate.net/profile/Luis_Casalo_Arino

Apellidos, Nombre	ESPITIA ESCUER, Manuel Antonio
Categoría Profesional	Catedrático de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	7
Sexenios de investigación:	6
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Serrano, Raúl; García-Bernal, Javier; Fernández-Olmos, Marta; Espitia-Escuer, Manuel. Expected quality in European football attendance: market value and uncertainty reconsidered. APPLIED ECONOMICS LETTERS. 22 -13, pp. 1051 - 1054. 2015. DOI: 10.1080/13504851.2014.997919</p> <p>Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Social Sciences Edition – ECONOMICS. Índice de impacto: 0.378</p> <p>Espitia-Escuer, Manuel; García-Cebrián, Luía I.; Muñoz-Porcar, Antonio. Location as a competitive advantage for entrepreneurship an empirical application in the Region of Aragon (Spain). INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP AND MANAGEMENT JOURNAL. 11 - 1, pp. 133 - 148. 2015. DOI: 10.1007/s11365-014-0312-9</p> <p>Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Social Sciences Edition – BUSINESS. Índice de impacto: 0.659</p> <p>Posición de publicación: 99 Num. revistas en cat.: 119</p> <p>Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT</p> <p>Índice de impacto: 0.659</p> <p>Pastor-Agustín, G.; Ramírez-Alesón, M.; Espitia-Escuer, M. Complementary assets and investment decisions. EMERGING MARKETS FINANCE AND TRADE. 47, pp. 25 - 39. 2011. DOI: 10.2753/REE1540-496X4706S502</p> <p>Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS</p> <p>Índice de impacto: 0.953</p> <p>Fernández Olmos, M.; Rosell Martínez, J.; Espitia Escuer, M. A. La Relación Entre La Calidad Del Producto y Los Costes De Transacción Asociados a La Coordinación Vertical En La Industria Del Vino De DOC Rioja. SPANISH JOURNAL OF AGRICULTURAL RESEARCH. 7 - 2, pp. 281 - 293. 2009. ISSN 1695-971X</p> <p>Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Science Edition - AGRICULTURE, MULTIDISCIPLINARY</p> <p>Índice de impacto: 0.407</p>

	<p>Garcia-Casarejos, N.; Alcalde-Fradejas, N.; Espitia-Escuer, M. Staying Close to the Core: Lessons from Studying the Costs of Unrelated Alliances in Spanish Banking. LONG RANGE PLANNING. 42 - 2, pp. 194 - 215. 2009.</p> <p>DOI: 10.1016/j.lrp.2009.01.003</p> <p>Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS</p> <p>Índice de impacto: 1.580</p> <p>Posición de publicación: 36 Num. revistas en cat.: 87</p> <p>Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT</p> <p>Índice de impacto: 1.580</p>
<p>Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):</p>	<p>Nombre del proyecto: ECO2016-77843-P: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DESDE LA INNOVACIÓN, LA CALIDAD Y LA GESTIÓN RESPONSABLE.</p> <p>Ámbito geográfico: Nacional</p> <p>Entidad de realización: Escuela De Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza</p> <p>Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Manuel Antonio Espitia Escuer; Jorge Rosell Martínez</p> <p>Nº de investigadores/as: 12</p> <p>Entidad/es financiadora/s: MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD</p> <p>Fecha de inicio-fin: 30/12/2016 - 29/12/2020 Duración: 4 años</p> <p>Cuantía total: 53.240 €</p> <p>Nombre del proyecto: ECO2009-09623.OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO Y RE-ORIENTACION ORGANIZATIVA DE VALOR EMPRESARIAL</p> <p>Ámbito geográfico: Nacional</p> <p>Entidad de realización: Facultad De Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza</p> <p>Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Manuel Antonio Espitia Escuer</p> <p>Nº de investigadores/as: 21</p> <p>Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION</p> <p>Fecha de inicio-fin: 01/01/2010 - 31/12/2012 Duración: 3 años</p> <p>Cuantía total: 140.118 €</p>

Apellidos, Nombre	FANDOS HERRERA, CARMINA
Categoría Profesional	TU
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	3
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Fandos-Herrera, C. Jiménez-Martínez, J., Orús, C., & Pina, J.M. (2017). Introducing the discussant role to stimulate debate in the classroom: effects on interactivity, learning outcomes, satisfaction and attitudes. <i>Studies in Higher Education</i>, 1-17.</p> <p>Fandos, C. (2016). "Exploring the mediating role of trust in food products with Protected Designation of Origin. The case of 'Jamón de Teruel'", <i>Spanish Journal of Agricultural Research</i>, Vol.14, (1), 1-10.</p> <p>Aguilar, O., Fandos, C. y Flavián, C. (2015). "What may lead you to recommend and revisit a hotel after a service failure instead of complaining?" <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management (IJCHM)</i>, Vol. 27 (2) pp. 214-235.</p> <p>Aguilar, O. y Fandos, C. (2014). "Variación en la percepción de justicia como resultado de la comparación con otro consumidor en un contexto de recuperación del servicio. Aplicación a las compañías aéreas", <i>Revista Española de Investigación de Marketing (REIM)</i>, Vol. 18, nº 2, septiembre, pp. 93-107.</p> <p>Aguilar, O. y Fandos, C. (2013). "El papel de la experiencia previa y la justicia interpersonal en el sistema de recuperación del servicio tras un fallo", <i>Revista Española de Investigación de Marketing (REIM)</i>, Vol. 17, nº 2. pp. 103-133.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>TÍTULO DEL PROYECTO: "Promoción de Teruel como destino turístico: análisis de la eficiencia de la video publicidad online mediante segmentación por públicos objetivos".</p> <p>ENTIDAD FINANCIADORA: FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ANTONIO GARGALLO-OBRA SOCIAL IBERCAJA</p> <p>DURACIÓN: 04/2015 – 11/2016</p> <p>INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dr. DANIEL BELANCHE GRACIA</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO: "El comportamiento del consumidor ante el canal físico y virtual: claves para la gestión del cliente multicanal."</p> <p>ENTIDAD FINANCIADORA: MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD</p> <p>DURACIÓN: 02/2013 – 01/2016</p> <p>INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dr. CARLOS FLAVIÁN BLANCO</p>

Apellidos, Nombre	Marta Fernández Olmos
Categoría Profesional	TU
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	Pendiente de Evaluación
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Fernández-Olmos, M. y Díez-Vial, I. (2015): "Internationalization pathways and the performance of SMEs", <i>European Journal of Marketing</i>, Vol. 49 (3/4), pp. 420-443. JCR (SSCI): 1.006 (Q3 en Business).</p> <p>Fernández-Olmos, M. y Díez-Vial, I. (2013): "Effect of firms resources on international diversification: An application in the Iberian Ham industry", <i>European Management Journal</i>, Vol. 31, pp. 196-208. JCR (SSCI): 1.222 (Q2 Management).</p> <p>Fernández-Olmos, M., Gargallo-Castel, A. y Giner-Bagües, E. (2016): "Internationalisation and performance in Spanish family SMES: The W-curve", <i>Business Research Quarterly</i>, Vol. 2(19), pp. 122-136. JCR (SSCI): 1.325 (Q3 en Business).</p> <p>Fernández-Olmos, M. y Ramírez-Alesón, M. (2017): "How internal and external factors influence the dynamics of SME technology collaboration networks over time"; <i>Technovation</i> (online). JCR (SSCI): 4.911 (Q1 en Operations Research and Management Science).</p> <p>Fernandez-Olmos, M. y Rosell-Martinez, J. (2016): "Product differentiation strategy and vertical integration". <i>Journal of Business Economics and Management</i>, Vol. 17(2). JCR (SSCI): 0.968 (Q2 en Economics)</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Grupo de Investigación Consolidado S125 COMPETE: Análisis Empresarial y Competitividad. Reconocido por la DGA desde 1/01/2014. Investigador Principal: Marisa Ramírez Alesón.</p> <p>Título: Competitividad empresarial desde la innovación, la calidad y la gestión responsable. MEC-FEDER. Ref. ECO2016-77843. del 1/01/2017 al 31/12/2020. Investigador Principal: Manuel Espitia Escuer y Jorge Rosell Martínez.</p>

Apellidos, Nombre	Flavian Blanco, Carlos
Categoría Profesional	CU
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5 (1991-1995; 1996-2000; 2001-2005; 2006-2010; 2011-15).
Sexenios de investigación:	4 CNEAI (1993-1998; 1999-2004; 2005-2010 y 2011-16).
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<ul style="list-style-type: none"> - C Flavián, M Guinalfú, R Gurrea (2006). The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty. <i>Information & Management</i> 43 (1), 1-14 - LV Casaló, C Flavián, M Guinalfú (2010). Determinants of the intention to participate in firm-hosted online travel communities and effects on consumer behavioral intentions. <i>Tourism management</i> 31 (6), 898-911 - C Flavián, R Gurrea, C Orús (2012). An integrative perspective of online foraging behavior with search engines. <i>Psychology & Marketing</i> 29 (11), 836-849 - D Belanche, C Flavián, A Pérez-Rueda (2017). Understanding Interactive Online Advertising: Congruence and Product Involvement in Highly and Lowly Arousing, Skippable Video Ads. <i>Journal of Interactive Marketing</i> 37, 75-88 - C Flavián, M Guinalfú, E Torres (2005). The influence of corporate image on consumer trust: A comparative analysis in traditional versus internet banking. <i>Internet Research</i> 15 (4), 447-470
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<ul style="list-style-type: none"> - Trusted Architecture for Securely Shared Services (TAS3)- GA NUMBER 216287 Investigador/es responsable/es: Carlos Flavián Entidad/es financiadora/s: UNION EUROPEA - Eco2012-36031 el comportamiento del consumidor ante el canal físico y virtual: claves para la gestión del cliente multicanal. Investigador/es responsable/es: Carlos Flavián Entidad/es financiadora/s: MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD
CV en web (si disponible):	https://scholar.google.es/citations?user=Zy2JOaUAAAAJ

Apellidos, Nombre	FRAJ ANDRÉS, ELENA
Categoría Profesional	PROFESORA TITULAR
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	4
Sexenios de investigación:	2 (17/06/2015; 08/06/2009)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Fraj, E., Matute, J. y Melero, I. (2015) "Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as determinants of environmental success", <i>Tourism Management</i>, Vol.46, pp.30-42.</p> <p>Fraj, E., Martínez, E., y Matute, J. (2013) "Green marketing in B2B organizations: An empirical analysis from the natural-resource-based view of the firm", <i>Journal of Business and Industrial Marketing</i>, vol. 28(5), pp.396-410.</p> <p>Fraj, E., Melero, I. y Matute, J. (2013) "El aprendizaje y la innovación como determinantes del desarrollo de una capacidad de gestión medioambiental proactiva". <i>Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas</i>, vol.16(3), pp. 180-194.</p> <p>Fraj, E., Martínez, E. y Matute, J. (2011) "Green marketing strategy and the firm's performance: the moderating role of environmental culture", <i>Journal of Strategic Marketing</i>, vol.19 (4), pp.335-351.</p> <p>Fraj,E., Martínez, E. y Matute, J. (2009) "A multidimensional approach to the influence of environmental marketing and orientation on the firm's organizational performance", <i>Journal of Business Ethics</i>, vol. 88 (2), pp. 263-286.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Título: La Influencia de la Proactividad Medioambiental en el Rendimiento Empresarial en Época de Crisis: Un Estudio Aplicado al Sector Hotelero Aragonés" (GA-LC-028/2009)</p> <p>Entidad financiadora: La Caixa</p> <p>Entidades participantes: Gobierno de Aragón y La Caixa</p> <p>Investigador responsable: Dra. Elena Fraj Andrés, Universidad de Zaragoza</p> <p>Duración, desde: octubre 2009 hasta: septiembre 2011;</p> <p>Tipo de participación: IP</p> <p>Título: El Marketing Medioambiental como Elemento de la Estrategia Corporativa de las Empresas: Un Estudio Aplicado (SEJ2005-02315)</p> <p>Entidad financiadora: Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (C.I.C.Y.T)</p> <p>Investigador principal: Dra. Eva Martínez Salinas, Universidad de Zaragoza</p> <p>Desde: noviembre, 2005, hasta: octubre, 2008</p> <p>Tipo de participación: investigador</p>

Apellidos, Nombre	FUENTELESAZ LAMATA, LUCIO
Categoría Profesional	Catedrático De Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	4
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Lucio Fuentelsaz, Juan P. Maícas, Pedro Mata (2017), "Institutional Dynamism In Entrepreneurial Ecosystems", en Allan O'Connor et al. (eds.) <i>Entrepreneurial Ecosystems: Place-based Transformations and Transitions</i>, Springer.</p> <p>Lucio Fuentelsaz, Jaime Gómez, Sergio Palomas (2016), "Interdependencias in the intrafirm diffusion of technological innovations: confronting the rational and social accounts of diffusion", <i>Research Policy</i>, 45(5): 951-963. FI (Management, 2016): 4,495 (16/194). (También indexado en Planning & Development (1/55).</p> <p>Lucio Fuentelsaz, Elisabet Garrido, Juan P. Maícas (2015), "Incumbents, technological change and institutions: How the value of complementary resources varies across markets", <i>Strategic Management Journal</i>, 36 (12): 1778-1801, FI (Management, 2013: 3,38 (21/192). (También indexado en Business (15/120).</p> <p>Lucio Fuentelsaz, Consuelo González, Juan P. Maícas, Javier Montero (2015), "How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship", <i>BRQ Business Research Quarterly</i> 18(4): 246-258. FI (Business, 2015: 0,857 (89/120).</p> <p>Lucio Fuentelsaz, Elisabet Garrido, Juan P. Maícas (2015), "A strategic approach to network value in network industries", <i>Journal of Management</i> 41(3): 864-892. FI (Management, 2015): 6,051 (4/192). (También indexado en Business (3/120) y Psychology, applied (1/79).</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>"Estrategias de innovación y emprendimiento ante el nuevo entorno económico e institucional", Ministerio de Economía y Competitividad, enero 2015-diciembre 2017, 70.180 euros, IP: Lucio Fuentelsaz y Juan P. Maícas</p> <p>"El impacto social de la reestructuración del sistema bancario español", <i>CEU-Banco Santander</i>, octubre 2014-septiembre 2016, 6.000 euros. IP: Ricardo Palomo.</p>

Apellidos, Nombre	Carmen Galve Górriz
Categoría Profesional	Catedrática de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	01-10-88 / 30-09-93. 01-10-93 / 30-09-98. 01-10-98 / 30-09-03. 01-10-03 / 30-09-08. 01-10-08 / 30-09-13.
Nº Sexenios de investigación:	4 sexenios
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p><u>La Empresa Familiar en España: Fundamentos Económicos y Resultados</u>. (2003). Fundación BBVA. (ISBN: 84-95163-69-1), (Número de páginas 205). Autores: Galve Górriz, C. y Salas Fumás, V. (L1.2). [Citas: 8 (en la Web-ISI); 8 (en Scopus); y 52 (Google Académico); Recensiones muy positivas elaboradas por expertos de reconocido prestigio en la materia: Belén Villalonga (Assistant Professor of Business Administration (Harvard Business School); Mauro F. Guillen (Professor of the Wharton School, Universidad de Pennsylvania); y Luis Gómez-Mejía (Professor of Management of W.P. Carey School of Business, Arizona State University)]</p> <p>“Ownership Structure and Firm Performance: Some Empirical Evidence from Spain” (1996). <u>Managerial and Decision Economics</u>. Editorial John Wiley & Sons Ltd. Vol. 17 nº 6, pp. 575-586. (ISSN: 0143-6570). Autores: Galve, C.; Salas, V. (L1.1). [Base de Datos (Web of SCIENCE, SSCI; SCOPUS, Journal of Economic Literature; Abi-Inform; Econlit; Ulrich’s..); Posición de la Revista en SCImago Journal Rank Q1, 12 de 216, Impacto 0,88); Citas específicas al trabajo: 25 (WEB-ISI); 61 (SCOPUS); 150 (Google Académico); CIRC: A].</p> <p>“¿Determina la Propiedad Familiar Diferencias en las Relaciones entre Preferencias, Comportamiento y Resultados en las Empresas Españolas Cotizadas” (2011). <u>Revista de Economía Aplicada</u>. Vol. XIX, nº 57, Invierno; pp. 5-34, (ISSN:1133-455-X). Autores: Galve-Górriz, C. y Salas-Fumás, V. (L1.2). [Base de Datos (JCR, WEB-ISI, SSCI..); Índice de Impacto: 0,086 (ISI-JCR-2011, Q4), Índice de Impacto: 0,3 (Inreces-Economía, 2011, 13 de 133, Q1); Citas al artículo: 3 (WEB-ISI), 6 (SCOPUS), 15 (Google Académico); CIRC: A].</p> <p>“Does Concentration of Ownership and Family Control Affect Specialisation/Diversification Business Strategies” (2015). <u>E&M Ekonomie & Management</u>. Vol. 18(4). pp. 1-15. DOI: 10.15240/tul/001/2015-4-006. (ISSN: 1212-3609). Autores: Hernández-Trasobares, A. y Galve-Górriz, C. (L1.2); [Base de Datos: (JCR, WEB-ISI, SSCI, SCOPUS..); Índice de Impacto: 1,242 (Thomson Reuters-Web ISI, Q2); Índice de Impacto:</p>

	<p>0,392 (SJR-SCI-mago, Q1); CIRC A].</p> <p>“The Influence of Family Control on Decisions Regarding the Specialization and Diversification of Business Groups”. (2016). <u>Business Research Quarterly</u> (anteriormente CEDE). Vol. 19(2). pp.73-89; DOI: 10.1016/J.BRQ.2015.09.001. (ISSN: 2340-9436). Autores: Hernández-Trasobares, A. y Galve-Górriz, C. (L1.2). [Base de Datos: <u>JCR, WEB-ISI, SSCI, SCOPUS,..</u>]; <u>Índice de Impacto: 0,857 (Thomson Reuters-ISI, Q3), Índice de Impacto: 0,301 (SJR SCImago, Q2); CIRC2015 A]</u></p>
<p>Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):</p>	<p>Investigador Principal del Proyecto de Investigación: "Análisis Económico de la Actividad Emprendedora y el Crecimiento Empresarial" (SEJ2006-14685). Proyecto de Investigación financiado por el Programa Nacional de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico (CICYT). Duración: 36 meses (Octubre 2006-Septiembre2009).</p> <p>Investigador Principal del Proyecto de Investigación: “Emprendimiento y Desarrollo Empresarial: Análisis, Implicaciones para el Bienestar y Políticas Públicas” (ECO2009-13158). Proyecto de Investigación financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN-Plan Nacional I+D). Duración 36 meses (2010-2012).</p>

Apellidos, Nombre	GARCES AYERBE, CONCEPCIÓN
Categoría Profesional	PROFESORA TITULAR DE UNIVERSIDAD
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	3
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Agudo Valiente, J. M.; Garcés Ayerbe, C.; Salvador Figueras, M. Corporate Social Performance and Stakeholder Dialogue Management. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT. 22, pp. 13 - 31. 2015. Índice de impacto: 2.647 (WOS)</p> <p>Rivera-Torres, P.; Garcés-Ayerbe, C.; Scarpellini, S.; Valero-Gil, J. Pro-Environmental Change and Short- to Mid-Term Economic Performance: The Mediating Effect of Organisational Design Change. ORGANIZATION & ENVIRONMENT. 28 (3), pp. 307 -327. 2015. Índice de impacto: 2.650 (WOS)</p> <p>Garcés-Ayerbe, C.; Scarpellini, S.; Valero-Gil, J.; Rivera-Torres, P. Proactive Environmental Strategy Development: from Laggard to Eco-innovative Firms. JOURNAL OF ORGANIZATIONAL CHANGE MANAGEMENT. 29 (7), pp. 1118 - 1134. 2016. Índice de impacto: 0,577 (WOS)</p> <p>Garcés-Ayerbe, C.; Cañón-de-Francia, J. Organisational Structure and The Relevance of Complementarities in the Study of the Economic Consequences of Environmental Proactivity: Analysis of the Moderating Effect of Innovation Efforts. ECOLOGICAL ECONOMICS. 142. pp. 21 - 30 2017. Índice de impacto: 2,965 (WOS 2016)</p> <p>Scarpellini, S.; Valero-Gil, J.; Rivera-Torres, P.; Garcés-Ayerbe, C. Analysis of the generation of economic results in the different phases of the pro-environmental change process. JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION. 168 pp 1473-1481. 2017 Índice de impacto: 5,715 (WOS 2016)</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Título del proyecto: “Estrategias Empresariales Proactivas: Calidad, Innovación y Responsabilidad Medioambiental y Social”</p> <p>Entidad financiadora: MINECO-FEDER</p>

	<p>Entidades participantes:</p> <p>Duración, desde: 2013 hasta: 2015</p> <p>Investigador principal: Concepción Garcés Ayerbe</p> <p>Número de investigadores participantes: 23</p> <hr/> <p>Título del proyecto: “Competitividad empresarial desde la innovación, la calidad y la gestión responsable”</p> <p>Entidad financiadora: MINECO-FEDER</p> <p>Entidades participantes:</p> <p>Duración, desde: 01-01-2017 a 31-12-2020</p> <p>Investigador principal: Manuel Espitia Escuer y Jorge Rosell Martínez</p> <p>Número de investigadores participantes: 12</p>
--	---

Apellidos, Nombre	García Bernal, Javier
Categoría Profesional	Contratado Doctor Ordinario
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	No procede
Sexenios de investigación:	1 ACPUA 1 CNEAI
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>García-Bernal, J; García-Casarejos, N. (2016): "Determinants in the adoption of total quality management (tqm) in the construction sector: a management perspective". <i>Revista de la Construcción – Journal of Construction -</i>, Vol. 15, Nº 2: 28-36.</p> <p>Serrano, R., García-Bernal, J., Fernández-Olmos, M., y Espitia-Escuer, M. A. (2015): "Expected quality in European football attendance: market value and uncertainty reconsidered" <i>Applied Economics Letters</i>, Vol. 22, nº 13, pp. 1051-1954 .</p> <p>García-Bernal, Javier (2014): "The Bertrand solution revisited: strategic price setting". <i>Applied Economics Letters</i>, 21:18, 1314-1318, DOI: 10.1080/13504851.2014.925039</p> <p>García-Bernal, Javier; Ramirez-Aleson, Marisa (2014): "Diluting the perverse element of rational altruism". <i>BRQ-BUSINESS RESEARCH QUARTERLY</i>, 17 (1): 31-46. JAN-MAR 2014.</p> <p>García-Bernal, Javier; García-Casarejos, Nieves (2014): "Economic analysis of TQM adoption in the construction sector". <i>Total Quality Management and Business Excellence</i>, Vol. 25, No. 3-4: 209-221.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>ECO2016-77843-P: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DESDE LA INNOVACIÓN, LA CALIDAD Y LA GESTIÓN RESPONSABLE.</p> <p>JIUZ-2014-SOC-04. EL MODELO EFQM DE EXCELENCIA COMO REFERENTE DE MODELO DE GOBIERNO CORPORATIVO.</p>

Apellidos, Nombre	García Casarejos, María Nieves
Categoría Profesional	Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	4
Sexenios de investigación:	1
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>1. Nieves García-Casarejos, Pilar Gargallo, M.M. Begoña Cabanés. A multi-level approach to analyze the effects of renewable energy in the wine sector. ENERGY PROCEDIA, 136, pp.374-379, October 2017. Open Access ISSN: 1876-6102 Fuente de impacto: Scopus</p> <p>2. García Bernal, Javier; García Casarejos, María Nieves. Determinants in the adoption of total quality management (tqm) in the construction sector: a management perspective. REVISTA DE LA CONSTRUCCION. 15 - 2, pp. 28 - 36. 2016. ISSN 0717-7925 DOI: 10.4067/S0718-915X2016000200003 Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Science Edition - CONSTRUCTION & BUILDING TECHNOLOGY Índice de impacto: 0.358 Posición de publicación: 55 Num. revistas en cat.: 61 Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Science Edition - ENGINEERING, CIVIL Índice de impacto: 0.358 Posición de publicación: 107 Num. revistas en cat.: 125</p> <p>3. Serrano, R.; García-Casarejos, N.; Gil-Pareja, S.; Llorca-Vivero, R.; Pinilla, V. The Internationalisation of the Spanish food industry: The home market effect and European market integration. SPANISH JOURNAL OF AGRICULTURAL RESEARCH. 13 - 3, pp. e0104 [13 pp]. 2015. ISSN 1695-971X DOI: 10.5424/sjar/2015133-7501 Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Science Edition - AGRICULTURE, MULTIDISCIPLINARY Índice de impacto: 0.760 Posición de publicación: 24 Num. revistas en cat.: 57</p> <p>4. García Bernal, Javier; García-Casarejos, Nieves. Economic analysis of TQM adoption in the construction sector.</p>

	<p>TOTAL QUALITY MANAGEMENT & BUSINESS EXCELLENCE. 25 - 3, pp. 209 - 221. 2014. ISSN 1478-3363</p> <p>DOI: 10.1080/14783363.2012.728848</p> <p>Fuente de impacto: WOS (JCR) Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT</p> <p>Índice de impacto: 1.323</p> <p>Posición de publicación: 85 Num. revistas en cat.: 184</p> <p>5. García Casarejos, María Nieves; Acero Fraile, Isabel; Martín Valiente, Elena. Fuentes de financiación de las entidades no lucrativas: orientaciones para un cambio de modelo en España. REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES</p> <p>- UNIVERSIDAD DEL ZULIA. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES. 20 - 2, pp. 336 - 350.</p> <p>2014. ISSN 1315-9518</p> <p>Índice de impacto: 0,045 (Q4) ISI Business; 0,110 SJR (Q4) Social Sciences;</p>
<p>Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):</p>	<p>Nombre del proyecto: ECO2016-77843-P: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DESDE LA INNOVACIÓN,</p> <p>LA CALIDAD Y LA GESTIÓN RESPONSABLE.</p> <p>Ámbito geográfico: Nacional</p> <p>Entidad de realización: Escuela De Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza</p> <p>Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Manuel Antonio Espitia Escuer; Jorge Rosell Martínez</p> <p>Nº de investigadores/as: 13</p> <p>Entidad/es financiadora/s:</p> <p>MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD</p> <p>Fecha de inicio-fin: 30/12/2016 - 29/12/2020 Duración: 4 años</p> <p>Nombre del proyecto: REWIND / Profitable small scale renewable energy systems in agrifood industry and rural areas: demonstration in the wine sector</p> <p>Ámbito geográfico: Unión Europea</p> <p>Entidad de realización: Escuela De Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza</p> <p>Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): José Luis Bernal Agustín</p> <p>Nº de investigadores/as: 11</p> <p>Entidad/es financiadora/s:</p> <p>UNION EUROPEA</p> <p>Fecha de inicio-fin: 01/07/2014 - 31/07/2017 Duración: 3 años - 1 mes</p>

	Cuantía total: 236.496 €
--	--------------------------

Apellidos, Nombre	García Cebrián, Lucía Isabel
Categoría Profesional	Profesora Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Espitia-Escuer, M., & García-Cebrián, L. I. (2001). Influencia de las diferencias regionales en la creación de valor por parte de las empresas distribuidoras de electricidad. <i>Cuadernos de Economía Y Dirección de La Empresa</i>, (9), 213–226. Retrieved from https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/19066</p> <p>García-Cebrián, L. I. (2003). Appraisal of the Efficiency of Subsidies Granted by Spanish Public Authorities for Generating Electricity using Wind Energy. <i>Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management</i>, 15(2), 155–175. Retrieved from http://pracademics.com/index.php/jpbafm/96-jpbafm-years/jpbafm-2003/volume-15-number-2-summer-2003/439-lucia-isabel-garcia-cebrian</p> <p>Espitia-Escuer, M., & García-Cebrián, L. I. (2004). Determinants of the productive efficiency for the bank systems in the European Union countries. <i>International Journal of Productivity and Performance Management</i>, 53(5), 435–446. http://doi.org/10.1108/17410400410545905</p> <p>Espitia-Escuer, M., García-Cebrián, L. I., & Muñoz-Porcar, A. (2015). Location as a competitive advantage for entrepreneurship an empirical application in the Region of Aragon (Spain). <i>International Entrepreneurship and Management Journal</i>, 11(1), 133–148. http://doi.org/10.1007/s11365-014-0312-9</p> <p>Espitia-Escuer, M., & García-Cebrián, L. I. (2015). Organisational Design Factors and the Efficiency of Spanish First Division Football Teams. <i>Journal of Management Policy and Practice</i>, 16(1), 89–107.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>MODELO DE VALORACIÓN DEL DERECHO A PARTICIPAR EN COMPETICIONES DEPORTIVAS PROFESIONALES</p> <p>Organización financiadora: ROCA JUNYENT, S.L.</p> <p>Investigador principal: Manuel Espitia Escuer</p> <p>COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DESDE LA INNOVACIÓN, LA CALIDAD Y LA GESTIÓN RESPONSABLE</p> <p>Organización financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad</p> <p>Investigadores principales: Manuel Espitia Escuer y Jorge Rosell Martínez</p>

Apellidos, Nombre	Gil Lacruz, Ana Isabel
Categoría Profesional	Profesora Titular Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	3
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Martín-Fernández, J., Ariza-Cardiel, G., Peña-Longobardo, M.P., Polentinos-Castro, E., Oliva-Moreno, J., Gil-Lacruz, A.I., Medina-Palomio, H., y Cura-González, I. (2017): "Gaining or losing: The importance of the perspective in primary care health services valuation." Plos One. In press.</p> <p>Gil-Lacruz, A.I., Saz-Gil, I. y Marcuello-Servors, C. (2017): "Individual and social factors in volunteering participation rates in Europe". Cross-Cultural Research, 51 (5), 464-490.</p> <p>Gil-Lacruz, A.I., Saz-Gil, I. y Marcuello-Servors, C. (2016): "Youth volunteering in countries in the European Union. Approximation to differences". Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 45 (5), 971-991.</p> <p>Martín-Fernández, J., Cura-González, M.I., Rodríguez-Martínez, G., Ariza-Cardiel, G., Zamora, J., Gómez-Gascón, T., Polentinos-Castro, E., Pérez-Rivas, F.J., Domínguez-Bidagor, J., Beamud-Lagos, M., Tello-Bernabé, M.E., Conde-López, J.F., Aguado-Arroyo, O., Sanz-Bayona, M.T. y Gil-Lacruz, A.I. (2013) "Economic valuation of health care services in public health systems: a study about Willingness to Pay (WTP) for nursing consultations". PLoS ONE, 8(4), e62840.</p> <p>Gil-Lacruz, A.I. y Marcuello-Servos, C. (2013): "Voluntary work in Europe: comparative analysis among countries and welfare systems". Social Indicators Research, 2 (114), 371-382.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Proyecto: Análisis del voluntariado en el tercer sector de acción social turolense. Propuesta de mejoras en la gestión del voluntariado en las organizaciones, de la Fundación Universitaria "Antonio Gargallo", 2 años (2015/16). Investigador principal: Isabel Saz Gil.</p> <p>Proyecto: Estudio sobre la percepción de valor económico del usuario de las consultas de enfermería en Atención Primaria, mediante el método de la Valoración Contingente, del Conserjería de Sanidad. Comunidad de Madrid (2010-2012). Investigador principal: Jesús Martín Fernández.</p>
CV en web (si disponible):	http://bycs.unizar.es/miembros.html

Apellidos, Nombre	Guinalú Blasco, Miguel
Categoría Profesional	Profesor Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	3
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Casaló, L.; Flavián, C.; Guinalú, M; Ekinci, Y. (2015). "Do online hotel rating schemes influence booking behaviors?", <i>International Journal of Hospitality Management</i>, Vol. 49, pp. 28-36.</p> <p>Casaló, L.; Flavián, C.; Guinalú, M.; Ekinci, Y. (2015). "Avoiding the dark side of positive online reviews: enhancing its usefulness for high risk averse consumers", <i>Journal of Business Research</i>, Vol. 18 (4), pp. 275-292.</p> <p>Casaló, L.; Flavián, Carlos; Guinalú, Miguel (2013). "New members' integration: key factor of success in online travel communities", <i>Journal of Business Research</i>, Vol. 66 (6), pp. 706-710.</p> <p>Casaló, L.; Flavián, C.; Guinalú, M. (2011). "The generation of trust in the online services and product distribution: the case of Spanish electronic commerce", <i>Journal of Electronic Commerce Research</i>, Vol. 12, No. 3, pp. 119-213.</p> <p>Casaló, L.; Flavián, Carlos; Guinalú, Miguel (2011). "Antecedents and consequences of consumer participation in online communities: the case of the travel sector", <i>International Journal of Electronic Commerce</i>. Vol. 15, No. 2, pp. 137 – 167.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Título del proyecto: "El comportamiento del consumidor ante el canal físico y virtual: claves para la gestión del cliente multicanal" ECO2012-36031 Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad Duración: 1/2/2013-31/1/2016 Cuantía de la subvención: 18.500 euros Investigador principal: Dr. Carlos Flavián Blanco</p> <p>Título del proyecto: "Claves del Comportamiento del Consumidor en las Redes Sociales Virtuales. Un Análisis Multicultural para la Gestión Empresarial y del Conocimiento" (ECO2009-10157) Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación Duración: 01/01/2010-30/9/2013 Cuantía de la subvención: 98.010 euros Entidades participantes: Investigador principal: Dr. Carlos Flavián Blanco</p>

Apellidos, Nombre	GURREA SARASA, RAQUEL
Categoría Profesional	PROF. TITULAR UNIVERSIDAD
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	2
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Flavián, C., Gurrea, R. and Orús, C.(2017). “The influence of online product presentation videos on persuasion and purchase channel preference: The role of imagery fluency and need for touch”, Telematics and Informatics, 34, 8, December 2017, pp. 1544-1556</p> <p>Flavián, C., Gurrea, R. and Orús, C.(2016). “Choice confidence in the webrooming purchase process: The impact of online positive reviews and the motivation to touch”. Journal of Consumer Behavior, 15, 5, September/October 2016, pp. 459–476</p> <p>Orús, C., Gurrea, R. and Flavián, C.(2016). “Facilitating imaginations through online product presentation videos: effects on imagery fluency, product attitude and purchase intention”, Electronic Commerce Research, 17, 4, pp. 661-700</p> <p>Flavián, C., Gurrea, R. and Orús, C.(2013). “The Role of Symbols Signalling the Product Status on Online Users’ Information Processing”, Online Information Review, 37, pp. 8-27.</p> <p>Flavián, C., Gurrea, R. and Orús, C.(2012). “An Integrative Perspective of Online Foraging Behavior with Search Engines”, Psychology & Marketing, 29, pp. 836-849.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Eco2012-36031 El comportamiento del consumidor ante el canal físico y virtual: claves para la gestión del cliente multicanal. Investigador/es responsable/es: Carlos Flavián Blanco Número de investigadores/as: 10 Entidad/es financiadora/s: MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD Fecha de inicio: 01/01/2013</p> <p>ECO2009-10157.Claves del comportamiento del consumidor en las redes sociales virtuales. Un analisis para la gestion empresarial y del conocimiento. Investigador/es responsable/es: Carlos Flavián Blanco Número de investigadores/as: 10 Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION Fecha de inicio: 01/01/2010</p>

Apellidos, Nombre	Hernández Ortega, Blanca
Categoría Profesional	Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	2
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>1.- Hernandez, B. (2016). "Don't believe strangers: Online consumer reviews and the role of social psychological distance", <i>Information & Management</i>, in press. DOI: 10.1016/j.im.2017.03.007. Impacto JCR 2016: 3.317 (Q1, Subjects: Management; Information Science; Computer Science).</p> <p>2.- Hernández-Ortega, B., Serrano-Cinca, C., Gómez-Meneses, F. (2014). "The firm's continuance intentions to use inter-organizational ICTs: The influence of contingency factors and perceptions", <i>Information & Management</i>, 51 (6), 747-761. Impacto JCR 2013: 1.78 (Q1, Subjects: Information Systems; Information Science; Computer Science) (Q2, Subject: Management).</p> <p>3.- Blasco-Arcas, L., Hernández-Ortega, B., Jiménez-Martínez, J. (2014). "The online purchase as a context for co-creating experiences: drivers of and consequences for customer behavior", <i>Internet Research</i>, 24 (3), 393-412. Impacto JCR 2014: 1.66 (Q2, Subjects: Business; Computer Science; Telecommunications).</p> <p>4.- Blasco-Arcas, L., Hernández-Ortega, B., Jiménez-Martínez, J. (2013). "Adopting televisión as a new channel for e-commerce. The influence of interactive technologies on consumer behavior", <i>Electronic Commerce Research Journal</i>, 13, 457-475. Impacto JCR 2013: 1.632 (Q2, Subjects: Business; Management).</p> <p>5.- Hernández-Ortega, B. (2011). "The role of post-use trust in the acceptance of a technology: Drivers and consequences", <i>Technovation</i>, 31 (10-11), 523-538. Impacto JCR 2011: 3.28 (Q1, Subjects: Engineering, Industrial; Management; Operations Research & Management Science).</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>1. ECO2015-64567-R: "El <i>social commerce</i> y su influencia en el valor del cliente", Plan Nacional de I+D+I. Ministerio de Economía y Competitividad, IP: Julio Jiménez, Universidad de Zaragoza, 01/2016 – 12/2018, 8.000 euros, investigador.</p> <p>2.- ECO2011-23027: "Hacia un nuevo modelo de gestión de las relaciones: integrando los comportamientos transaccionales y no transaccionales para explicar el valor del cliente", Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN), IP: Yolanda Polo, Universidad de Zaragoza, 01/2012- 12/2014, 90.000 euros, investigador.</p>

Apellidos, Nombre	Jiménez Martínez, Julio
Categoría Profesional	CU
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	3
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>C. Herrando, J. Jiménez y M.J. Martín (2018). From sPassion to sWOM: The role of flow, <i>Online Information Review</i>, vol.42, nº 2</p> <p>C. Herrando, J. Jiménez y M.J. Martín (2017). Passion at first sight: how to engage users in social commerce contexts; <i>Electronic Commerce Research</i>, vol.17, nº 4, pp 701-720.</p> <p>L. Blasco, B. Hernández y J. Jiménez (2016): Engagement platforms: the role of emotions to foster customer engagement and brand image in interactive media; <i>Journal of Service Theory and Practice</i>, vol. 26, nº 5, pp. 559-589.</p> <p>L. Blasco, B. Hernández y J. Jiménez (2014): The online purchase as a context for co-creating experiences: drivers of and consequences for customer behaviour; <i>Internet Research</i>, vol. 24, nº 3, pp. 393-411.</p> <p>L. Blasco, B. Hernández y J. Jiménez (2014): Collaborating Online: The Role of Interactivity and Personalization; <i>The Services Industries Journal</i>, Vol. 34, nº 8, pp. 677-698</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>El social commerce y su influencia en el valor del cliente <i>ENTIDAD FINANCIADORA</i>: Ministerio de Economía y Competitividad</p> <hr/> <p>Hacia un nuevo modelo de gestión de las relaciones: integrando comportamientos transaccionales y no transaccionales para explicar el valor del cliente <i>ENTIDAD FINANCIADORA</i>: Ministerio de Educación y Ciencia</p>

Apellidos, Nombre	Laura Lucia Palacios
Categoría Profesional	Contratado Doctor Indefinido
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	No disponible
Sexenios de investigación:	1 sexenio CNEAI (2006-2011)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Lucia-Palacios, L., Bordonaba-Juste, V., Polo-Redondo, Y. Grünhagen, M. (2016). "Complementarity IT resources to enable technological opportunism". <i>Information & Management</i>, Volumen: 53 (5) pp. 654-667. JCR (2016): 3.31 Q1 (32/193) Management</p> <p>Lucia-Palacios, L. Pérez-López, R., Polo-Redondo, Y. (2016). "Enemies Of Cloud Services Usage: Inertia And Switching Costs". <i>Service Business</i> (. DOI: 10.1007/s11628-015-0277-y), Volumen:10 (2) pp. 447-467 . JCR (2016): 1.812 Q2 (91/193) Management</p> <p>Lucia-Palacios, L., Bordonaba-Juste, V., Polo-Redondo, Y. Grünhagen, M. (2014). "E-business implementation and performance: analysis of mediating factors". <i>Internet Research</i>, Volumen:24 (2), pp.223-245. JCR 2014: 1.66 Q2 (45/115) Business</p> <p>Lucia-Palacios, L., Bordonaba-Juste, V., Polo-Redondo, Y., Grünhagen, M. (2014). "Technological opportunism effects on it adoption, intra-firm diffusion and performance: evidence from the U.S. and Spain". <i>Journal of Business Research</i>, Volumen:67 pp: 1178 -1188 JCR 2014: 1.48 Q2 (54/115) Business</p> <p>Bordonaba-Juste, V., Lucia-Palacios, L., Polo-Redondo, Y.(2012). "Antecedents and consequences of e-business use by European Retailers". <i>Internet Research</i>, Volumen: 22, nº 5 pp.532-550 JCR: (2012): 1.50 Q2: 46/116 Business</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>TÍTULO DEL PROYECTO: Marketing de experiencias para una gestión integral y rentable de las relaciones con los clientes</p> <p>ENTIDAD FINANCIADORA: Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN) ECO2014-54760.</p> <p>DURACIÓN 01/01/2015- 31/12/2017</p> <p>INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dra. Yolanda Polo y Javier Sesé</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO: "Hacia un nuevo modelo de gestión de las relaciones: integrando los comportamientos transaccionales y no transaccionales para explicar el valor del cliente"</p> <p>ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio De Ciencia Y Tecnología</p> <p>DURACIÓN: 01/01/20012- 31/12/2014</p> <p>INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dra. Yolanda Polo</p>

Apellidos, Nombre	MARCUELLO SERVÓS, CARMEN
Categoría Profesional	CATEDRÁTICA DE UNIVERSIDAD
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	3
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Gil-Lacruz, A. I., Marcuello, C. and Saz, I. (2017): Individual and Social Factors in Volunteering Participation Rates in Europe, Cross-Cultural Research, DOI: 10.1177/1069397117694135</p> <p>Paredes-Frigolett, H., Nachar-Calderón, P. & Marcuello, C. (2016) Modeling the governance of cooperative firms, Comput Math Organ Theory doi:10.1007/s10588-016-9219-z</p> <p>Bretos, I., & Marcuello, C. (2016). Revisiting Globalization Challenges and Opportunities in the Development of Cooperatives. <i>Annals of Public and Cooperative Economics</i>, DOI:10.1111/apce.12145</p> <p>Díaz-Foncea, M. and Marcuello, Carmen. (2016). <i>Social enterprises and their eco-systems: A European mapping report. Updated country report: Spain</i>. European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion.</p> <p>Díaz-Foncea, M. y Marcuello, C. (2015): Spatial patterns and determinants in New Firm Formation: are cooperatives different? <i>Small Business Economics</i>, pp. 44:171-187</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Nombre del proyecto: The “International Comparative Social Enterprise Models” (ICSEM) Project - Spanish Team</p> <p>Ámbito geográfico: Internacional no UE</p> <p>Entidad de realización: EMES Research Network and Interuniversity Attraction Pole Programme on Social Enterprise (IAP-SOCENT)</p> <p>Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Jacques Defourny; Marthe Nyssens</p> <p>Investigador/a del grupo: Millán Díaz Foncea y Carmen Marcuello</p> <p>Entidad/es financiadora/s: Interuniversity Attraction Pole Programme on Social Enterprise (IAP-SOCENT)</p> <p>Fecha de inicio-fin: 01/07/2012 - 30/09/2018</p> <p>Denominación del proyecto: Economía Colaborativa, Economía Social y Bienestar</p> <p>Ámbito geográfico: Nacional</p> <p>Entidad de realización: Universitat de València</p> <p>Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): María del Pilar Alguacil Mari</p> <p>Entidad/es financiadora/s: Ministerio de Economía y Competitividad</p> <p>Investigadores/as del grupo: Carmen Marcuello Servós</p> <p>Fecha de inicio-fin: 01/01/2016 - 31/12/2019</p>

CV en web (si disponible):

<https://empresa.unizar.es/personal/maria-del-carmen-marcuello-servos>

Apellidos, Nombre	MARTÍN DE HOYOS, Mª JOSÉ
Categoría Profesional	Titular De Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	1
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Herrando, C., Jiménez-Martínez, J., Martín-De Hoyos, M.J. (2017). "Passion at first sight: How to engage users in social commerce contexts", <i>Electronic Commerce Research</i>, 17(4),pp. 701-720 DOI: 10.1007/s10660-016-9251-6. ISSN 1389-5753. JCR I.F. 2016: 1.534 Q2 Information Science & Library Science; Q3 Computer Science, Information Systems.</p> <p>Hernández B., J. Jiménez y M.J. Martín (2010). "Customer Behavior in Electronic Commerce: The Moderating Effect of e-Purchasing Experience", <i>Journal of Business Research</i>, vol.63, nº 9-10, pp. 964-971. JCR I.F.:1.773; Q2 Business. Citas: 187 en Google Scholar, 78 en Scopus; 63 en JCR.</p> <p>Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J. (2009). "The Impact of Self-Efficacy, Ease of Use and Usefulness on e-Purchasing: An Analysis of Experienced e-Shoppers", <i>Interacting with Computers</i>, vol. 21, nº 1-2, pp.146-156 I.F.: 1,698; Q1; Ergonomics; Q2 Computer Science-Cybernetics. Citas: 90 citas en Google Scholar, 45 en Scopus, 27 en JCR.</p> <p>Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J. (2009). "Future Use Intentions versus Intensity of Use: An Analysis of Corporate Technology Acceptance", <i>Industrial Marketing Management</i>, vol.38, pp.338-354. JCR I.F.: 1,333 ; Q2 Management; Q3 Business. Citas : 21 en Google Scholar, 11 en Scopus, 6 en JCR.</p> <p>Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J. (2008). "Extending the Technology Acceptance Model to Include the IT Decision-Maker: A Study of Business Management Software", <i>Technovation</i>, vol. 28, nº 3, pp.112-121. I.F.:1,907; Q1 Engineering-Industrial; Q1 Operations Research&Management Science; Q2 Business. Citas: 125 en Google Scholar, 56 en Scopus, 44 en JCR.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>TÍTULO DEL PROYECTO: El Social Commerce y su influencia en el valor del cliente</p> <p>ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Economía y Competitividad, ECO2015-64567-R</p> <p>DURACIÓN: 2016-2018</p> <p>INVESTIGADOR PRINCIPAL: Julio Jiménez Martínez</p> <p>TÍTULO DEL PROYECTO: Hacia un nuevo modelo de gestión de las relaciones: integrando comportamientos transaccionales y no transaccionales para explicar el valor del cliente</p> <p>ENTIDAD FINANCIADORA: MICINN</p> <p>DURACIÓN: Enero 2012 - junio2015</p> <p>INVESTIGADOR PRINCIPAL: Yolanda Polo Redondo</p>

Apellidos, Nombre	Martínez Salinas, Eva
Categoría Profesional	Catedrática de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	4
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Bravo, R., Buil, I., de Chernatony, L. y Martínez, E. (2017) "Brand Identity Management and Corporate Social Responsibility: An Analysis from Employees' Perspective in the Banking Sector", Journal of Business Economics and Management, Vol. 18(2), pp. 241-257.</p> <p>Buil, I., Catalán, S. y Martínez, E. (2016) "Do Clickers Enhance Learning? A Control-Value Theory Approach", Computers & Education, Vol. 103, pp. 170-182.</p> <p>Buil, I., Martínez, E. y Matute, J. (2016), "From internal brand management to organizational citizenship behaviours: Evidence from frontline employees in the hotel industry", Tourism Management, Vol. 57, pp. 256-271.</p> <p>Buil, I., Catalán, S. y Martínez, E. (2016) "The Importance of Corporate Brand Identity in Business Management: An Application to the UK Banking Sector", BRQ Business Research Quarterly, Vol. 19(1), pp. 3-12.</p> <p>Buil, I., de Chernatony, L. y Martínez, E. (2013) "Examining the Role of Advertising and Sales Promotions in Brand Equity Creation", Journal of Business Research, vol.66(1), pp.115-122.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Título: La gestión interna y externa de la marca desde la perspectiva del marketing. Un estudio aplicado a sectores de servicios (ECO2013-41257-P)</p> <p>Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad</p> <p>Investigador principal: Dra. Eva Martínez Salinas, Universidad de Zaragoza</p> <p>Desde: enero, 2014 hasta: diciembre, 2017.</p> <p>Título: Imagen Corporativa como Elemento de la Estrategia de Marketing: Un Estudio Aplicado al Sector de la Banca Comercial en España y Reino Unido (ECO2009-08283)</p> <p>Entidad financiadora: Subdirección General de Proyectos de Investigación del Ministerio de Ciencia e Innovación</p> <p>Investigador principal: Dra. Eva Martínez Salinas, Universidad de Zaragoza</p> <p>Duración, desde: enero, 2010 hasta: diciembre, 2013</p>

Apellidos, Nombre	MARTINEZ SANCHEZ, ANGEL
Categoría Profesional	CATEDRATICO DE UNIVERSIDAD
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	6
Sexenios de investigación:	5
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Silvia Vicente Oliva, Angel Martínez Sánchez y Luis Berges Muro (2015), “Research and development project management practices and absorptive capacity: Empirical evidence from Spanish firms”, International Journal of Project Management, Vol. 33 N.8, pp. 1704-1716.</p> <p>M^a José Vela Jiménez, Ángel Martínez Sánchez, Manuela Pérez Pérez y Silvia Abella Garcés (2014), “How environmental changes and cooperation moderate labour flexibility and firm performance?”, Personnel Review, Vol. 43 N. 6, pp. 915-936.</p> <p>Silvia Vicente Oliva, Angel Martínez Sánchez y Luis Berges Muro (2016) “Enhancing the outcomes in R&D collaborative projects: an empirical analysis of the Middle Ebro Valley in Spain”, International Journal of Innovation Management, Vol. 20 N. 5.</p> <p>Martínez Sánchez, Ángel; Vela Jiménez, M^a José; Pérez Pérez, Manuela; de Luis Carnicer, Pilar (2011). “The dynamics of labour flexibility: Relationships between employment type and innovativeness”, Journal of Management Studies, Vol. 48-4, pp. 715-736.</p> <p>Ángel Martínez, M^a José Vela, Manuela Pérez y Pilar de Luis (2009), “Inter-organizational cooperation and environmental change: moderating effects between flexibility and innovation performance”, British Journal of Management, Vol. 20 N^o 4, pp. 537-561.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Título del proyecto: ECO2014-56912-R Nuevos modelos de flexibilidad de recursos humanos, innovación y capacidad de absorción en la generación de ventajas competitivas empresariales</p> <p>Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Nacional de I+D+i</p> <p>Duración, desde: 1-1-2015 hasta: 31-12-2017</p> <p>Investigador responsable: Angel Martínez Sánchez</p> <p>Número de investigadores participantes: 5</p> <hr/> <p>Título del proyecto: UZCUD2014-SOC-02 Definición de la estrategia tecnológica en empresas que suministran tecnología a defensa</p> <p>Entidad financiadora: Universidad de Zaragoza – Centro Universitario de Defensa.</p>

	Duración, desde: 1-10-2014 hasta: 30-9-2015 Investigador responsable: Angel Martínez Sánchez Número de investigadores participantes: 3
CV en web (si disponible):	Código ORCID ID orcid.org/0000-0001-6602-8901 - Scopus Author ID: : 6701820586 - Indexado con el nº 2317 (Julio 2016) en el ranking web de Universidades y científicos http://www.webometrics.info/en/node/167

Apellidos, Nombre	MARZO NAVARRO, MERCEDES
Categoría Profesional	TITULAR UNIVERSIDAD
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	3
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Marzo, M., Pedraja, M. & Rivera, P. (2010) The Effect of Nationality of Origin on Satisfaction: An Application for the Public Sector of Social Housing, Total Quality Management & Business Excellence, 21(4): 849-861.</p> <p>Marzo, M. & Pedraja, M. (2012) Critical factors of wine tourism: incentives and barriers from the potential tourist's perspective, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 24 (2): 312-334.</p> <p>Marzo, M. & Pedraja, M. (2014): Desarrollo del Enoturismo desde la Perspectiva de las Empresas Familiares, Cuadernos de Turismo, 34: 233-249</p> <p>Marzo, M., Pedraja, M., & Vinzon, L. (2015): Sustainability Indicators of rural Tourism from the Perspective of the Residents, Tourism Geographies, 17(4); 586-602</p> <p>Marzo, M., Pedraja, M., & Vinzon, L. (2016): Development and Validation of the Measurement Instruments of the Determinants Elements of Integrated Rural Tourism. Journal of Hospitality & Tourism Research, 40(4), 476-496</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>La Rentabilidad del Marketing y la Participación de los Clientes en Sistemas de Distribución de Servicios (2012)</p> <p>Análisis de los Canales de Distribución a través de la Oferta y Demanda de Servicios de Distribución y de la participación del Consumidor (2013)</p>

Apellidos, Nombre	Montaner Gutiérrez, M ^a Teresa
Categoría Profesional	Profesora Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	4
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Buil. I.; de Chernatony, L. y Montaner, T. (2013). "Factors Influencing Consumer Evaluations of Gift Promotions", <i>European Journal of Marketing</i>, Vol. 47(3/4), pp. 574-595.</p> <p>Buil. I.; Martínez, E. y Montaner, T. (2012). "La Influencia de las Acciones de Marketing con Causa en la Actitud hacia la Marca", <i>Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa</i>, Vol 15 (2), pp. 84-93.</p> <p>Buil. I.; Melero, I. y Montaner, T. (2012). "La Estrategia de Marketing con Causa: Factores Determinantes de su Éxito", <i>Universia Business Review</i>, N^o 36, pp. 90-107.</p> <p>Buil. I.; de Chernatony, L. y Montaner, T. (2011). "Consumer Response to Gift Promotions", <i>Journal of Product & Brand Management</i>, Vol. 20 (2), pp. 101-110.</p> <p>Martínez, E.; Montaner, T. y Pina, J.M. (2009). "Brand Extension Feedback: The Role of Advertising", <i>Journal of Business Research</i>, Vol. 62 (3), pp. 305-313.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Título del proyecto: La gestión interna y externa de la marca desde la perspectiva del marketing. Un estudio aplicado a sectores de servicios.</p> <p>Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad</p> <p>Duración, desde: Enero 2014 hasta: Diciembre 2017 Cuantía de la subvención: 39.809 €</p> <p>Investigador responsable: Dra. Dña. Eva Martínez Salinas</p> <p>Número de investigadores participantes: 8</p> <p>Título del proyecto: Imagen Corporativa como Elemento de la Estrategia de Marketing: Un Estudio Aplicado al Sector de la Banca en España y Reino Unido.</p> <p>Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación</p> <p>Duración, desde: Enero 2010 hasta: Diciembre 2012 Cuantía de la subvención: 75. 000 €</p> <p>Investigador responsable: Dra. Dña. Eva Martínez Salinas</p> <p>Número de investigadores participantes: 12</p>

Apellidos, Nombre	Orús Sanclemente, Carlos
Categoría Profesional	Profesor Contratado Doctor interino
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	-
Sexenios de investigación:	1 (ACPUA)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Flavián, C, Gurrea, R., Orús, C. (2017). "The influence of online product presentation videos on persuasion and purchase channel preference: The role of imagery fluency and need for touch", Telematics and Informatics, 34(8), 1544-1556.</p> <p>Orús, C., Gurrea, R., Flavián, C. (2017). "Facilitating imaginations through online product presentation videos: effects on imagery fluency, product attitude and purchase intention", Electronic Commerce Research, 17(4), 661-700.</p> <p>Flavián, C, Gurrea, R., Orús, C. (2016). "Choice confidence in the webrooming purchase process: The impact of online positive reviews and the motivation to touch", Journal of Consumer Behaviour, Vol. 15, pp. 459-476, 2016.</p> <p>Flavián, C, Gurrea, R., Orús, C. (2012). "An Integrative Perspective of Online Foraging Behavior with Search Engines", Psychology & Marketing, Vol. 29, pp. 836-849.</p> <p>Flavián, C., Gurrea, R. y Orús, C. (2011). "Analyzing the Emotional Outcomes of the Online Search Behavior with Search Engines", Computers in Human Behavior, Vol. 27, pp. 540-551.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>El Comportamiento del Consumidor ante el Canal Físico y Virtual: Claves para la Gestión del Cliente Multicanal (ECO2012-36031), MINECO. Ministerio de Economía y Competitividad, Enero 2013-Septiembre 2016, IP: Dr. Carlos Flavián Blanco, participación como parte del equipo investigador.</p> <p>Trusted Architectures for Securely Shared Services. TAS3. FP7-ICT-2007-1, Comisión Europea, Enero 2008 – Junio 2010, IP: Dr. Carlos Flavián Blanco, participación como miembro del equipo investigador.</p>

	Apellidos, Nombre	Ortega-Lapiedra Raquel
	Categoría Profesional	Profesor Titular de Universidad
	Quinquenios docentes evaluados positivamente:	4
	Sexenios de investigación:	1
4	Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Molina, J. A.; Campaña, J. C.; Ortega, R. Children's interaction with the Internet: time dedicated to communications and games. <i>Applied Economics Letters</i>. 24 - 6, pp. 359 - 364. 2017. ISSN 1350-4851. DOI: 10.1080/13504851.2016.1192270</p> <p>Velilla, J.; Ortega, R. Determinants of entrepreneurship using fuzzy set methods: Europe vs. non-Europe. <i>Applied Economics Letters</i>. pp. 1 - 7. 2017. ISSN 1350-4851. DOI: 10.1080/13504851.2016.1276262</p> <p>Scarpellini, S.; Ortega-Lapiedra, R.; Marco Fondevila, M. A.; Aranda-Usón, A. Eco-Innovation and the corporate entrepreneurship: A multiple case study in eco-innovative industries. <i>International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research</i>. 23 - 6, pp. 919 - 933. 2017. DOI: 10.1108/IJEER-07-2017-0219</p> <p>Gil, A. J.; Molina, J. A.; Ortega, R. Determinants of training transfer in the wine industry: conceptual hypotheses and results for Rioja (Spain). <i>Journal Of Wine Research</i>. 27 - 1, pp. 65 - 83. 2016. DOI: 10.1080/09571264.2015.1116440</p> <p>Giménez Nadal, J. I. Y Ortega, R. Time dedicated to family by university students: Differences by academic area in a case study. <i>Journal Of Family And Economic Issues</i>. 36 - 1, pp. 132 - 142. 2015. DOI: 10.1007/s10834-014-9399-y</p>
1	Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Nombre del proyecto: ECO2016-74920-C2-1-R: COORDINADOR: MODELOS PREDICTIVOS DE CONDUCTA DE ECONOMÍA CIRCULAR EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS A TRAVÉS DE ANÁLISIS CONTABLE Y FINANCIERO.</p> <p>Ámbito geográfico: Nacional</p> <p>Entidad de realización: Facultad De Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza</p> <p>Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): José Mariano Moneva Abadía</p> <p>Nº de investigadores/as: 13</p> <p>Entidad/es financiadora/s: MINECO. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD</p> <p>Fecha de inicio-fin: 30/12/2016 - 29/12/2019</p> <p>Nombre del proyecto: MODELOS DE EVALUACION MULTICRITERIO Y MULTI OBJETIVO DEL DESEMPEÑO EMPRESARIAL EN ECO-INNOVACION. ALGORITMOS GENETICOS PARA LA CONDUCTA ECO-INNOVADORA SECTORIAL.</p> <p>Ámbito geográfico: Nacional</p> <p>Entidad de realización: Facultad De Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza</p> <p>Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):</p>

	<p>Sabina Scarpellini</p> <p>N° de investigadores/as: 8</p> <p>Entidad/es financiadora/s: MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD</p> <p>Fecha de inicio-fin: 01/01/2014 - 31/12/2016</p> <p>Duración: 3 años</p>
--	---

Apellidos, Nombre	Palomas Doña, Sergio
Categoría Profesional	Contratado Doctor Interino
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	No aplica
Sexenios de investigación:	1 (ACPUA)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Gómez, J., Orcos, R. y Palomas, S. (2017) "Do strategic groups explain differences in multimarket competition spillovers?" <i>Strategic Organization</i> 15(3): 367-389</p> <p>Fuentelsaz, L; Gómez, J. y Palomas, S. (2016). "Interdependences in the intrafirm diffusion of technological innovations: Confronting the rational and social accounts of diffusion" <i>Research Policy</i> 45, 951-963</p> <p>Gómez, J., Orcos, R. y Palomas, S. (2016). "Competitors' strategic heterogeneity and firm performance", <i>Long Range Planning</i>, 49, 145-163</p> <p>Fuentelsaz, L; Gómez, J. y Palomas, S. (2012) "Production technologies and financial performance: The effect of uneven diffusion among competitors" <i>Research Policy</i>, 41 (2), 401-413.</p> <p>Fuentelsaz, L.; Gómez, J. y Palomas, S. (2009) "The effects of new technologies on productivity: an intrafirm diffusion-based assessment", <i>Research Policy</i>, 38 (7), 1172-1180</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>TÍTULO: Estrategias de Innovación y Emprendimiento ante el nuevo Entorno Económico e Institucional (referencia ECO2014-53904-R) ENIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Economía y Competitividad INICIO: 01/01/2015 FIN: 31/12/2017 INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dr. Juan Pablo Maicas y Dr. Lucio fuentelsaz Lamata</p> <p>TÍTULO: Ventajas del Pionero tras una Discontinuidad Tecnológica. Desarrollo Metodológico e Identificación de Diferencias entre Incumbentes, Entrantes de Novo y entrantes de Alio (Referencia JIUZ-2015-SOC-09) ENIDAD FINANCIADORA: Ibercaja y Universidad de Zaragoza INICIO: 01/01/2016 FIN: 31/12/2016 INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dr. Sergio Palomas Doña</p>

Apellidos, Nombre	PEDRAJA IGLESIAS, MARTA
Categoría Profesional	TITULAR UNIVERSIDAD (Acreditada a Cátedra desde Octubre 2014)
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	3 (1996-2001; 2002-2007; 2008-13)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Marzo, M., Pedraja, M. & Rivera, P. (2010) The Effect of Nationality of Origin on Satisfaction: An Application for the Public Sector of Social Housing, Total Quality Management & Business Excellence, 21(4): 849-861.</p> <p>Marzo, M. & Pedraja, M. (2012) Critical factors of wine tourism: incentives and barriers from the potential tourist's perspective, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 24 (2): 312-334.</p> <p>Marzo, M. & Pedraja, M. (2014): Desarrollo del Enoturismo desde la Perspectiva de las Empresas Familiares, Cuadernos de Turismo, 34: 233-249</p> <p>Marzo, M., Pedraja, M., & Vinzon, L. (2015): Sustainability Indicators of rural Tourism from the Perspective of the Residents, Tourism Geographies, 17(4); 586-602</p> <p>Marzo, M., Pedraja, M., & Vinzon, L. (2016): Development and Validation of the Measurement Instruments of the Determinants Elements of Integrated Rural Tourism. Journal of Hospitality & Tourism Research, 40(4), 476-496</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>La Rentabilidad del Marketing y la Participación de los Clientes en Sistemas de Distribución de Servicios (2012)</p> <p>Análisis de los Canales de Distribución a través de la Oferta y Demanda de Servicios de Distribución y de la participación del Consumidor (2013)</p>

Apellidos, Nombre	Pérez Pérez, Manuela
Categoría Profesional	Titular Universidad. Acreditada a Catedrático
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	4
Sexenios de investigación:	3
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Autores (p.o. de firma): Ángel Martínez, M^a José Vela, Manuela Pérez y Pilar de Luis</p> <p>Título: Inter-organizational cooperation and environmental change: moderating effects between flexibility and innovation performance</p> <p>Revista: British Journal of Management</p> <p>Indicios de calidad: ISI JCR-SSCI. Factor de impacto 1,448.</p> <p>Volumen: 20, N° 4, Páginas, inicial: 537 final: 561 Fecha: 2009</p> <p>Autores (p.o.de firma): Angel Martínez, María José Vela, Manuela Pérez y Pilar de Luis</p> <p>Título: The dynamics of labour flexibility: Relationships between employment type and innovativeness</p> <p>Revista: Journal of Management Studies</p> <p>Volumen: 48, N° 4 Páginas, inicial: 715 final: 736 Fecha: 2011</p> <p>Revista indexada en el 2009 JCR Social Sciences Edition. Factor de impacto 4,255.</p> <p>Autores (p.o.de firma): Ángel Martínez, María José Vela, Manuela Pérez y Pilar de Luis</p> <p>Título: Innovación y flexibilidad de recursos humanos: el efecto moderador del dinamismo del entorno</p> <p>Revista: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa</p> <p>Indicios de calidad: Revista indexada en IN-RECS (Indice de Impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales) con el índice de impacto en 2011 de 0,122</p> <p>Volumen: 20, N° 1 Páginas, inicial: 41 final: 68</p> <p>Fecha: 2011</p> <hr/> <p>Autores (p.o.de firma): Ángel Martínez, María José Vela, Manuela Pérez y Pilar de Luis</p> <p>Título: Innovation and labour flexibility: An empirical study of differences across Industries and type of innovation</p> <p>Revista: The International Journal of Manpower</p> <p>Indicios de calidad: ISI JCR-SSCI Factor de impacto 0,329.</p>

	<p>Volumen: 30, N° 4</p> <p>Páginas, inicial: 360 final: 376 Fecha: 2009</p> <p>Autores (p.o.de firma): María José Vela, Angel Martínez, Manuela Pérez y Silvia Abella</p> <p>Título: How environmental changes and cooperation moderate labour flexibility and firm performance</p> <p>Revista: Personnel Review</p> <p>Volumen: 43 (6) Páginas, inicial: 915 final: 936 Fecha: 2014</p> <p>Revista indexada en el 2009 JCR Social Sciences Edition. Factor de impacto en 2013 0,962.</p>
<p>Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):</p>	<p>Título del proyecto: Teletrabajo, conciliación y resultado en las organizaciones.</p> <p>Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional de I+D+i.</p> <p>Entidades participantes: Universidad de Zaragoza</p> <p>Duración: desde 1-1-2011 hasta: 31-12-2013.</p> <p>Investigadora responsable: Manuela Pérez Pérez</p> <p>Número de investigadores participantes: 6</p> <p>Título del proyecto: Nuevos modelos de flexibilidad de recursos humanos, innovación y capacidad de absorción en la generación de ventajas competitivas empresariales.</p> <p>Entidad financiadora: Ministerio de Economía y competitividad-Plan ECO2014-56912-R. Duración: desde 1-1-2015 hasta 31-12-2017. Investigador responsable: Angel Martínez Sánchez.</p> <p>Número de investigadores participantes: 6</p>

Apellidos, Nombre	Pina Pérez, José Miguel
Categoría Profesional	Profesor titular de universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	3
Sexenios de investigación:	2 (CNEAI)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Martínez, E.; Montaner, T. y Pina, J.M. (2009), "Brand Extension Feedback: The Role of Advertising", Journal of Business Research, Vol. 62, 3 (Marzo), pp. 305-313.</p> <p>Bravo, R.; Matute, J. y Pina, J.M. (2011), "The Influence of Corporate Social Responsibility and Price Fairness on Customer Behaviour: Evidences from the Financial Sector", Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Vol. 18 (6), pp. 317-331.</p> <p>Bravo, R.; Matute, J. y Pina, J.M. (2012), "Corporate Social Responsibility as a Vehicle to Reveal the Corporate Identity: a Study Focused on the Websites of Spanish Financial Entities", Journal of Business Ethics, Vol. 107 (2), 129-146.</p> <p>Dall'Olmo Riley, F.; Pina, J.M. y Bravo, R. (2013), "Downscale Extensions: Consumer Evaluation and Feedback Effects", Journal of Business Research, Vol. 66 (2), pp. 196-206.</p> <p>Pina, J.M., Dall'Olmo Riley, F. y Lomax, W. (2013), "Generalizing Spillover Effects of Goods and Services Brand Extensions: A Meta-Analysis Approach", Journal of Business Research, 66, 1411-1419.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Título: Imagen Corporativa como Elemento de la Estrategia de Marketing: Un Estudio Aplicado al Sector de la Banca Comercial en España y Reino Unido. Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Investigador principal: Dra. Eva Martínez Duración: 2009-2012</p> <p>Título: La Gestión Interna y Externa de la Marca desde la Perspectiva del Marketing. Un Estudio Aplicado a Sectores de Servicios. Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad Investigador principal: Dra. Eva Martínez Duración: 2014-2017</p>

Apellidos, Nombre	POLO REDONDO, J.M. YOLANDA
Categoría Profesional	CATEDRÁTICA DE UNIVERSIDAD
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	7
Sexenios de investigación:	5 (SE SOLICITA EL 6 ESTE AÑO)
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Kumar, Vk., Petersen, A., Polo, Y. and Sesé, F.J. (2017). “Unlocking the Power of Marketing: Understanding the Links between Customer Mindset Metrics, Behavior, and Profitability,” <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i>, in press.</p> <p>Polo, Yolanda and F. Javier Sese (2017). “Does the Nature of the Interaction Matter? Understanding Customer Channel Choice for Purchases and Communications”. <i>Journal of Service Research</i>, in press.</p> <p>Lucia, L., Bordonaba, V., Polo, Y. and Grünhagen, M. (2016). “Complementary IT resources for enabling technological opportunism”. <i>Information & Management</i>, 53: 654-667.</p> <p>Lucia-Palacios, L., Pérez-López, R. y Polo-Redondo, Y. “Enemies Of Cloud Services Usage: Inertia And Switching Costs”, <i>Service Business</i> (aceptado para su publicación. DOI: 10.1007/s11628-015-0277-y)</p> <p>Bordonaba, V., Grünhagen, M., Lucia, L. y Polo, Y. (2014) “Technological opportunism effects on IT adoption, intra-firm diffusion and performance: evidence from the U.S. and Spain”, <i>Journal of Business Research</i>, vol.67, pp. 1178-1188.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>ECO2014-54760: “Marketing de experiencias para una gestión integral y rentable de las relaciones con los clientes”. Investigadores principales: Yolanda Polo Redondo y Javier Sesé.</p> <p>ECO2011-23027: “Hacia un modelo de gestión de las relaciones: integrando los comportamientos transaccionales y no transaccionales para explicar el valor del cliente”, concedido por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Investigadora principal: Yolanda Polo Redondo.</p>
CV en web (si disponible):	http://generes.unizar.es/es/miembros/yolanda-polo-redondo/breve-cv/

Apellidos, Nombre	Marisa Ramírez Alesón
Categoría Profesional	CU
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	3
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Fernández-Olmos, M. y Ramírez-Alesón, M. (2017). "How internal and external factors influence the dynamics of SME technology collaboration networks over time", Technovation, 64-65, pp. 16-27.</p> <p>Ramírez-Alesón, M., y Fleita-Asín, J. (2016). Is the Importance of Location Factors Different Depending on the Degree of Development of the Country?. Journal of International Management, 22(1), 29-43.</p> <p>García-Bernal, Javier y Ramírez-Alesón, Marisa (2010): " Increasing the Organizational Performance Benefits of TQM: An Approach based on Organizational Design", Total Quality Management & Business Excellence, Vol 21, nº 4, pp. 363-382</p> <p>Cañón de Francia, Joaquín; Garcés Ayerbe, Concepción; Ramírez Alesón, Marisa (2008): "Analysis of the Effectiveness of the First European Pollutant Emission Register (EPER)", Ecological Economics nº 67 (doi:10.1016/j.ecolecon.2007.11.016), PP. 83-92.</p> <p>Delgado-Gómez, JM., Ramírez-Alesón, M. y Espitia-Escuer, M. (2004): "Intangible Resources as a Key Factor in the Internationalisation of Spanish Firms". Journal of Economic Behavior & Organization, Vol. 53/4, pp. 477-494.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Grupo de Investigación Consolidado S125 COMPETE: Análisis Empresarial y Competitividad. Reconocido por la DGA desde 1/01/2014. Investigador Principal: Marisa Ramírez Alesón.</p> <p>Título: Competitividad empresarial desde la innovación, la calidad y la gestión responsable. MEC-FEDER. Ref. ECO2016-77843. del 1/01/2017 al 31/12/2020. Investigador Principal: Manuel Espitia Escuer y Jorge Rosell Martínez.</p>
CV en web (si disponible):	<p>https://grupocompete.wordpress.com/marisa-ramirez-aleson/</p> <p>https://empresa.unizar.es/personal/maria-luisa-ramirez-aleson</p>

Apellidos, Nombre	RIVERA TORRES, PILAR
Categoría Profesional	TU
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	3
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Araque-Padilla, R.; Montero-Simó, M. J.; Rivera-Torres, P.; Aragón-Gutiérrez, C. Moderating the Relationship Between Price and Perceived Value of Ethical Products. JOURNAL OF AGRICULTURAL & ENVIRONMENTAL ETHICS. 28 - 2, pp. 217 - 230. 2015. ISSN 1187-7863. DOI: 10.1007/s10806-014-9528-5. Índice de impacto: 1.188 (WOS)</p> <p>Rivera-Torres, P.; Garcés-Ayerbe, C.; Scarpellini, S.; Valero-Gil, J. Pro-Environmental Change and Short- to Mid-Term Economic Performance: The Mediating Effect of Organisational Design Change. ORGANIZATION & ENVIRONMENT. 28 - 3, pp. 307 - 327. 2015. ISSN 1086-0266. DOI: 10.1177/1086026615603867. Índice de impacto: 2.650 (WOS)</p> <p>Scarpellini, S.; Rivera-Torres, P.; Suárez-Perales, I.; Aranda-Usón, A. Analysis of Energy Poverty Intensity from the Perspective of the Regional Administration: Empirical Evidence from Households in Southern Europe. ENERGY POLICY. 86 -, pp. 729 - 738. 2015. ISSN 0301-4215. DOI: 10.1016/j.enpol.2015.08.009. Índice de impacto: 3.045 (WOS)</p> <p>Garcés-Ayerbe, Conchita; Scarpellini, Sabina; Valero-Gil, Jesús; Rivera-Torres, Pilar. Proactive environmental strategy development: from laggard to eco-innovative firms. JOURNAL OF ORGANIZATIONAL CHANGE MANAGEMENT. 29 - 7, pp. 1118 - 1134. 2016. ISSN 0953-4814 DOI: 10.1108/JOCM-05-2016-0081 Índice de impacto: 0.761 (WOS)</p> <p>López Arceiz, Francisco José; Bellostas Pérezgrueso, Ana José; Rivera Torres, María Pilar. The Effects of Resources on Social Activity and Economic Performance in Social Economy Organizations. NONPROFIT MANAGEMENT & LEADERSHIP. 26 - 4, pp. 499 - 511. 2016. ISSN 1048-6682 DOI: 10.1002/nml.21204. Índice de impacto: 1.236 (WOS)</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Nombre del proyecto: ECO2013-48496-C4-3-R: HABILIDADES, TIC, PROPIEDAD Y ORGANIZACIÓN COMO DETERMINANTES DE LA PRODUCTIVIDAD, LOS SALARIOS Y LA DISTRIBUCIÓN DE TAMAÑOS EMPRESARIALES. Ámbito geográfico: Nacional. Entidad de realización: Facultad De Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza. Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Vicente Salas Fumas. Nº de investigadores/as: 10. Entidad/es financiadora/s: MINECO. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD. Fecha de inicio-fin: 01/01/2014 - 31/12/2016 Duración: 3 años. Cuantía total: 73.689 €</p> <p>Nombre del proyecto: ECO2010-21393-C04-04.COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR Y COMPETITIVO DE EMPRESAS SEGUN SU PROPIEDAD Y ORGANIZACION: IMPLICACIONES PARA EL DISEÑO DE INCENTIVOS Y LAS</p>

	FRONTERAS DE LA EMPRESA. Ámbito geográfico: Nacional. Entidad de realización: Facultad De Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza. Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Vicente Salas Fumas. N° de investigadores/as: 6. Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN. Fecha de inicio-fin: 01/01/2011 - 31/12/2013 Duración: 3 años. Cuantía total: 43.560 €
CV en web (si disponible):	https://www.researchgate.net/profile/Pilar_Rivera

Apellidos, Nombre	Rosell Martínez, Jorge
Categoría Profesional	Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	4
Sexenios de investigación:	1 ACPUA 1 CNEAI
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Marta Fernández-Olmos, Natalia Dejo, Jorge Rosell-Martinez (2016): Product differentiation strategy and vertical integration: an application to the DOC Rioja wine industry. <i>Journal of Business Economics and Management</i>, 17(5)</p> <p>Salas-Fumás, V, Jorge Rosell-Martinez, José Manuel Delgado-Gómez (2016): Capacity, investment and market power in the economic value of energy firms. <i>Energy Economics</i>, 53</p> <p>Alonso-Nuez, MJ; Rosell-Martinez, J; Muñoz-Porcar, A. (2015): Does deregulation encourage anticompetitive behavior?. <i>Journal of Competition Law and Economics</i>, 11(4)</p> <p>Rosell-Martinez, J; García-Vázquez, JM; Sánchez-Sellero, P. (2014): Innovation as a Driver of Absorptive Capacity from Foreign Direct Investment in Spanish Manufacturing Firms. <i>International Business Review</i>, 23(2)</p> <p>Rosell-Martinez, J; Sánchez-Sellero, P (2012): Foreign Direct Investment and Technical Progress in Spanish Manufacturing. <i>Applied Economics</i>, 44(19)</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DESDE LA INNOVACIÓN, LA CALIDAD Y LA GESTIÓN RESPONSABLE. Investigador Principal: Dres. Manuel Espitia Escuer y Jorge Rosell Martínez. Del 01-01-2017 a 31-12-2020 (4 años). Ministerio de Economía y Competitividad. Proyectos Excelencia 2016. ECO2016-77843 -P. (AEI/FEDER, UE). Importe total: 53.240 euros. Nº participantes: 12</p> <p>DECISIONES DE EXTERNALIZACIÓN EN EL ÁMBITO DE DEFENSA. ANÁLISIS DESDE LA ECONOMÍA DE LAS ORGANIZACIONES E IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS PÚBLICAS. Investigador Principal: Dr. Jorge Rosell Martínez. Del 01/01/2014 al 31/12/2015 (2 años). Centro Universitario de la Defensa. 2013-20. Importe total: 19.500 euros. Nº participantes: 15</p>
CV en web (si disponible):	https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Rosell-Martinez

Apellidos, Nombre	SALAS FUMAS, VICENTE
Categoría Profesional	CU
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	7
Sexenios de investigación:	6
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Alfredo Martín-Oliver, Sonia Ruano, Vicente Salas-Fumás (2017). "The fall of Spanish cajas: Lessons of ownership and governance for banks", Journal of Financial Stability, 33, 244-260.</p> <p>Vicente Salas-Fumás, Jorge Rosell-Martínez, José Manuel Delgado-Gómez (2016). "Capacity, investment and market power in the economic value of energy firms", Energy Economics, 53, 28-39</p> <p>La Empresa Familiar en España: Fundamentos Económicos y Resultados. (2003). Fundación BBVA. (ISBN: 84-95163-69-1), (Número de páginas 205). Autores: Galve Górriz, C. y Salas Fumás, V.</p> <p>"Ownership Structure and Firm Performance: Some Empirical Evidence from Spain" (1996). Managerial and Decision Economics. Editorial John Wiley & Sons Ltd. Vol. 17 nº 6, pp. 575-586. (ISSN: 0143-6570). Autores: Galve, C.; Salas, V.</p> <p>"¿Determina la Propiedad Familiar Diferencias en las Relaciones entre Preferencias, Comportamiento y Resultados en las Empresas Españolas Cotizadas" (2011). Revista de Economía Aplicada. Vol. XIX, nº 57, Invierno; pp. 5-34, (ISSN: 1133-455-X). Autores: Galve-Górriz, C. y Salas-Fumás, V.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Nombre del proyecto: ECO2013-48496-C4-3-R: HABILIDADES, TIC, PROPIEDAD Y ORGANIZACIÓN COMO DETERMINANTES DE LA PRODUCTIVIDAD, LOS SALARIOS Y LA DISTRIBUCIÓN DE TAMAÑOS EMPRESARIALES. Ámbito geográfico: Nacional. Entidad de realización: Facultad De Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza. Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Vicente Salas Fumas. Nº de investigadores/as: 10. Entidad/es financiadora/s: MINECO. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD. Fecha de inicio-fin: 01/01/2014 - 31/12/2016 Duración: 3 años. Cuantía total: 73.689 €</p> <p>Nombre del proyecto: ECO2010-21393-C04-04.COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR Y COMPETITIVO DE EMPRESAS SEGUN SU PROPIEDAD Y ORGANIZACION: IMPLICACIONES PARA EL DISEÑO DE INCENTIVOS Y LAS FRONTERAS DE LA EMPRESA. Ámbito geográfico: Nacional. Entidad de realización: Facultad De Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza. Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Vicente Salas Fumas. Nº de investigadores/as: 6. Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN. Fecha de inicio-fin: 01/01/2011 - 31/12/2013 Duración: 3 años. Cuantía total: 43.560 €</p>

Apellidos, Nombre	Sánchez Sellero, Pedro
Categoría Profesional	Profesor Titular de Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	Pendiente evaluación
Sexenios de investigación:	1
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Sánchez-Sellero, Pedro; Rosell Martínez, Jorge y García Vázquez, José Manuel (2014): "Absorptive capacity from foreign direct investment in Spanish manufacturing firms". <i>International Business Review</i>, 23(2): 429-439, http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.06.006</p> <p>Sánchez Sellero, Pedro; Rosell Martínez, Jorge y García Vázquez, José Manuel (2014): "Spillovers from foreign direct investment in Spanish manufacturing firms". <i>Review of International Economics</i>, 22(2): 342-351, http://dx.doi.org/10.1111/ROIE.12115</p> <p>Rosell Martínez, Jorge y Sánchez Sellero, Pedro (2012): "Foreign direct investment and technical progress in Spanish manufacturing". <i>Applied Economics</i>, 44 (19), 2473-2489, http://dx.doi.org/10.1080/00036846.2011.564155</p> <p>Sánchez Sellero, Pedro; Sánchez Sellero, María Carmen; Sánchez Sellero, Francisco Javier y Cruz González, María Montserrat (2015): "Effects of Innovation on Technical Progress in Spanish Manufacturing Firms". <i>Science Technology and Society</i>, 20(1): 44-59, http://dx.doi.org/10.1177/0971721814561396</p> <p>Sánchez Sellero, María Carmen; Sánchez Sellero, Pedro; Cruz González, María Montserrat y Sánchez Sellero, Francisco Javier (2017): "Stability and Satisfaction at Work During the Spanish Economic Crisis". <i>Prague Economic Papers</i>, 26(1): 72-89, http://dx.doi.org/10.18267/j.pep.596</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Investigador miembro del proyecto Competitividad empresarial desde la innovación, la calidad y la gestión responsable, concedido por Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO), referencia: ECO2016-77843-P, Investigadores principales: Manuel Espitia Escuer y Jorge Rosell Martínez, 16 investigadores participantes, dedicación única y completa, subvención: 44.000 euros, del 1 de enero de 2017 al 31 de diciembre de 2020. Entidad participante: Universidad de Zaragoza.</p> <p>Investigador principal del proyecto JIUZ-2016-SOC-13: Los mecanismos de los desbordamientos de la inversión extranjera directa en la cadena vertical, concedido por Universidad de Zaragoza, con 14 investigadores participantes, subvención: 2.000 euros, de 1 de enero a 31 de diciembre de 2017. Entidad participante: Universidad de Zaragoza.</p>
CV en web (si disponible):	<p>https://empresa.unizar.es/personal/pedro-sanchez-sellero</p> <p>https://grupocompete.wordpress.com/pedro-sanchez-sellero/</p>

Apellidos, Nombre	SESÉ OLIVÁN, FRANCISCO JAVIER
Categoría Profesional	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	2
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Petersen, J. Andrew; Kumar, V.; Polo, Yolanda; and Sese, F. Javier (2017), "Unlocking the power of marketing: understanding the links between customer mindset metrics, behavior, and profitability" <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i>, in press.</p> <p>Viswanathan, Vijay; Sese, F. Javier, and Krafft, Manfred (2017), "Social Influence in the Adoption of a B2B Loyalty Program: The Role of Elite Status Members." <i>International Journal of Research in Marketing</i>, Vol 34 (4), 901-918.</p> <p>Polo, Yolanda and Sese, F. Javier (2016), "Does the Nature of the Interaction Matter? Understanding Customer Channel Choice for Purchases and Communications." <i>Journal of Service Research</i>, 19 (3), 276-290.</p> <p>Cambra, Jesus; Kamakura, Wagner A.; Melero, Iguacel, and Sese, F. Javier (2016), "Are multichannel customers really more valuable? An analysis of banking services." <i>International Journal of Research in Marketing</i>, 33 (1), 208-212.</p> <p>Cambra, Jesús; Melero, Iguácel, y Sese, F. Javier (2015) "Managing Complaints to Improve Customer Profitability". <i>Journal of Retailing</i>, 91 (1), 109-124.</p>
Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):	<p>Marketing de Experiencias para una Gestión Integral y Rentable de las Relaciones con los Clientes (Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Ministerio de Economía y Competitividad, Enero 2015 a Diciembre 2017)</p> <p>Marketing Multicanal: Hacia una Gestión Integrada y Rentable de las Relaciones con los Clientes (Fundación Ramón Areces, Noviembre 2014 a Julio 2017)</p>
CV en web (si disponible):	http://generes.unizar.es/es/miembros/sese-olivan-francisco-javier/

Apellidos, Nombre	Vela Jiménez, María José
Categoría Profesional	Titular Universidad
Quinquenios docentes evaluados positivamente:	5
Sexenios de investigación:	2
Selección de 5 publicaciones (en el ámbito de la titulación):	<p>Autores (p.o. de firma): Ángel Martínez, M^a José Vela, Manuela Pérez y Pilar de Luis</p> <p>Título: Inter-organizational cooperation and environmental change: moderating effects between flexibility and innovation performance</p> <p>Revista: British Journal of Management</p> <p>Indicios de calidad: ISI JCR-SSCI. Factor de impacto 1,448.</p> <p>Volumen: 20, N° 4 Páginas, inicial: 537 final: 561 Fecha: 2009</p> <p>Autores (p.o.de firma): Angel Martínez, María José Vela, Manuela Pérez y Pilar de Luis</p> <p>Título: The dynamics of labour flexibility: Relationships between employment type and innovativeness</p> <p>Revista: Journal of Management Studies</p> <p>Volumen: 48, N° 4 Páginas, inicial: 715 final: 736 Fecha: 2011</p> <p>Revista indexada en el 2009 JCR Social Sciences Edition. Factor de impacto 4,255.</p> <p>Autores (p.o.de firma): Ángel Martínez, María José Vela, Manuela Pérez y Pilar de Luis</p> <p>Título: Innovación y flexibilidad de recursos humanos: el efecto moderador del dinamismo del entorno</p> <p>Revista: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa</p> <p>Indicios de calidad: Revista indexada en IN-RECS (Indice de Impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales) con el índice de impacto en 2011 de 0,122</p> <p>Volumen: 20, N° 1 Páginas, inicial: 41 final: 68</p> <p>Fecha: 2011</p> <p>Autores (p.o.de firma): Ángel Martínez, María José Vela, Manuela Pérez y Pilar de Luis</p> <p>Título: Innovation and labour flexibility: An empirical study of differences across Industries and type of innovation</p> <p>Revista: The International Journal of Manpower</p> <p>Indicios de calidad: ISI JCR-SSCI Factor de impacto 0,329.</p> <p>Volumen: 30, N° 4. Páginas, inicial: 360 final: 376</p> <p>Fecha: 2009</p>

	<p>Autores (p.o.de firma): María José Vela, Angel Martínez, Manuela Pérez y Silvia Abella</p> <p>Título: How environmental changes and cooperation moderate labour flexibility and firm performance</p> <p>Revista: Personnel Review</p> <p>Volumen: 43 (6) Páginas, inicial: 915 final: 936 Fecha: 2014</p> <p>Revista indexada en el 2009 JCR Social Sciences Edition. Factor de impacto en 2013 0,962.</p>
<p>Selección de 2 proyectos/contratos de investigación (en el ámbito de la titulación):</p>	<p>Título del proyecto: Teletrabajo, conciliación y resultado en las organizaciones.</p> <p>Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional de I+D+i.</p> <p>Entidades participantes: Universidad de Zaragoza</p> <p>Duración: desde 1-1-2011 hasta: 31-12-2013.</p> <p>Investigadora responsable: Manuela Pérez Pérez</p> <p>Número de investigadores participantes: 6</p> <p>Título del proyecto: Nuevos modelos de flexibilidad de recursos humanos, innovación y capacidad de absorción en la generación de ventajas competitivas empresariales.</p> <p>Entidad financiadora: Ministerio de Economía y competitividad-Plan ECO2014-56912-R. Duración: desde 1-1-2015 hasta 31-12-2017. Investigador responsable: Angel Martínez Sánchez.</p> <p>Número de investigadores participantes: 6</p>

ANEXO 5

<https://deposita.unizar.es/>

Listado de Trabajos de Fin de Máster defendidos

NIP	Título	Curso	Calif. Num.	Nom. Director1	Nom. Director 2
631357	Hedonismo y utilidad percibidos como elementos clave para involucrar al consumidor en Instagram	2015/16	9.5	CASALÓ ARIÑO, LUIS VICENTE	FLAVIÁN BLANCO, CARLOS
626864	Los acuerdos de cooperación en España: consecuencias económicas en las empresas aragonesas	2015/16	7	RAMÍREZ ALESÓN, MARÍA LUISA	
730591	Determinantes de la satisfacción con la vida de los trabajadores europeos	2015/16	9	ORTEGA LAPIEDRA, RAQUEL	GIL LACRUZ, ANA ISABEL
637597	Flow y Satisfacción como antecedentes de la lealtad en el entorno online: Un estudio exploratorio	2015/16	7,5	HERNÁNDEZ ORTEGA, BLANCA	
589942	Estudio del impacto de un incidente crítico en la relación cliente-empresa: Fusiones y adquisiciones en el sector bancario	2015/16	8	SESÉ OLIVÁN, FRANCISCO JAVIER	
629976	La proyección de emociones como desencadenante del E-WOM en el Social Commerce: Un análisis de la comunicación en redes sociales	2016/17	9.3	MARTÍN DE HOYOS, MARÍA JOSÉ	
619532	Los antecedentes de equidad y la experiencia del consumidor: el papel de los efectos sociales	2016/17	9.3	MELERO POLO, IGUACEL	SESÉ OLIVÁN, FRANCISCO JAVIER
743945	La internacionalización de las empresas familiares españolas	2016/17	7	FERNÁNDEZ OLMOS, MARTA	RAMÍREZ ALESÓN, MARÍA LUISA
620569	Las manufacturas españolas ante la denominada Industria 4.0	2016/17	9	ALONSO NUEZ, MARÍA JESÚS	ROSELL MARTÍNEZ, JORGE
573566	La experiencia de los sentidos en el punto de venta como mecanismo para la generación de emociones: revisión de la literatura y planteamiento de escalas de medida.	2016/17	8	MARTÍN DE HOYOS, MARÍA JOSÉ	
648123	Antecedentes y consecuencias del valor percibido en las plataformas de economía colaborativa: El caso de Airbnb.	2016/17	9.3	CASALÓ ARIÑO, LUIS VICENTE	
587210	El rol del marketing emocional en la comunicación de la marca ciudad como destino turístico: Un estudio en pequeñas ciudades españolas.	2016/17	9	PINA PÉREZ, JOSÉ MIGUEL	BRAVO GIL, RAFAEL
572377	Compromiso del cliente en	2016/17	8	PINA PÉREZ,	BRAVO GIL,

	plataformas de viajes online.			JOSÉ MIGUEL	RAFAEL
--	-------------------------------	--	--	-------------	--------

ANEXO 6

Listado de prácticas de alumnos.

Alumna: 648123

Empresa: IDIOGRAM TECHNOLOGIES, S.L.

Actividad de la empresa: consultoría e ingeniería tecnológica en telecomunicaciones

Periodo: Del 10/05/17 al 09/09/17 - 450 horas

ANEXO 7

<https://econz.unizar.es/noticias/jornada-informativa-postgrados-facultad-economia-y-empresa-0>



<https://econz.unizar.es/noticias/jornada-informativa-postgrados-facultad-economia-y-empresa>



ANEXO 8

Información sobre las ponencias presentadas en los seminarios del Máster (en ocasiones conjunto para máster y doctorado)

CURSO	PROFESOR	TITULO
2015-16	Ana María Cifrán	Capital humano y sector bancario: aplicación a un caso de estudio
2015-16	Jesús Valero	Proceso de cambio pro-ambiental y su relación con el desempeño económico
2015-16	Sara Catalán Gil	LA GAMIFICACIÓN COMO HERRAMIENTA MOTIVACIONAL PARA LOS ALUMNOS DE MARKETING
2015-16	Ana Utrillas Acerete	LA INFLUENCIA DEL EWOM EN LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA: UN EXPERIMENTO APLICADO EN EL CONTEXTO BLOG
2015-16	Pedro Mata	Is There Anybody Out There? Matching Institutions and the Business Life Cycle to Delineate Entrepreneurial Ecosystems
2015-16	Ignacio Bretos	Democracia Organizacional y Participación de los Trabajadores en las Cooperativas Internacionalizadas: Modelos y Características
2015-16	Dr. Roberto Bruni Dr. Marcello Sansone	Social Network Sites as Marketing and Communication Tools
2016-17	Michael Haenlein	Seeding, Referral and Recommendation: Creating Profitable Word-of-Mouth Programs
2016-17	Thorsten Hennig-Thurau	The Word of Mouth of Stars.
2016-17	Javier Montero	Why does entrepreneurial status vary across countries? An institutional approach
2016-17	Beatriz Pérez Aradros	Is the order of entry a determinant of firms' competitive strategies?
2016-17	Eliane Santos	Relación entre el uso de las TIC y la flexibilidad de la estructura organizativa. Sus efectos en los resultados de las agencias de Turismo de Negocios & Eventos de Brasil
2016-17	Jesús Valero	The environmental management systems as organizational capability in the relationship between patented eco-innovation and environmental performance
2017-18	Carolina Herrando	Are we all casted by the same mold? A cross-cultural study
2017-18	Xuehui Gao	Customer equity drivers, social influence, and the customer experience

ANEXO 9. Número de alumnos extranjeros matriculaos en el máster por curso académico.

CURSO	EXTRANJEROS	NACIONALIDADES	NIP
2015-16	1	China	730591
2016-17	4	Alemana Francesa China Mexicana	743945 750133 619532 745279
2017-18	3	Rumana Bielorrusa Ecuatoguineana	613811 770852 613928

Fuente: Facultad de Economía y Empresa.

ANEXO 10

Listado de estancias realizadas por el profesorado del máster

CURSO	PROFESOR	INSTITUCIÓN	DURACIÓN
2016-17	Carmen Berne	Eastern Illinois University (Charleston, USA).	1 mes
2016-17	Ana Gil	Eastern Illinois University (Charleston, USA).	4 meses
2016-17	Manuela Pérez	Eastern Illinois University (Charleston, USA).	4 meses
2016-17	Pilar Rivera	Cranfield University (Reino Unido)	4 meses
2016-17	Raquel Ortega	Boston College, Boston (Massachusetts, US)	6 meses

Fuente: profesores del máster

ANEXO 11

Distribución de calificaciones																
Año académico: 2015 / 2016																
Titulación: Máster Univ. en Dirección, Estrategia y Marketing																
Plan: 555																
Centro: Facultad de Economía y Empresa																
Datos a fecha: 22-10-2016																
Curso	Código Asig	Asignatura	No Pre	%	Sus	%	Apr	%	Not	%	Sob	%	MH	%	Otr	%
1	61750	Dirección estratégica	2	14,3	0	0,0	10	71,4	2	14,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61751	Bases teóricas en dirección y organización de empresas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	11	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61752	Bases teóricas en márketing	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61753	Nuevas herramientas metodológicas en investigación de los mercados	1	8,3	0	0,0	5	41,7	5	41,7	1	8,3	0	0,0	0	0,0
1	61754	Comportamiento del consumidor	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	71,4	2	28,6	0	0,0	0	0,0
1	61755	El consumidor y el procesamiento de la información comercial	1	14,3	0	0,0	3	42,9	2	28,6	0	0,0	1	14,3	0	0,0
1	61756	Gestión de relaciones y valor del cliente	0	0,0	0	0,0	3	42,9	3	42,9	1	14,3	0	0,0	0	0,0
1	61757	La dirección de marca en las organizaciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	75,0	2	25,0	0	0,0	0	0,0
1	61758	Márketing medioambiental	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	71,4	2	28,6	0	0,0	0	0,0
1	61759	Medios de comunicación no convencionales	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	83,3	1	16,7	0	0,0	0	0,0
1	61760	Métodos de modelización	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1	50,0	0	0,0	0	0,0
1	61761	Particularidades del consumidor on-line	1	12,5	0	0,0	1	12,5	3	37,5	3	37,5	0	0,0	0	0,0
1	61762	Resultados del márketing interno y externo	1	33,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	66,7	0	0,0	0	0,0
1	61763	Tecnologías de la información y relaciones comerciales	1	12,5	0	0,0	2	25,0	4	50,0	1	12,5	0	0,0	0	0,0
1	61764	Actividad emprendedora: perspectivas teóricas y empíricas	1	25,0	0	0,0	0	0,0	3	75,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61765	Diseño organizativo	1	20,0	0	0,0	4	80,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61766	Economía social y emprendedores sociales	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	0	0,0
1	61767	Gobierno corporativo en la empresa: familiar, gerencial y pública	0	0,0	0	0,0	1	25,0	3	75,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61768	Estrategia y valor de la empresa	0	0,0	0	0,0	3	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61770	Gestión flexible de las organizaciones	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61771	Gestión medioambiental y RSC	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61772	Modelos de gobierno y control de la empresa	2	40,0	0	0,0	0	0,0	3	60,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61773	Gestión de recursos humanos: un enfoque multidisciplinar	2	33,3	0	0,0	0	0,0	3	50,0	1	16,7	0	0,0	0	0,0
1	61774	Trabajo fin de Máster	7	87,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	12,5	0	0,0	0	0,0

Distribución de calificaciones

Año académico: 2016/2017

Titulación: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Datos a fecha: 05-11-2017

Curso	Código	Asignatura	No pre	%	Sus	%	Apr	%	Not	%	Sob	%	MH	%	Otr	%
1	61750	Dirección estratégica	1	7,1	0	0,0	7	50,0	3	21,4	3	21,4	0	0,0	0	0,0
1	61751	Bases teóricas en dirección y organización de empresas	1	6,7	0	0,0	1	6,7	13	86,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61752	Bases teóricas en marketing	1	7,7	0	0,0	0	0,0	12	92,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61753	Nuevas herramientas metodológicas en investigación de los mercados	1	6,7	0	0,0	0	0,0	10	66,7	4	26,7	0	0,0	0	0,0
1	61754	Comportamiento del consumidor	1	9,1	0	0,0	0	0,0	2	18,2	7	63,6	1	9,1	0	0,0
1	61755	El consumidor y el procesamiento de la información comercial	2	16,7	0	0,0	3	25,0	3	25,0	4	33,3	0	0,0	0	0,0
1	61756	Gestión de relaciones y valor del cliente	1	10,0	0	0,0	3	30,0	2	20,0	3	30,0	1	10,0	0	0,0
1	61757	La dirección de marca en las organizaciones	1	7,1	0	0,0	0	0,0	9	64,3	3	21,4	1	7,1	0	0,0
1	61758	Marketing medioambiental	2	20,0	0	0,0	0	0,0	5	50,0	3	30,0	0	0,0	0	0,0
1	61759	Medios de comunicación no convencionales	1	20,0	0	0,0	0	0,0	1	20,0	2	40,0	1	20,0	0	0,0
1	61760	Métodos de modelización	1	33,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	1	33,3	0	0,0
1	61761	Particularidades del consumidor on-line	1	10,0	0	0,0	2	20,0	6	60,0	0	0,0	1	10,0	0	0,0
1	61762	Resultados del marketing interno y externo	1	12,5	0	0,0	0	0,0	7	87,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61763	Tecnologías de la información y relaciones comerciales	1	8,3	0	0,0	1	8,3	7	58,3	1	8,3	2	16,7	0	0,0
1	61765	Diseño organizativo	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	50,0	2	50,0	0	0,0	0	0,0
1	61767	Gobierno corporativo en la empresa: familiar, gerencial y pública	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	0	0,0
1	61768	Estrategia y valor de la empresa	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61769	Gestión de la innovación	0	0,0	0	0,0	1	14,3	6	85,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61770	Gestión flexible de las organizaciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0
1	61771	Gestión medioambiental y RSC	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1	50,0	0	0,0	0	0,0
1	61772	Modelos de gobierno y control de la empresa	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1	50,0	0	0,0	0	0,0
1	61773	Gestión de recursos humanos: un enfoque multidisciplinar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	61774	Trabajo fin de Máster	1	16,7	0	0,0	0	0,0	2	33,3	3	50,0	0	0,0	0	0,0

ANEXO 12

Listado de egresados del máster matriculados en el Programa de Doctorado de Economía de las Organizaciones.

<u>NIP</u>
<u>631357</u>
<u>619532</u>