



JULIO ANTONIO JIMÉNEZ MARTÍNEZ

Generado desde: Universidad de Zaragoza

Fecha del documento: 13/09/2023

v 1.4.0

4f35bef7e4ad293a88e3ebf2c277563c

Este fichero electrónico (PDF) contiene incrustada la tecnología CVN (CVN-XML). La tecnología CVN de este fichero permite exportar e importar los datos curriculares desde y hacia cualquier base de datos compatible. Listado de Bases de Datos adaptadas disponible en <http://cvn.fecyt.es/>

Resumen libre del currículum

Descripción breve de la trayectoria científica, los principales logros científico-técnicos obtenidos, los intereses y objetivos científico-técnicos a medio/largo plazo de la línea de investigación. Incluye también otros aspectos o peculiaridades importantes.

The academic CV of professor Jiménez is related to the research group GENERÉS, funded by the Government of Aragón since 2003. In this research group he has participated in 18 competitive research projects, 5 of them as main researcher (IP).

During his career he has researched on several topics, all of them related to technology acceptance and diffusion. The result is 66 research papers, 27 of them in JCR journals (6 Q1), with an h-index of 10. Besides, he has presented 89 papers at research conferences (43 international).

First research line of professor Jiménez was related to the adoption and substitution of technological innovations, the result were some publications in top journals, such as Research Policy, International Journal of Operations&Production Management and Technovation (3). Then he developed a research line about adoption of e-commerce in business, which turned into several papers in Industrial Marketing Management, Technovation, International Journal of Information&Management, Information Systems&e- Business Management, Journal of Business and Industrial Marketing and Online Information Review. Another research line was the acceptance of e-commerce from the point of view of the consumers, which produced some publications in Electronic Commerce Research, Journal of Business Research, Information Research, Interacting with Computers, Internet Research, Online Information Review and European Journal of Marketing. Lately, he has studied the interactive services and media in the co-creation processes and its influence on the customer engagement. This activity has allowed him to publish in Internet Research, Service Industries Journal and Journal of Services Theory and Practice. This last paper has obtained in 2017 the Highly Commended Paper Award for Excellence. And finally, in the last research Project of the Spanish Government where he was main researcher, he has developed another line related to optimal experiences in navigation, where it is analyzed how

social webs use different elements in order to reach flow and to increase the success of the web. This research line has allowed him to publish in Online Information Review, Electronic Commerce Research and Internet Research among others. This line is connected to the PhD dissertation of Carolina Herrando (member of the work plan), co-supervised by the IP, who is also her tutor in her pre-doctoral contract, financed by the Aragon Government. The IP has also supervised the Thesis of the other two members of the research team as well as Dr. Blasco, member of the work plan.

Professor Jiménez has also developed another research line that analyzes the use of ITC in education, where analyzes the influence of the discussant role on the student satisfaction, performance and on the climate in the class. The result is a paper in Studies in Higher Education.

The IP was director of the Telefónica Chair for 10 years. During that period he was in charge of the organization of different research conferences and seminars related to ITC. This Chair also allowed him to work together with researchers in telecommunications, amplifying the scope of his knowledge on ITC.



Finally, he has been appointed in different academic positions (vice-dean; secretary and head of his department), apart from several commissions; and he has participated in a master program of the University of Zaragoza with a module on diffusion and acceptance of information technologies in retailing, since 1998.



Indicadores generales de calidad de la producción científica

Descripción breve de los principales indicadores de calidad de la producción científica (sexenios de investigación, tesis doctorales dirigidas, citas totales, publicaciones en primer cuartil (Q1), índice h....). Incluye también otros aspectos o peculiaridades importantes.

4 sexenios de investigación (último (01/01/2014))

1 sexenio de transferencia (01/01/2019)

2 tesis doctorales en los últimos 6 años

Total de citas: según ResearcherID 559; Google Scholar 1983

Número medio de citas anuales en los últimos 6 años (2015-2020): ResearcherID 64.0; Google Scholar 210,6.

Artículos desde 2010 en JCR Q1, 3; Q2, 9 (según el IF del año de publicación)

H index: ResearcherID 12; Google Scholar 20. I10 index: Google Scholar 27.



JULIO ANTONIO JIMÉNEZ MARTÍNEZ

Apellidos: **JIMÉNEZ MARTÍNEZ**
Nombre: **JULIO ANTONIO**
DNI: **25141136C**
ORCID: **0000-0001-7805-3354**
ResearcherID: **K-8146-2014**
Fecha de nacimiento: **12/06/1965**
Sexo: **Hombre**
Dirección de contacto: **Gran Vía 2,**
Código postal: **50005**
País de contacto: **España**
Ciudad de contacto: **Zaragoza**
Teléfono fijo: **(0034) 976762718**
Correo electrónico: **jjimenez@unizar.es**
Teléfono móvil: **(0034) 667417318**

Situación profesional actual

Entidad empleadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Departamento: Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados. Área: Comercialización e Investigación de Mercados. Área de conocimiento (Macroárea): Ciencias Sociales y Jurídicas, Facultad de Economía y Empresa
Categoría profesional: Cated. Universidad
Fecha de inicio: 24/07/2007
Régimen de dedicación: Tiempo completo
Identificar palabras clave: Humanidades y ciencias sociales



Formación académica recibida

Titulación universitaria

Estudios de 1º y 2º ciclo, y antiguos ciclos (Licenciados, Diplomados, Ingenieros Superiores, Ingenieros Técnicos, Arquitectos)

1 Nombre del título: Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales

Ciudad entidad titulación: Zaragoza, España

Entidad de titulación: Universidad de Zaragoza

Fecha de titulación: 11/09/1996

Premio: Premio Extraordinario Universidad de Zaragoza

Título homologado: Si

2 Nombre del título: Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales

Ciudad entidad titulación: Zaragoza, España

Entidad de titulación: Universidad de Zaragoza

Fecha de titulación: 30/06/1988

Título homologado: Si

Conocimiento de idiomas

Idioma	Comprensión auditiva	Comprensión de lectura	Interacción oral	Expresión oral	Expresión escrita
Inglés		C1	C1	C1	C1
Francés		A1	A1	A1	A1

Actividad docente

Formación académica impartida

1 Nombre de la asignatura/curso: Nuevas herramientas metodológicas en investigación de los mercados

Titulación universitaria: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Fecha de inicio: 21/09/2015

Fecha de finalización: 31/08/2024

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

2 Nombre de la asignatura/curso: Introducción a la investigación de mercados

Titulación universitaria: Programa conjunto en Derecho-Administración y Dirección de Empresas

Fecha de inicio: 16/09/2013

Fecha de finalización: 31/08/2024

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza



- 3** **Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la investigación de mercados
Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 19/09/2011 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 4** **Nombre de la asignatura/curso:** Introducción al márketing
Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 15/09/2014 **Fecha de finalización:** 20/09/2015
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 5** **Nombre de la asignatura/curso:** INVESTIGACION DE MERCADOS
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 17/09/2012 **Fecha de finalización:** 20/09/2015
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 6** **Nombre de la asignatura/curso:** Las nuevas tecnologías de la información en las relaciones comerciales (C.I.M.)
Titulación universitaria: Máster en Gestión de las organizaciones
Fecha de inicio: 17/09/2007 **Fecha de finalización:** 20/09/2015
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 7** **Nombre de la asignatura/curso:** COMUNICACION COMERCIAL
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 22/09/1997 **Fecha de finalización:** 20/09/2015
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 8** **Nombre de la asignatura/curso:** INVESTIGACION DE MERCADOS
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 22/09/1996 **Fecha de finalización:** 14/09/2014
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 9** **Nombre de la asignatura/curso:** Marketing Communications
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 17/09/2012 **Fecha de finalización:** 15/09/2013
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 10** **Nombre de la asignatura/curso:** Marketing Communications
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 21/09/2009 **Fecha de finalización:** 15/09/2013
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 11** **Nombre de la asignatura/curso:** COMUNICACION COMERCIAL
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 22/09/2008 **Fecha de finalización:** 15/09/2013
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 12** **Nombre de la asignatura/curso:** Marketing Communications
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 20/09/2010 **Fecha de finalización:** 18/09/2011
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza



- 13** **Nombre de la asignatura/curso:** INVESTIGACION DE MERCADOS
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 22/09/2008 **Fecha de finalización:** 18/09/2011
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 14** **Nombre de la asignatura/curso:** ECONOMÍA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO
Titulación universitaria: DEPARTAMENTOS-G.9/L.E. (Mod. 6)
Fecha de inicio: 21/09/2006 **Fecha de finalización:** 20/09/2009
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 15** **Nombre de la asignatura/curso:** COMUNICACION COMERCIAL
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 21/09/2005 **Fecha de finalización:** 20/09/2007
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 16** **Nombre de la asignatura/curso:** INVESTIGACION DE MERCADOS
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 21/09/2005 **Fecha de finalización:** 20/09/2007
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 17** **Nombre de la asignatura/curso:** MARKETING DE SERVICIOS
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 21/09/2005 **Fecha de finalización:** 20/09/2006
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 18** **Nombre de la asignatura/curso:** TECNOLOGIAS DE RED APLICADAS AL COMERCIO
Titulación universitaria: DEPARTAMENTOS-G.9/L.E.(Mod.3)
Fecha de inicio: 21/09/2005 **Fecha de finalización:** 20/09/2006
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 19** **Nombre de la asignatura/curso:** ECONOMIA DEL COMERCIO ELECTRONICO
Titulación universitaria: DEPARTAMENTOS-G.9/L.E. (Mod. 6)
Fecha de inicio: 20/09/2004 **Fecha de finalización:** 20/09/2006
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 20** **Nombre de la asignatura/curso:** MODELOS DE DECISION COMERCIAL
Fecha de inicio: 22/09/1997 **Fecha de finalización:** 20/09/2004
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 21** **Nombre de la asignatura/curso:** MARKETING ESTRATEGICO
Fecha de inicio: 22/09/2000 **Fecha de finalización:** 21/09/2001
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 22** **Nombre de la asignatura/curso:** MODELOS DE DECISION COMERCIAL (MARKETING)
Fecha de inicio: 01/10/1994 **Fecha de finalización:** 21/09/1998
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 23** **Nombre de la asignatura/curso:** MODELOS DE DECISION COMERCIAL
Fecha de inicio: 01/10/1994 **Fecha de finalización:** 21/09/1997
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza



Dirección de tesis doctorales y/o proyectos fin de carrera

- 1 Título del trabajo:** Estudio de mercado sobre el mercado de fibras sostenibles y como influenciaran en la industria textil
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alejandro Albesa Giner
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 15/06/2023
- 2 Título del trabajo:** Asistentes virtuales y Fidelización de los clientes
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Selma Cherifi Medjouti
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 19/10/2022
- 3 Título del trabajo:** El Mercado de Productos para mascotas: hábitos de consumo y gasto en productos para perros por parte de sus propietarios
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Marta Rodrigo Arbués
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 19/10/2022
- 4 Título del trabajo:** Investigación para la toma de decisiones comerciales I
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Vanessa Murillo Sanchez
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 19/10/2022
- 5 Título del trabajo:** Investigación para la toma de decisiones comerciales I. Estudio del alcance de la cerveza Ambar IPA
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Silvia Baquedano Gonzalez
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 29/06/2022
- 6 Título del trabajo:** El sector fitness y efecto de las tarifas sobre los gimnasios premium
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Francisco Javier Moncada Ruiz
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 18/10/2021



- 7** **Título del trabajo:** Big Data en el Marketing y su efecto en los consumidores
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Raquel Martínez Blasco
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 13/07/2021
- 8** **Título del trabajo:** Investigación para la toma de decisiones: Webrooming y Showrooming.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Íñigo Casado Quílez
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 30/06/2021
- 9** **Título del trabajo:** Cómo elaborar un Plan de Redes Sociales. Propuesta para la empresa Cerveza Rondadora.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Raquel Gerique Ferrero
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 25/02/2021
- 10** **Título del trabajo:** Imagen de marca, redes sociales y el impacto de los influencers: Percepción de los jóvenes-adultos.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Marta Fuentelsaz Solá
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 27/10/2020
- 11** **Título del trabajo:** Investigación para el proceso en la toma de decisiones
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: David García Martín
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 21/10/2019
- 12** **Título del trabajo:** Optimal user experience in social commerce: the role of emotions, flow and user-generated information.
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Martín de Hoyos, María José
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Carolina Herrando Soria
Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude
Fecha de defensa: 19/09/2019
- 13** **Título del trabajo:** Análisis del mercado y preferencias del consumidor para el lanzamiento de mallas compresivas
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Santiago Cervilla Verdú
Calificación obtenida: Notable



Fecha de defensa: 04/07/2019

- 14** **Título del trabajo:** Investigación para toma de decisiones en el sector editorial: Cómo publicar
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Herrando Soria, Carolina
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Victor Barrera Lacruz
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 04/07/2019
- 15** **Título del trabajo:** Restaurantes experienciales: jugar mientras comes
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Herrando Soria, Carolina
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: José María López Monserrat
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 04/07/2019
- 16** **Título del trabajo:** Investigación para la toma de decisiones: diferenciación en atención al cliente.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Herrando Soria, Carolina
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: María Arnal Arnal
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 19/10/2018
- 17** **Título del trabajo:** Introducción de los nuevos productos Halal y confianza de la población musulmana en España.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Sonia Hanan Tefat Ben-Mouma
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 18/10/2018
- 18** **Título del trabajo:** ¿Escribimos como pensamos' Un análisis sobre la influencia de la calidad de los comentarios online en una plataforma turística.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Lucía Rodríguez Castillo
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 09/03/2018
- 19** **Título del trabajo:** La toma de decisiones en el proceso de compra de vehículos eléctricos e híbridos
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Cristina Pascual Baquero
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 14/07/2017



- 20** **Título del trabajo:** Análisis de las actividades del Vicerrectorado de Cultura y Proyección Social en los universitarios.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ana Cristina García Montero
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 13/07/2017
- 21** **Título del trabajo:** Estudio sobre consumo de bebidas estimulantes en los jóvenes de Zaragoza.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Pilar Garcia Tomey
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 12/07/2017
- 22** **Título del trabajo:** Estudio de la Demanda Cultural de la Generación Millennials en Zaragoza
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Victor Mur Maya
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 11/07/2017
- 23** **Título del trabajo:** Incidencia económica de los productos ecológicos en la Comarca de Tarazona y el Moncayo
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Sara Peña Magallón
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 27/10/2016
- 24** **Título del trabajo:** Investigación de mercado en un plan de marketing
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Jorge Ainaga Fuertes
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 10/07/2015
- 25** **Título del trabajo:** Estudio de mercado para la implantación de un Fashion Truck en Zaragoza
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Andrea Castellano Ortín
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 08/07/2015
- 26** **Título del trabajo:** Investigación de Mercados: Lavanderías de autoservicio
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alejandro Mené Natalías
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 12/03/2015



- 27** **Título del trabajo:** Visión de las marcas blancas entre los jóvenes españoles
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Eduardo Morte Júdez
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 17/12/2014
- 28** **Título del trabajo:** Mañocao: ¿Una alternativa real?
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Álvaro Ramos Pérez
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 12/12/2014
- 29** **Título del trabajo:** Investigación de mercados: cafetería, alta fidelidad, una experiencia para los sentidos
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Daniel Alba Crespo
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 10/07/2014
- 30** **Título del trabajo:** Los procesos de co-creación y el engagement del cliente: Un análisis empírico en medios interactivos.
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Hernández Ortega, Blanca Isabel
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Lorena Blasco Arcas
Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude
Fecha de defensa: 20/03/2014
- 31** **Título del trabajo:** La era del prosumidor: un nuevo enfoque en el paradigma de la comunicación empresarial. El caso Pinterest.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Codirector/a tesis: Martín de Hoyos, María José
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Carolina Herrando Soria
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 11/07/2013
- 32** **Título del trabajo:** Estado del proceso de aceptación tecnológica desde una doble perspectiva: la empresa y el consumidor.
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: María José Martín de Hoyos
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Blanca Isabel Hernández Ortega
Calificación obtenida: Sobresaliente "Cum Laude"
Fecha de defensa: 16/02/2007
- 33** **Título del trabajo:** Las tecnologías de la información en la relación empresa-consumidor. Un análisis empírico del caso del comercio electrónico B2C
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral



Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Alumno/a: María José Martín de Hoyos
Calificación obtenida: Sobresaliente "Cum Laude"
Fecha de defensa: 11/09/2003

Tipo de entidad: Universidad

Experiencia científica y tecnológica

Grupos/equipos de investigación, desarrollo o innovación

1 Nombre del grupo: S54_23R: GENERÉS

Entidad de afiliación: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

2 Nombre del grupo: Pertenencia a instituto de investigación universitaria

Entidad de afiliación: INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN EN EMPLEO, SOCIEDAD DIGITAL Y SOSTENIBILIDAD (IEDIS)

Tipo de entidad: Instituto Universitario de Investigación

Actividad científica o tecnológica

Proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de Administraciones o entidades públicas y privadas

1 Nombre del proyecto: S54_23R: GENERÉS

Ámbito geográfico: Autonómica

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 18

Entidad/es financiadora/s:

GOBIERNO DE ARAGÓN

Fecha de inicio-fin: 01/01/2023 - 31/12/2025

Duración: 3 años

Cuantía total: 54.899,81 €

2 Nombre del proyecto: PID2020-118425RB-I00: Las emociones del consumidor en la compra online: análisis del rol de las consumer reviews y los asistentes virtuales en la transmisión y percepción emocional del consumidor

Ámbito geográfico: Nacional

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Blanca Isabel Hernández Ortega; María José Martín de Hoyos

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN

Fecha de inicio-fin: 01/09/2021 - 31/08/2025

Duración: 4 años

Cuantía total: 36.360,5 €

**3 Nombre del proyecto:** S54_20R: Generés**Ámbito geográfico:** Autonómica**Entidad de realización:** Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Josefina María Yolanda Polo Redondo**Nº de investigadores/as:** 26**Entidad/es financiadora/s:**

GOBIERNO DE ARAGÓN

Fecha de inicio-fin: 01/01/2020 - 31/12/2022**Duración:** 3 años**Cuantía total:** 25.094 €**4 Nombre del proyecto:** El emprendimiento innovador y tecnológico. El gran reto de las zonas rurales.**Ámbito geográfico:** Nacional**Entidad de realización:** Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Maria Consuelo González Gil**Nº de investigadores/as:** 6**Entidad/es financiadora/s:**

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA - CATEDRAS

Fecha de inicio-fin: 09/11/2021 - 31/10/2022**Duración:** 11 meses - 22 días**Cuantía total:** 1.500 €**5 Nombre del proyecto:** UZZ2019-SOC-02: Influencia en la decisión de compra de las emociones y experiencias inducidas por las plataformas de s-commerce: aplicación del análisis semántico, neuro-fisiológico y casual**Ámbito geográfico:** Otros**Entidad de realización:** Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Julio Antonio Jiménez Martínez**Nº de investigadores/as:** 3**Entidad/es financiadora/s:**

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Fecha de inicio-fin: 01/09/2019 - 31/08/2020**Duración:** 1 año**Cuantía total:** 2.000 €**6 Nombre del proyecto:** GRUPO DE REFERENCIA GENERÉS**Ámbito geográfico:** Autonómica**Entidad de realización:** Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Josefina María Yolanda Polo Redondo**Nº de investigadores/as:** 37**Entidad/es financiadora/s:**

GOBIERNO DE ARAGÓN

Fecha de inicio-fin: 01/01/2017 - 31/12/2019**Duración:** 3 años**Cuantía total:** 46.451 €**7 Nombre del proyecto:** ECO2015-64567-R: EL SOCIAL COMMERCE Y SU INFLUENCIA EN EL VALOR DEL CLIENTE**Ámbito geográfico:** Nacional**Entidad de realización:** Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Julio Antonio Jiménez Martínez**Nº de investigadores/as:** 3**Entidad/es financiadora/s:**



MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD

Fecha de inicio-fin: 01/01/2016 - 31/12/2018

Duración: 3 años

Cuantía total: 8.107 €

8 Nombre del proyecto: Social Influence, WOM and beyond: Future Trends in Digital Media

Ámbito geográfico: Nacional

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Julio Antonio Jiménez Martínez

Nº de investigadores/as: 1

Entidad/es financiadora/s:

TASAS EXTERNAS

Fecha de inicio-fin: 01/01/2017 - 31/12/2017

Duración: 1 año

9 Nombre del proyecto: GRUPO CONSOLIDADO S09 GENERES

Ámbito geográfico: Autonómica

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 28

Entidad/es financiadora/s:

DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN

Fecha de inicio-fin: 01/01/2016 - 31/12/2016

Duración: 1 año

Cuantía total: 15.755 €

10 Nombre del proyecto: GRUPO CONSOLIDADO S09 GENERÉS

Ámbito geográfico: Autonómica

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 29

Entidad/es financiadora/s:

DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN

Fecha de inicio-fin: 01/01/2015 - 31/12/2015

Duración: 1 año

Cuantía total: 14.681 €

11 Nombre del proyecto: GRUPO CONSOLIDADO S09 GENERES

Ámbito geográfico: Autonómica

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 28

Entidad/es financiadora/s:

DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN

Fecha de inicio-fin: 01/01/2014 - 31/12/2014

Duración: 1 año

Cuantía total: 14.914 €

12 Nombre del proyecto: ECO2011-23027. HACIA UN NUEVO MODELO DE GESTION DE LAS RELACIONES: INTEGRADO LOS COMPORTAMIENTOS TRANSACCIONALES Y NO TRANSACCIONALES PARA EXPLICAR EL VALOR DEL CLIENTE.

Ámbito geográfico: Nacional

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo



Nº de investigadores/as: 14

Entidad/es financiadora/s:

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION

Fecha de inicio-fin: 01/01/2012 - 31/12/2014

Duración: 3 años

Cuantía total: 108.900 €

13 Nombre del proyecto: GRUPO CONSOLIDADO S09 GENERES

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 25

Entidad/es financiadora/s:

DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN

Fecha de inicio-fin: 01/01/2013 - 31/12/2013

Duración: 1 año

Cuantía total: 14.702 €

14 Nombre del proyecto: GRUPO CONSOLIDADO S09 GENERES

Ámbito geográfico: Autonómica

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 26

Entidad/es financiadora/s:

D.G.A.

Fecha de inicio-fin: 01/01/2011 - 31/12/2012

Duración: 2 años

Cuantía total: 49.934 €

15 Nombre del proyecto: ECO2008-04704 ANALISIS DE LA DINAMICA DE LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDOR Y CLIENTE. EL PAPEL DE LOS COSTES DE CAMBIO Y LOS EFECTOS DE RED EN LOS SERVICIOS.

Ámbito geográfico: Nacional

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 9

Entidad/es financiadora/s:

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION

Fecha de inicio-fin: 01/01/2009 - 31/12/2011

Duración: 3 años

Cuantía total: 95.590 €

16 Nombre del proyecto: GRUPO EXCELENTE S09 GENERES

Ámbito geográfico: Autonómica

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 25

Entidad/es financiadora/s:

D.G.A.

Fecha de inicio-fin: 01/01/2008 - 31/12/2010

Duración: 3 años

Cuantía total: 116.584 €



17 Nombre del proyecto: PI 138/08 LAS RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS A TRAVÉS DE LAS TIC. BENEFICIOS Y BARRERAS PERCIBIDOS EN LA ACEPTACIÓN POR PARTE DE LOS CIU

Ámbito geográfico: Autonómica

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Julio Antonio Jiménez Martínez

Nº de investigadores/as: 14

Entidad/es financiadora/s:

DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN

Fecha de inicio-fin: 01/10/2008 - 30/09/2010

Duración: 2 años

Cuantía total: 60.444 €

18 Nombre del proyecto: SEJ2005-05968 ANALISIS ESTRATEGICO DEL IMPACTO DE LOS COSTES DE CAMBIO EN LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES: APROXIMACION A LA SATISFACCIÓN COMO MECANISMO DE RETENCIÓN DE LOS CLIENTES

Ámbito geográfico: Nacional

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 10

Entidad/es financiadora/s:

MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA

Fecha de inicio-fin: 31/12/2005 - 30/12/2008

Duración: 3 años

Cuantía total: 67.473 €

19 Nombre del proyecto: DIFUSIÓN, ADOPCIÓN Y USO DE LA BANCA ELECTRÓNICA. PERSPECTIVAS PARA ARAGÓN

Ámbito geográfico: Autonómica

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 20

Entidad/es financiadora/s:

DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN

Fecha de inicio-fin: 01/10/2006 - 30/09/2008

Duración: 2 años

Cuantía total: 41.941 €

20 Nombre del proyecto: GRUPO EXCELENTE S09 GENERES

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 14

Entidad/es financiadora/s:

D.G.A.

Fecha de inicio-fin: 01/01/2005 - 31/12/2007

Duración: 3 años

Cuantía total: 32.323,06 €

21 Nombre del proyecto: INF2005-SOC-005. 3 UNIDADES ORDENADOR ACER ASPITE T 620 2GB, 2 PORTATIL ACER TRAVELMATE 4052 LMI, PDA HP IPAQ MOBILE MEDIA X3715, PROYECTOR EPSON EMP

Ámbito geográfico: Otros

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo



Nº de investigadores/as: 11

Entidad/es financiadora/s:

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN.- INFRAESTRUCTURA

Fecha de inicio-fin: 13/07/2005 - 31/12/2005

Duración: 5 meses - 19 días

Cuantía total: 7.575 €

22 Nombre del proyecto: SEC2002-03949. ANALISIS DEL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION EN LAS RELACIONES COMERCIALES A MEDIO Y LARGO PLAZO. UNA APLICACIÓN AL SECTOR BANCARIO ESPAÑOL.

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 9

Entidad/es financiadora/s:

D.G.I. (MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA)

Fecha de inicio-fin: 01/11/2002 - 31/10/2005

Duración: 3 años

Cuantía total: 53.544 €

23 Nombre del proyecto: P067/2001. ANALISIS DEL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION EN LAS RELACIONES COMERCIALES A LARGO PLAZO. ESTUDIO DE LAS ACTIVIDADES

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Julio Antonio Jiménez Martínez

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

D.G.A.

Fecha de inicio-fin: 01/01/2002 - 31/12/2003

Duración: 2 años

Cuantía total: 12.020,24 €

24 Nombre del proyecto: PB98-1619. ESTRATEGIA Y COMPETENCIA EN EL SECTOR BANCARIO ESPAÑOL: EXPANSION GEOGRAFICA, TECNOLOGIA Y RESULTADOS.

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 7

Entidad/es financiadora/s:

D.G.E.S.

Fecha de inicio-fin: 30/12/1999 - 30/12/2002

Duración: 3 años - 1 día

Cuantía total: 21.636,44 €

25 Nombre del proyecto: UZ99-SOC14. ANÁLISIS DE FACTORES QUE AFECTAN A LA ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES: EL CASO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Ámbito geográfico: Otros

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Julio Antonio Jiménez Martínez

Nº de investigadores/as: 4

Entidad/es financiadora/s:

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN: APOYO

Fecha de inicio-fin: 01/01/2000 - 31/12/2000

Duración: 1 año

Cuantía total: 3.906,58 €



- 26** **Nombre del proyecto:** Análisis y Valoración del Estudio de Mercado sobre el Sector Inmobiliario en la Ciudad de Zaragoza
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Lucio Fuentelsaz Lamata
Entidad/es financiadora/s:
Inmobiliaria Neurbe
Fecha de inicio-fin: 01/01/2000 - 30/06/2000 **Duración:** 6 meses
Cuantía total: 600 €
- 27** **Nombre del proyecto:** P89/97. APLICACION DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACION A LA EMPRESA ARAGONESA: ESTRATEGIAS DE ADOPCION DEL INTERCAMBIO ELECTRONICO
Ámbito geográfico: Autonómica
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo
Nº de investigadores/as: 6
Entidad/es financiadora/s:
D.G.A.
Fecha de inicio-fin: 26/02/1998 - 26/02/2000 **Duración:** 2 años - 1 día
Cuantía total: 6.010,12 €
- 28** **Nombre del proyecto:** INFLUENCIA DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LAS EMPRESAS ARAGONESAS
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Julio Antonio Jiménez Martínez
Nº de investigadores/as: 4
Entidad/es financiadora/s:
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN: APOYO
Fecha de inicio-fin: 01/01/1999 - 31/12/1999 **Duración:** 1 año
Cuantía total: 3.606,07 €
- 29** **Nombre del proyecto:** SEC96-0712. ADOPCION Y GESTION EMPRESARIAL DEL EDI. UN ESTUDIO APLICADO AL SECTOR DE LA INDUSTRIA COMERCIAL.
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo
Nº de investigadores/as: 6
Entidad/es financiadora/s:
C.I.C.Y.T.
Fecha de inicio-fin: 01/07/1996 - 01/07/1998 **Duración:** 2 años - 1 día
Cuantía total: 17.309,15 €



Contratos, convenios o proyectos de I+D+i no competitivos con Administraciones o entidades públicas o privadas

1 **Nombre del proyecto:** ANÁLISIS DEL PAPEL DEL DINERO EN EFECTIVO EN ÁREAS DESPOBLADAS EN ESPAÑA

Ámbito geográfico: Nacional

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Luis Antonio Sáez Pérez

Nº de investigadores/as: 4

Entidad/es financiadora/s:

ASOC PROFESIONAL DE COMPAÑIAS PRIVADAS DE SERVICIOS DE SEGURIDAD

LOOMIS SPAIN, S.A.

PROSEGUR SERVICIOS DE EFECTIVO ESPAÑA, S.L.

Fecha de inicio: 01/12/2019

Duración: 6 meses

2 **Nombre del proyecto:** CONVENIO DGA-UZ PARA DESARROLLO OBSERVATORIO ARAGONES DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION Y ESTUDIOS PRELIMINARES PARA IMPLANTACION LABORATORIO USABILID

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Carlos Serrano Cinca

Nº de investigadores/as: 15

Entidad/es financiadora/s:

DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN

Fecha de inicio: 01/03/2004

Duración: 10 meses

3 **Nombre del proyecto:** EL MERCADO DE ESQUI PARA ARAMON

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo

Nº de investigadores/as: 7

Entidad/es financiadora/s:

FUNDACION ECONOMIA ARAGONESA

Fecha de inicio: 30/01/2003

Duración: 5 meses - 2 días

4 **Nombre del proyecto:** Factura telemática: ahorros demostrados.

Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Julio Antonio Jiménez Martínez

Nº de investigadores/as: 2

Entidad/es financiadora/s:

ASOCIACION ESPAÑOLA DE CODIFICACION COMERCIAL

Fecha de inicio: 01/10/1999

Duración: 1 mes - 15 días

Cuantía total: 3.834,46 €

5 **Nombre del proyecto:** Estudio de necesidades de formación profesional en el sector comercio

Ámbito geográfico: Nacional

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Yolanda Polo Redondo



Fecha de inicio: 01/01/1992

Duración: 1 año - 6 meses

Cuantía total: 203 €

- 6 Nombre del proyecto:** Nivel Tecnológico de las Empresas Aragonesas
Ámbito geográfico: Autonómica
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Yolanda Polo Redondo
Fecha de inicio: 01/10/1991 **Duración:** 3 meses
Cuantía total: 9.000 €

Resultados

Propiedad industrial e intelectual

- 1 Título propiedad industrial registrada:** Estudio del sector comercio y sus perspectivas de futuro
Tipo de propiedad industrial: Propiedad intelectual **Derechos de autor:** Si
Inventores/autores/obtenedores: Julio Jiménez Martínez
Entidad titular de derechos: FORTEC
Fecha de registro: 2010
Patente española: Si
Licencias: Si
- 2 Título propiedad industrial registrada:** El Mercado del Esquí para ARAMÓN
Tipo de propiedad industrial: Propiedad intelectual **Derechos de autor:** Si
Inventores/autores/obtenedores: Julio Jiménez Martínez y Otros
Entidad titular de derechos: FUNDEAR
Fecha de registro: 2003
Patente española: Si
Licencias: No

Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1** Fandos-Herrera, Carmina; Herrando, Carolina; Jiménez Martínez, Julio; Pina, José Miguel. Discuss to learn: a student-focused learning strategy. EDUCATION AND TRAINING. 2023. ISSN 0040-0912
DOI: 10.1108/ET-02-2022-0049
Tipo de producción: Artículo científico
- 2** Fandos-Herrera, Carmina; Jiménez-Martínez, Julio; Orús, Carlos; Pérez-Rueda, Alfredo; Pina, José Miguel. The influence of personality on learning outcomes and attitudes: The case of discussants in the classroom. INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT EDUCATION. 21 - 1, pp. 100754 [13 pp.]. 2023. ISSN 1472-8117
DOI: 10.1016/j.ijme.2022.100754
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de citas: WOS **Citas:** 2
Fuente de citas: SCOPUS **Citas:** 1
- 3** Herrando, Carolina; Jiménez-Martínez, Julio; Martín-de Hoyos, María José; Constantinides, Efthymios. Emotional contagion triggered by online consumer reviews: Evidence from a neuroscience study. JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES. 67 -, pp. 102973 [8 pp.]. 2022. ISSN 0969-6989
DOI: 10.1016/j.jretconser.2022.102973
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 10.400 **Revista dentro del 25%:** Si
Posición de publicación: 19 **Num. revistas en cat.:** 154
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Marketing
Índice de impacto: 2.543 **Revista dentro del 25%:** Si
Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE) **Categoría:** Business, Management and Accounting (miscellaneous)
Índice de impacto: 16.100 **Revista dentro del 25%:** Si
Posición de publicación: 33 **Num. revistas en cat.:** 1.566
Fuente de citas: WOS **Citas:** 4
Fuente de citas: SCOPUS **Citas:** 7
- 4** Herrando, C.; Jiménez Martínez, J.; Martín de Hoyos, M. J.; Asakawa, K.; Yana, K. Emotional responses in online social interactions: the mediating role of flow. ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS. 35 - 7, pp. 1599 - 1617. 2022. ISSN 1355-5855
DOI: 10.1108/APJML-02-2022-0091
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 3.700



Posición de publicación: 103

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.994

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.994

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.994

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 7.400

Posición de publicación: 224

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Num. revistas en cat.: 154

Categoría: Business and International Management

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Marketing

Categoría: Strategy and Management

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.566

Citas: 3

Citas: 2

- 5** Herrando C.; Jiménez-Martínez J.; Martín-de Hoyos M.J. The mediated effect of social presence on social commerce WOM behavior. INFORMATION (SWITZERLAND). 12 - 12, pp. 498 [15 pp]. 2021. ISSN 2078-2489
DOI: 10.3390/info12120498

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.624

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 4.200

Posición de publicación: 623

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Information Systems

Categoría: Computer Science (miscellaneous)

Num. revistas en cat.: 1.812

Citas: 1

Citas: 1

- 6** Fandos Herrera, Carmina; Jiménez Martínez, Julio; Orús Sanclemente, Carlos; Pina Pérez, José Miguel. Introducing the discussant role to stimulate debate in the classroom: effects on interactivity, learning outcomes, satisfaction and attitudes. STUDIES IN HIGHER EDUCATION. 44 - 2, pp. 380 - 396. 2019. ISSN 0307-5079
DOI: 10.1080/03075079.2017.1366437

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 3.000

Posición de publicación: 30

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.836

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 263

Categoría: Education

Revista dentro del 25%: Si

Citas: 3

Citas: 3

- 7** Herrando, C.; Jimenez-Martinez, J.; Martin-de Hoyos, M.J. Social commerce users' optimal experience: stimuli, response and culture. JOURNAL OF ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH. 20 - 4, pp. 199 - 218. 2019. ISSN 1526-6133

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.875

Posición de publicación: 108

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.665

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.665

Fuente de citas: WOS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 152

Categoría: Computer Science Applications

Categoría: Economics, Econometrics and Finance (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Citas: 22

8 Herrando, C.; Jimenez-Martinez, J.; Martin-de Hoyos, M.J. Tell me your age and I tell you what you trust: the moderating effect of generations. INTERNET RESEARCH. 29 - 4, pp. 799 - 817. 2019. ISSN 1066-2243

DOI: 10.1108/IntR-03-2017-0135

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 4.708

Posición de publicación: 25

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 4.708

Posición de publicación: 15

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 4.708

Posición de publicación: 33

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.607

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.607

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.607

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Science Edition - COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 155

Categoría: Science Edition - TELECOMMUNICATIONS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 89

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 152

Categoría: Communication

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Economics and Econometrics

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Sociology and Political Science

Revista dentro del 25%: Si

Citas: 36

Citas: 44

9 Herrando, C.; Jimenez-Martinez, J.; Martin de Hoyos, M.J. From sPassion to sWOM: The role of flow. ONLINE INFORMATION REVIEW. 42 - 2, pp. 191 - 204. 2018. ISSN 1468-4527

DOI: 10.1108/OIR-09-2016-0243

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.928

Posición de publicación: 86

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Categoría: Science Edition - COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS

Num. revistas en cat.: 154

Categoría: Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE



Índice de impacto: 1.928

Posición de publicación: 34

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.656

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.656

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.656

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Num. revistas en cat.: 88

Categoría: Computer Science Applications

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Information Systems

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Library and Information Sciences

Revista dentro del 25%: Si

Citas: 9

Citas: 9

- 10** Herrando, C.; Jiménez-Martínez, J.; Martín-de Hoyos, M.J. Surfing or Flowing? How to retain e-Customers on the Internet. SPANISH JOURNAL OF MARKETING - ESIC. 22 - 1, pp. 2 - 21. 2018. ISSN 2444-9695

DOI: 10.1108/SJME-03-2018-006

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 16

- 11** Herrando, C.; Jiménez-Martínez, J.; Martín-de Hoyos, M.J. The state of flow in social commerce: The importance of flow consciousness. INTERNATIONAL JOURNAL OF ELECTRONIC MARKETING AND RETAILING. 9 - 4, pp. 320 - 343. 2018. ISSN 1741-1025

DOI: 10.1504/IJEMR.2018.094987

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.168

Categoría: Business and International Management

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.168

Categoría: Management Information Systems

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.168

Categoría: Marketing

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 2

- 12** Blasco-Arcas, L.; Hernandez-Ortega, B.; Jimenez-Martinez, J. Engagement platforms: The role of emotions in fostering customer engagement and brand image in interactive media. JOURNAL OF SERVICE THEORY AND PRACTICE. 26 - 5, pp. 559 - 589. 2016. ISSN 2055-6225

DOI: 10.1108/JSTP-12-2014-0286

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.098

Posición de publicación: 96

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 121

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.098

Posición de publicación: 139

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Num. revistas en cat.: 192

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.877

Categoría: Strategy and Management

Revista dentro del 25%: Si

**Fuente de citas:** WOS**Citas:** 65**Fuente de citas:** SCOPUS**Citas:** 89

- 13** Herrando, C.; Jiménez-Martínez, J.; Martín-de Hoyos, M. J. Passion at first sight: how to engage users in social commerce contexts. ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH. pp. 1 - 20. 2016. ISSN 1389-5753
DOI: 10.1007/s10660-016-9251-6
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 1.320 **Num. revistas en cat.:** 121
Posición de publicación: 86 **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Num. revistas en cat.:** 192
Índice de impacto: 1.320 **Categoría:** Economics, Econometrics and Finance (miscellaneous)
Posición de publicación: 120 **Revista dentro del 25%:** Si
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Human-Computer Interaction
Índice de impacto: 0.596 **Citas:** 32
Fuente de citas: WOS **Citas:** 34
Fuente de citas: SCOPUS
- 14** Fandos-Herrera, Carmina; Jiménez Martínez, Julio; Pina-Pérez, José Miguel. Lacasa: un caso de éxito en la gestión de marcas y productos. REVISTA PERSPECTIVA EMPRESARIAL (SABANETA). 2 - 2, pp. 7 - 24. 2015. ISSN 2389-8186
DOI: 10.16967%2Frpe.v2n2a1
Tipo de producción: Artículo científico
- 15** Blasco-Arcas, L.; Hernandez-Ortega, B.; Jimenez-Martinez, J. Collaborating online: The roles of interactivity and personalization. SERVICE INDUSTRIES JOURNAL. 34 - 8, pp. 677 - 698. 2014. ISSN 0264-2069
DOI: 10.1080/02642069.2014.886190
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Índice de impacto: 0.832 **Num. revistas en cat.:** 184
Posición de publicación: 128 **Citas:** 8
Fuente de citas: WOS **Citas:** 10
Fuente de citas: SCOPUS
- 16** Blasco-Arcas, L.; Hernandez-Ortega, B.; Jimenez-Martinez, J. The online purchase as a context for co-creating experiences. Drivers of and consequences for customer behavior. INTERNET RESEARCH. 24 - 3, pp. 393 - 412. 2014. ISSN 1066-2243
DOI: 10.1108/IntR-02-2013-0023
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Science Edition - COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS
Índice de impacto: 1.661 **Num. revistas en cat.:** 137
Posición de publicación: 35

**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 1.661**Posición de publicación:** 21**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 1.661**Posición de publicación:** 46**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Science Edition - TELECOMMUNICATIONS**Num. revistas en cat.:** 76**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS**Num. revistas en cat.:** 114**Citas:** 49**Citas:** 52

- 17** Blasco-Arcas, L.; Hernandez-Ortega, B.; Jimenez-Martinez, J. Adopting television as a new channel for e-commerce. The influence of interactive technologies on consumer behavior. ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH. 13 - 4, pp. 457 - 475. 2013. ISSN 1389-5753

DOI: 10.1007/s10660-013-9132-1**Tipo de producción:** Artículo científico**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 1.632**Posición de publicación:** 50**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 1.632**Posición de publicación:** 58**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS**Num. revistas en cat.:** 111**Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT**Num. revistas en cat.:** 173**Citas:** 27**Citas:** 34

- 18** Hernandez-Ortega, B.; Jiménez-Martínez, J. Performance of e-invoicing in Spanish firms. INFORMATION SYSTEMS AND E-BUSINESS MANAGEMENT. 11 - 3, pp. 457 - 480. 2013. ISSN 1617-9846

DOI: 10.1007/s10257-012-0203-y**Tipo de producción:** Artículo científico**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 0.348**Posición de publicación:** 98**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 0.348**Posición de publicación:** 157**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS**Num. revistas en cat.:** 111**Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT**Num. revistas en cat.:** 173**Citas:** 6**Citas:** 14

- 19** Hernández, B.; Jiménez, J.; Martín, M. J. Age, gender and income: Do they really moderate online shopping behaviour?. ONLINE INFORMATION REVIEW. 35 - 1, pp. 113 - 133. 2011. ISSN 1468-4527

Tipo de producción: Artículo científico**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 0.939**Posición de publicación:** 66**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Categoría:** Science Edition - COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS**Num. revistas en cat.:** 135



Categoría: Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE

Índice de impacto: 0.939

Posición de publicación: 32

Num. revistas en cat.: 83

- 20** Hernandez, Blanca; Jimenez, Julio; Jose Martin, M. Business management software in high-tech firms: the case of the IT services sector. JOURNAL OF BUSINESS & INDUSTRIAL MARKETING. 25 - 1-2, pp. 132 - 146. 2010. ISSN 0885-8624

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.752

Posición de publicación: 75

Fuente de citas: WOS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 102

Citas: 8

- 21** Hernández, B.; Jiménez, J.; Martín, M. J. Customer behavior in electronic commerce: The moderating effect of e-purchasing experience. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 63 - 9-10, pp. 964 - 971. 2010. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2009.01.019

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.773

Posición de publicación: 33

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 102

Citas: 139

Citas: 189

- 22** Hernández, B.; Jiménez, J.; Martín, M. J. Efecto de la calidad de un sitio web sobre el tráfico recibido. El caso de la banca electrónica en España. INFORMATION RESEARCH-AN INTERNATIONAL ELECTRONIC JOURNAL. 15 - 2, 2010. ISSN 1368-1613

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.822

Posición de publicación: 38

Categoría: Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE

Num. revistas en cat.: 74

- 23** Hernandez, B.; Jimenez, J.; Martin, M. Jose. Adoption Vs Acceptance of e-Commerce: Two Different Decisions. EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING. 43 - 9-10, pp. 1232 - 1245. 2009. ISSN 0309-0566

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.756

Posición de publicación: 65

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 87

Citas: 50

Citas: 72

- 24** Hernandez, B.; Jimenez, J.; Martin, M. J. Future use Intentions Versus Intensity of use: An Analysis of Corporate Technology Acceptance. INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT. 38 - 3, pp. 338 - 354. 2009. ISSN 0019-8501

Tipo de producción: Artículo científico

**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 1.333**Posición de publicación:** 44**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 1.333**Posición de publicación:** 50**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS**Num. revistas en cat.:** 87**Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT**Num. revistas en cat.:** 111**Citas:** 9**Citas:** 14

- 25** Hernandez, B.; Jimenez,J.; Martin,M. J.Key Website Factors in e-Business Strategy. INTERNATIONAL JOURNAL OF INFORMATION MANAGEMENT. 29 - 5, pp. 362 - 371. 2009. ISSN 0268-4012

Tipo de producción: Artículo científico**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 0.723**Posición de publicación:** 34**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE**Num. revistas en cat.:** 65**Citas:** 100**Citas:** 127

- 26** Hernández-Ortega, Blanca; Jiménez-Martínez, Julio; Martín de Hoyos, M^a José. The Effect of Experience on Web Procurement. INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOUR & RESEARCH. 15 - 1, pp. 7. 2009. ISSN 1355-2554

Tipo de producción: Artículo científico

- 27** Hernandez, B.; Jimenez,J.; Martin,M. José. The Impact of Self-Efficacy, Ease of use and Usefulness on e-Purchasing: An Analysis of Experienced e-Shoppers. INTERACTING WITH COMPUTERS. 21 - 1-2, pp. 146 - 156. 2009. ISSN 0953-5438

Tipo de producción: Artículo científico**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 1.698**Posición de publicación:** 7**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 1.698**Posición de publicación:** 2**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Science Edition - COMPUTER SCIENCE, CYBERNETICS**Num. revistas en cat.:** 19**Categoría:** Social Sciences Edition - ERGONOMICS**Revista dentro del 25%:** Si**Num. revistas en cat.:** 14**Citas:** 52**Citas:** 84

- 28** Hernandez, B.; Jimenez,J.; Martin,M. J.Business Acceptance of Information Technology: Expanding TAM using Industry Sector and Technological Compatibility. INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTERPRISE INFORMATION SYSTEMS. 4 - 4, pp. 62 - 79. 2008. ISSN 1548-1115

Tipo de producción: Artículo científico**Fuente de citas:** SCOPUS**Citas:** 12



- 29** Hernández-Ortega, Blanca; Jiménez-Martínez, Julio; Martín de Hoyos, M^a José. Differences between Potential, New and Experienced e-Customers. INTERNET RESEARCH. 18 - 3, pp. 248. 2008. ISSN 1066-2243
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 0.800
Posición de publicación: 68
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 0.800
Posición de publicación: 35
Fuente de citas: WOS
Fuente de citas: SCOPUS
- Categoría:** Science Edition - COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS
Num. revistas en cat.: 98
Categoría: Science Edition - TELECOMMUNICATIONS
Num. revistas en cat.: 66
Citas: 23
Citas: 30
- 30** Hernandez, B.; Jimenez, J.; Martin, M. J. Extending the Technology Acceptance Model to Include the IT Decision-Maker: A Study of Business Management Software. TECHNOVATION. 28 - 3, pp. 112 - 121. 2008. ISSN 0166-4972
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.907
Posición de publicación: 4
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.907
Posición de publicación: 9
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.907
Posición de publicación: 28
Fuente de citas: WOS
Fuente de citas: SCOPUS
- Categoría:** Science Edition - ENGINEERING, INDUSTRIAL
Revista dentro del 25%: Si
Num. revistas en cat.: 33
Categoría: Science Edition - OPERATIONS RESEARCH & MANAGEMENT SCIENCE
Revista dentro del 25%: Si
Num. revistas en cat.: 64
Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Num. revistas en cat.: 88
Citas: 74
Citas: 91
- 31** Hernández Ortega, Blanca; Jiménez Martínez, Julio; Martín de Hoyos, M^a José. The Role of Information Technology Knowledge in B2B Development. INTERNATIONAL JOURNAL OF E-BUSINESS RESEARCH. 4 - 1, pp. 40. 2008. ISSN 1548-1131
DOI: 10.4018/978-1-61520-965-1.ch420
Tipo de producción: Artículo científico
- 32** Hernández, B.; Jiménez, J.; Martín, M. J. Aceptación empresarial de las tecnologías de la información y de la comunicación: un análisis del sector servicios. JOURNAL OF INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGY MANAGEMENT. 4 - 1, pp. 3 - 22. 2007. ISSN 1809-2640
DOI: 10.4301/S1807-17752007000100001
Tipo de producción: Artículo científico
- 33** Hernández-Ortega, B., Phd; Jiménez-Martínez, J., Phd; Martín-de Hoyos, M^a José. An Analysis of Web Navigability in Spanish Internet Banking. JOURNAL OF INTERNET BANKING AND COMMERCE. 12 - 3, pp. 1. 2007. ISSN 1204-5357
Tipo de producción: Artículo científico



- 34** Hernández Ortega, B.; Jiménez Martínez, J.; Martín de Hoyos, M^a José. Análisis del efecto de la experiencia en TIC en el uso del B2B. REVISTA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. 16 - 4, pp. 145 - 162. 2007. ISSN 1019-6838

Tipo de producción: Artículo científico

- 35** Jiménez Martínez, J.; Martín de Hoyos, M^a José. Comercio electrónico: diferencias entre compra e intención de compra. CUADERNOS ARAGONESES DE ECONOMÍA. 17 - 1, pp. 181 - 194. 2007. ISSN 0211-0865

Tipo de producción: Artículo científico

- 36** Jiménez Martínez, J.; Martín de Hoyos, M^a José. Indicadores y dimensiones que definen la actitud del consumidor hacia el uso del comercio electrónico. CUADERNOS DE ECONOMIA Y DIRECCION DE LA EMPRESA. 31, pp. 7 - 30. 2007. ISSN 1138-5758

Tipo de producción: Artículo científico

- 37** Hernández Ortega, Blanca; Jiménez Martínez, Julio; Martín de Hoyos, M^a José. Influence of the Business Technological Compatibility on the Acceptance of Innovations. EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION MANAGEMENT. 10 - 1, pp. 7. 2007. ISSN 1460-1060

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 7

- 38** Hernández Ortega, Blanca; Jiménez Martínez, Julio; Martín Hoyos, María José. Análisis del comportamiento empresarial en la adopción de tecnología. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. 1, pp. 54 - 65. 2006. ISSN 1698-5117

Tipo de producción: Artículo científico

- 39** Ortega, B. H.; Martínez, J. J.; de Hoyos, M. J. M. Analysis of the moderating effect of industry on online behaviour. ONLINE INFORMATION REVIEW. 30 - 6, pp. 681 - 698. 2006. ISSN 1468-4527

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Categoría: Science Edition - COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS

Índice de impacto: 0.750

Posición de publicación: 50

Num. revistas en cat.: 87

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Categoría: Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE

Índice de impacto: 0.750

Posición de publicación: 23

Num. revistas en cat.: 52

Fuente de citas: WOS

Citas: 9

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 16

- 40** Hernández, B.; Jiménez, J.; Martín, M.J. Estudio de las TIC en las empresas y su influencia con cliente y proveedores. TEKNOKULTURA. 6, pp. 1 - 17. 2006. ISSN 1549-2230

Tipo de producción: Artículo científico

- 41** Jiménez Martínez, J.; Gurrea Sarasa, R.; Flavián Blanco, C. Periódicos electrónicos: ¿un complemento o una alternativa a la prensa tradicional?. ESTUDIOS SOBRE CONSUMO. 78, pp. 49 - 62. 2006. ISSN 0212-9469

Tipo de producción: Artículo científico



- 42** Gurrea Sarasa,Raquel; Flavián Blanco,Carlos; Jiménez Martínez,Julio. Prensa digital prensa tradicional: un análisis empírico del comportamiento del consumidor. INVESTIGACIÓN Y MARKETING. 9, pp. 21 - 28. 2006. ISSN 1131-6144
Tipo de producción: Artículo científico
- 43** Jiménez Martínez, J.; Martín de Hoyos,María José. Ventajas en costes derivadas de la adopción del EDI: análisis de la distribución comercial española. DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO. 16 - 89, pp. 72 - 83. 2006. ISSN 1132-0176
Tipo de producción: Artículo científico
- 44** Jiménez Martínez, J.; Martín de Hoyos,María José. Análisis y evolución de Internet como canal de compras. ESTUDIOS SOBRE CONSUMO. 74, pp. 21 - 31. 2005. ISSN 0212-9469
Tipo de producción: Artículo científico
- 45** Jimenez Martinez, J.; Polo Redondo, Y.The Influence of Edi Adoption Over Its Perceived Benefits. TECHNOVATION. 24 - 1, pp. 73 - 79. 2004. ISSN 0166-4972
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Science Edition - ENGINEERING, INDUSTRIAL
Índice de impacto: 0.231 **Num. revistas en cat.:** 33
Posición de publicación: 25
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Science Edition - OPERATIONS RESEARCH & MANAGEMENT SCIENCE
Índice de impacto: 0.231 **Num. revistas en cat.:** 55
Posición de publicación: 49
Fuente de citas: WOS **Citas:** 27
Fuente de citas: SCOPUS **Citas:** 34
- 46** Jiménez Martínez, Julio; Polo Redondo, Yolanda. Influencia de la adopción de una tecnología sobre la ventaja relativa percibida. Una aplicación al intercambio electrónico de documentos (EDI). ESIC MARKET. 108, pp. 9 - 24. 2001. ISSN 0212-1867
Tipo de producción: Artículo científico
- 47** Jimenez-Martinez, J.; Polo-Redondo, Y.Key variables in the EDI adoption by retail firms. TECHNOVATION. 21 - 6, pp. 385 - 394. 2001. ISSN 0166-4972
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Science Edition - ENGINEERING, INDUSTRIAL
Índice de impacto: 0.283 **Num. revistas en cat.:** 30
Posición de publicación: 18
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Science Edition - OPERATIONS RESEARCH & MANAGEMENT SCIENCE
Índice de impacto: 0.283 **Num. revistas en cat.:** 53
Posición de publicación: 39
Fuente de citas: WOS **Citas:** 11
Fuente de citas: SCOPUS **Citas:** 15



- 48** Jimenez, Julio; Polo, Yolanda; Salvador, Manuel. La digitalización en las telecomunicaciones: Análisis teórico y empírico. *ECONOMÍA INDUSTRIAL*. 0 - 3, pp. 161 - 70. 2000. ISSN 0422-2784
Tipo de producción: Artículo científico
- 49** Polo Redondo, Y.; Jiménez Martínez, J. Ventajas y desventajas del comercio electrónico: Resultados de un estudio empírico entre empresas de Aragón. *DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO*. 10 - 55, pp. 79 - 86. 2000. ISSN 1132-0176
Tipo de producción: Artículo científico
- 50** Flavian, Carlos; Jimenez, Julio; Lozano, Javier. ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA RELACION ENTRE ORIENTACION AL MERCADO Y RENTABILIDAD. *INVESTIGACIÓN Y MARKETING*. 64, pp. 34 - 39. 1999. ISSN 1131-6144
Tipo de producción: Artículo científico
- 51** Jimenez, J.; Polo, Y. Kalman filtering as a tool to study the technological substitution in the telecommunications sector. *TECHNOVATION*. 19 - 12, pp. 735 - 746. 1999. ISSN 0166-4972
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Science Edition - ENGINEERING, INDUSTRIAL
Índice de impacto: 0.283 **Num. revistas en cat.:** 31
Posición de publicación: 15
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Science Edition - OPERATIONS RESEARCH & MANAGEMENT SCIENCE
Índice de impacto: 0.283 **Num. revistas en cat.:** 49
Posición de publicación: 32
Fuente de citas: WOS **Citas:** 1
Fuente de citas: SCOPUS **Citas:** 1
- 52** Montaner Gutiérrez, Teresa; Martínez Salinas, Eva; Jiménez Martínez, Julio. La innovación y la I+D en la empresa industrial aragonesa. *CUADERNOS ARAGONESES DE ECONOMÍA*. 9 - 1, pp. 157 - 169. 1999. ISSN 0211-0865
Tipo de producción: Artículo científico
- 53** Flavián, Carlos; Jiménez, Julio; Lozano, Javier. La orientación al mercado como una nueva forma de entender el concepto de marketing. *CUADERNOS ARAGONESES DE ECONOMÍA*. 9 - 1, pp. 243 - 253. 1999. ISSN 0211-0865
Tipo de producción: Artículo científico
- 54** Jimenez-Martinez, J.; Polo-Redondo, Y. International diffusion of a new tool: the case of Electronic Data Interchange (EDI) in the retailing sector. *RESEARCH POLICY*. 26 - 7-8, pp. 811 - 827. 1998. ISSN 0048-7333
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Índice de impacto: 1.162 **Revista dentro del 25%:** Si
Posición de publicación: 10 **Num. revistas en cat.:** 59
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - PLANNING & DEVELOPMENT
Índice de impacto: 1.162 **Revista dentro del 25%:** Si
Posición de publicación: 4 **Num. revistas en cat.:** 38
Fuente de citas: WOS **Citas:** 18
Fuente de citas: SCOPUS **Citas:** 21



- 55** Jimenez Martinez, Julio; Martinez Salinas, Eva; Saenz de Lorenzo, Jose Felix. LA I+D EN ARAGON. ORGANISMOS Y CENTROS. REVISTA DE GESTIÓN PÚBLICA Y PRIVADA. 2, pp. 83 - 108. 1997. ISSN 1137-9022
Tipo de producción: Artículo científico
- 56** Jimenez Martinez, Julio; Polo Redondo, Yolanda. DIFUSION INTERNACIONAL DE UNA TECNOLOGIA: EL INTERCAMBIO ELECTRONICO DE DATOS (EDI). PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA. 66, pp. 64 - 81. 1996. ISSN 0210-9107
Tipo de producción: Artículo científico
- 57** Naranjo Cruces, I.; Polo Redondo, Y.; Jiménez Martínez, J. Efectos de la digitalización en al difusión de nuevas tecnologías de información y sus implicaciones para la gestión comercial. REVISTA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. 5 - 2, pp. 45 - 56. 1996. ISSN 1019-6838
Tipo de producción: Artículo científico
- 58** Jimenez Martinez, Julio; Polo Redondo, Yolanda. ESTRATEGIAS DE ADOPCION DEL INTERCAMBIO ELECTRONICO DE DATOS (EDI): UN ANALISIS EMPIRICO PARA EL SECTOR DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL EN ESPAÑA. ECONOMÍA INDUSTRIAL. 307, pp. 49 - 62. 1996. ISSN 0422-2784
Tipo de producción: Artículo científico
- 59** Jimenez, J.; Martinez, A.; Navarro, L.; Polo, Y.; Tomas, L. C. La gestión de los proyectos de robotizacion de las empresas españolas. AUTOMATIZACIÓN INTEGRADA & REVISTA DE ROBÓTICA. 55, pp. 93 - 101. 1991. ISSN 1130-880X
Tipo de producción: Artículo científico
- 60** Giner, Enrique; Hernandez, Jose; Jimenez, Julio; Molina, Jose Alberto. SISTEMAS DE DEMANDA PARA LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS. CUADERNOS ARAGONESES DE ECONOMÍA. 14, pp. 101 - 118. 1990. ISSN 0211-0865
Tipo de producción: Artículo científico
- 61** C. Blasco-Arcas, B. Hernández-Ortega y J. Jiménez-Martínez. Let me see how others socialize to co-create my own experiences: the importance of C2C interactions-related cues in IT-service environments. OMNICHANNEL MARKETING: LAS NUEVAS REGLAS DE LA DISTRIBUCIÓN Y EL CONSUMO EN UN MUNDO OMNICHANNEL. pp. 49 - 76. Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial. Universidad de Oviedo, 2019. Disponible en Internet en: <<http://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/noticia-publicacion-del-libro-omnichannel-marketing--las-nuevas-reglas-de-la-distribucion-y-el-consumo-en-un-mundo-omnicanal-es.html>>. ISBN 978-84-8367-656-1
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 62** Jiménez Martínez, Julio Antonio; Herrando, Carolina; Martín-de Hoyos, María José; Asakawa, Kiyoshi; Yana, Kazuo. The role of active and passive s-WOM: Does participation affect loyalty?. MARKETING INSIGHTS: LA RESPUESTA DEL COMERCIO A LAS TENDENCIAS DE COMPORTAMIENTO SOCIAL DEL CONSUMIDOR. pp. 15 - 32. Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial. Universidad de Oviedo, 2017. Disponible en Internet en: <<http://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/publicacion-publicacion-del-libro-marketing-insights--la-respuesta-del-comercio-a-las-tendencias-de-comportamiento-social-del-consumidor-es.html>>. ISBN 978-84-8367-582-3
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 63** Blasco-Arcas, L., Hernández-Ortega, B., Jiménez Martínez, J., Ruiz Mas, J. La televisión como nuevo canal de distribución. EXPERIENCIA Y COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE EN UN ENTORNO MULTICANAL: CLAVES DE ÉXITO PARA FABRICANTES Y DETALLISTAS. pp. 251 - 272. 2014. ISBN 978-84-8367-469-7
Tipo de producción: Capítulo de libro



- 64** B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín. Analysis of the relationship existing between business commercial IT. TRANSFORMING E-BUSINESS PRACTICES AND APPLICATIONS: EMERGING TECHNOLOGIES AND CONCEPTS. pp. 259 - 276. IGI Global, 2009. ISBN 978-1605669106
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 65** B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín. The role of enterprise perceptions in acceptance of information systems. ORGANIZATIONAL ADVANCEMENTS THROUGH ENTERPRISE INFORMATION SYSTEMS: EMERGING APPLICATIONS AND DEVELOPMENTS. pp. 156 - 173. IGI GLOBAL., 2009.
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 66** J. Jiménez y Y. Polo. Futuro y Perspectivas del Comercio Electrónico en la Comunidad Autónoma Aragonesa. INNOVACIÓN Y EMPRESA INNOVADORA. ASPECTOS ECONÓMICOS Y JURÍDICOS. 2001.
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 67** J. Jiménez, E. Martínez y Y. Polo. Diffusion and Adoption of New Products. THE CURRENT STATE OF BUSINESS DISCIPLINES. 2000.
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 68** Jiménez Martínez, Julio Antonio. Importancia de las comunicaciones y su impacto en la gestión comercial. NOVES TENDÈNCIES EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESSES DAVANT EL CANVI DE SEGLE. PERSPECTIVES EMPRESARIALS A LLEIDA. pp. 273 - 290. Dpto. de Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals de la Universitat de Lle, 2000. ISBN 84-8409-065-5
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 69** Julio Jiménez Martínez; Yolanda Polo Redondo. Importancia de las telecomunicaciones y su impacto en la gestión comercial. NOVES TENDÈNCIES EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESSES DAVANT EL CANVI DE SEGLE : PERSPECTIVES EMPRESARIALS A LLEIDA. pp. P. 273 - 290.. Universitat de Lleida, D.L. 2000., 2000. ISBN 8484090655
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 70** Jiménez Martínez, Julio Antonio y Lucio Fuentelsaz. Total Quality Management in Higher Education: the Spanish Experience with Special Reference to the University of Zaragoza. EN QUALITY ASSURANCE IN HIGHER EDUCATION. pp. 61 - 77. Institute of International Business, University of Gdansk, 2000. ISBN 83-86230-80-0
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 71** C. Flavián, J. Jiménez, E. Martínez y Y. Polo. The Introduction of Information Technologies in Retailing. An Application to some European Countries. CONTEMPORARY PROBLEMS OF INTERNATIONAL ECONOMY. pp. 135 - 148. Institute of Foreign Trade, University of Gdansk Polonia, 1999. ISBN 83-86230-49-5
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 72** C. Flavián, J. Jiménez, E. Martínez y Y. Polo. The Introduction of Information Technologies in Retailing. An Application to some European Countries. CONTEMPORARY PROBLEMS OF INTERNATIONAL ECONOMY. 1999.
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 73** Jiménez Martínez, Julio; Pina Pérez, José Miguel; Orús Sanclemente, Carlos. Introduction to Marketing Research. Degree in Business Administration and Management. pp. 162. Ismael Carlos, 2017. ISBN 978-84-944235-7-4
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 74** Richard Brealey; Stewart Myers; Traducción Carmen Ansotegui Olcoz; Manuel A. Espitia Escuer; Julio Jiménez Martínez; Revisión Técnica: Prosper Lamothe. Fundamentos de financiación empresarial. pp. 1203. McGraw-Hill, 1998. ISBN 0070074054 8448100697
Tipo de producción: Libro o monografía científica



- 75** Richard Brealey; Stewart C Myers; Traducción Carmen Ansotegui Olcoz; Manuel A. Espitia Escuer; Julio Jiménez Martínez; Revisión Técnica: Prosper Lamothe. Fundamentos de financiación empresarial. pp. XVII, 1203. McGraw-Hill, 1995. ISBN 0070074054 8448100697
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 76** Richard Brealey; Stewart Myers; Traducción Carmen Ansotegui Olcoz; Manuel A. Espitia Escuer; Julio Jiménez Martínez; Revisión Técnica: Prosper Lamothe. Fundamentos de financiación empresarial. pp. 1203. McGraw-Hill, 1994. ISBN 0070074054 8448100697
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 77** Richard Brealey; Stewart Myers; Traducción Carmen Ansotegui Olcoz; Manuel A. Espitia Escuer; Julio Jiménez Martínez; Revisión Técnica: Prosper Lamothe. Fundamentos de financiación empresarial. pp. 1203. McGraw-Hill, 1993. ISBN 0070074054 8448100697
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 78** Jean-Claude Larréché; Hubert Gatignon; Traducido Por Pilar Fernández; Julio Jiménez; Fernando Latorre. Markstrat 2. pp. V, 185. 1990.
Tipo de producción: Libro o monografía científica

Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título del trabajo:** States of mood transferred through OCR in social commerce: A Neuromarketing experiment
Nombre del congreso: Emerging Trends in Marketing and Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Bucarest, Rumanía
Fecha de celebración: 26/09/2019
Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J., M.J., Constantinides, E., Vant' Klooster, J.W., Slijkhuis, P.J.H.
- 2** **Título del trabajo:** States of mood transferred through OCR in social commerce: A Neuromarketing experiment
Nombre del congreso: XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Cáceres, España
Fecha de celebración: 11/09/2019
Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J., M.J., Constantinides, E., Vant' Klooster, J.W., Slijkhuis, P.J.H.
- 3** **Título del trabajo:** Does cultural background matters in social commerce?
Nombre del congreso: XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Cáceres, España
Fecha de celebración: 11/09/2019
Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J.
- 4** **Título del trabajo:** Effects of online consumer reviews' valence on users' experience: A neuromarketing experiment
Nombre del congreso: NeuroPsychoEconomics Conference



Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: Roma, Italia

Fecha de celebración: 06/06/2019

Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J., Constantinides, E., Van T' Klooster, J.W., Slijkhuis, P. J.H.

5 Título del trabajo: Discuss to learn: a student-focused learning strategy

Nombre del congreso: XXX Congreso Internacional de Marketing AEAMARK 2018

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: BARCELONA, España

Fecha de celebración: 07/09/2018

Fandos, Carmina; Herrando, Carolina; Jiménez, Julio; Orús, Carlos; Pina, José Miguel.

6 Título del trabajo: "Does your heart say you are in flow? A physiological study to understand online consumer behavior

Nombre del congreso: XXX Congreso Internacional de Marketing (AEMARK)

Ámbito geográfico: Nacional

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: Barcelona, España

Fecha de celebración: 05/09/2018

Herrando C.; Jiménez J. y Martín, M.J.

7 Título del trabajo: Good vibrations: Impacto del clima en el aula y de las habilidades sociales en experiencias de aprendizaje colaborativo

Nombre del congreso: XXIX Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2017)

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: Sevilla, España

Fecha de celebración: 06/09/2017

Fandos, Carmina; Jiménez, Julio; Orús, Carlos; Pérez, Alfredo; Pina, José Miguel.

8 Título del trabajo: Does social presence mediate between the intention and the behavior?

Nombre del congreso: XXIX Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2017)

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: Sevilla, España

Fecha de celebración: 06/09/2017

Herrando C.; Jiménez J. y Martín.

9 Título del trabajo: A matter of age: the moderating effects of generation X, Y and Z in boosting trust

Nombre del congreso: International Marketing Trends Conference 2017

Ámbito geográfico: Unión Europea

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: Madrid, España

Fecha de celebración: 27/01/2017

Herrando C.; Jiménez J. y Martín.

10 Título del trabajo: A matter of age: the moderating effects of generation X, Y and Z in boosting trust

Nombre del congreso: International Marketing Trends Conference 2017

Ámbito geográfico: Unión Europea



Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: Madrid, España

Fecha de celebración: 27/01/2017

Publicación en acta congreso: Si

Herrando Soria, Carolina. "A matter of age: the moderating effects of generation X, Y and Z in boosting trust". En: Libro de Actas: International Marketing Trends Conference, Madrid, 27-28 de enero, 2017.. pp. null. 2017. ISBN ISBN 978-2-9532811-2-7

11 Título del trabajo: Structure, dimensionality and consciousness of the state of flow in social commerce

Nombre del congreso: XXVIII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2016)

Ámbito geográfico: Nacional

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: León, España

Fecha de celebración: 09/09/2016

Publicación en acta congreso: Si

Herrando Soria, Carolina. "Structure, dimensionality and consciousness of the state of flow in social commerce". En: Libro de Actas: XXVIII Congreso de Marketing AEMARK 2016, León, 7 - 9 de septiembre.. pp. null. 2016. ISBN 978-84-16701-48-3

12 Título del trabajo: ¿Cómo Influye la Personalidad del Alumno en su Actitud hacia la Figura de Relator?

Nombre del congreso: XXVIII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2016)

Ámbito geográfico: Nacional

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: León, España

Fecha de celebración: 09/09/2016

Fandos, Carmina; Jiménez, Julio; Orús, Carlos; Pérez, Alfredo; Pina, José Miguel.

13 Título del trabajo: Boosting purchase intention and online participation through passion

Nombre del congreso: International Conference of Internet Studies (NETs2016)

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: Osaka, Japón

Fecha de celebración: 22/07/2016

Publicación en acta congreso: Si

Herrando Soria, Carolina. "Boosting purchase intention and online participation through passion.". En: Proceedings: The 7th International Conference of Internet Studies (NETs2016).. pp. null. 2016. ISBN 2224-1949

14 Título del trabajo: The engagement generation process in social commerce contexts

Nombre del congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2015)

Ámbito geográfico: Nacional

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Ciudad de celebración: Pamplona, España

Fecha de celebración: 09/09/2015

Publicación en acta congreso: Si

Herrando Soria, Carolina. "The engagement generation process in social commerce contexts". En: Libro de Actas: XXVII Congreso de Marketing AEMARK 2015, Pamplona, 9 - 11 de septiembre.. pp. null. 2015. ISBN 978-84-16462-51-3



- 15** **Título del trabajo:** Estrategias de Aprendizaje, Expectativas y Actitud: ¿Me Gusta Hacer de Relator o Prefiero que me Relaten?
Nombre del congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2015)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Pamplona, España
Fecha de celebración: 09/09/2015
Fandos, Carmina; Jiménez, Julio; Orús, Carlos; Peligero, María; Pina, José Miguel.
- 16** **Título del trabajo:** Estrategias de aprendizaje, expectativas y actitud:¿Me gusta hacer de relator o prefiero que me relaten?
Nombre del congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2015)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Pamplona, España
Fecha de celebración: 09/09/2015
Peligero Domeque, Maria Angeles; Fandos Herrera, Carmina; Orús Sanclemente, Carlos; Jiménez Martínez, Julio; Pina Pérez, José Miguel.
- 17** **Título del trabajo:** Engagement in social commerce: cognitive, afective and behavioral dimensions
Nombre del congreso: III Workshop Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa
Ámbito geográfico: Autonómica
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Teruel, España
Fecha de celebración: 03/09/2015
Herrando Soria, Carolina.
- 18** **Título del trabajo:** La búsqueda del estado de flow en entornos social commerce
Nombre del congreso: XXVI Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2014)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Elche (Alicante), España
Fecha de celebración: 17/09/2014
Publicación en acta congreso: Si
Herrando Soria, Carolina. "La búsqueda del estado de flow en entornos social commerce". En: Libro de Actas: XXVI Congreso de Marketing AEMARK 2014, Elche, 17 - 19 de septiembre.. pp. null. 2013. ISBN 978-84-15986-51-5
- 19** **Título del trabajo:** Designing a user flow experience in a social commerce context
Nombre del congreso: Workshop de Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Huesca, España
Fecha de celebración: 04/09/2014
Herrando Soria, Carolina.
- 20** **Nombre del congreso:** XXII Congreso Nacional de Marketing-AEMARK
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Oviedo, España
Fecha de celebración: 22/09/2010



Jiménez Martínez, Julio Antonio.

Gestión de I+D+i y participación en comités científicos

Gestión de I+D+i

- 1 Nombre de la actividad:** Director de Departamento
Tipología de la gestión: universitaria
Ciudad entidad realización: Departamento de Economía y Dirección de Empresas, España
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Fecha de inicio: 01/07/2004 **Duración:** 4 años
- 2 Nombre de la actividad:** Cátedra Telefónica de la Universidad de Zaragoza
Tipología de la gestión: Coordinador
Ciudad entidad realización: Zaragoza, España
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Fecha de inicio: 01/01/2004 **Duración:** 10 años - 11 meses - 1 día
Tareas concretas: Organización de actividades de difusión del conocimiento en temas de la sociedad de la información
- 3 Nombre de la actividad:** Secretario de departamento
Tipología de la gestión: universitaria
Ciudad entidad realización: Departamento de Economía y Dirección de Empresas, España
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Fecha de inicio: 01/07/2002 **Duración:** 2 años
- 4 Nombre de la actividad:** Coordinador
Tipología de la gestión: Laboratorio Jurídico-Empresarial del Parque
Ciudad entidad realización: Huesca, España
Entidad de realización: Parque Tecnológico Walqa
Fecha de inicio: 01/01/2001 **Duración:** 5 años
Tareas concretas: Organización de actividades de difusión del conocimiento en temas de la sociedad de la información
- 5 Nombre de la actividad:** Vicedecano
Tipología de la gestión: Relaciones Internacionales
Ciudad entidad realización: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, España
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Fecha de inicio: 01/06/1996 **Duración:** 6 años



Otros méritos

Estancias en centros de I+D+i públicos o privados

- 1** **Entidad de realización:** Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Ciudad entidad realización: Modena, Italia
Fecha de inicio-fin: 20/06/2009 - 31/10/2009 **Duración:** 4 meses - 11 días
Entidad financiadora: Ministerio
Objetivos de la estancia: Invitado/a
- 2** **Entidad de realización:** Erasmus Universiteit, University Research Institute for Information and Decision Systems
Ciudad entidad realización: Rotterdam, Holanda
Fecha de inicio-fin: 01/05/1997 - 15/09/1997 **Duración:** 4 meses - 15 días
Objetivos de la estancia: Contratado/a
- 3** **Entidad de realización:** Strathclyde University
Ciudad entidad realización: Glasgow, Reino Unido
Fecha de inicio-fin: 01/07/1991 - 10/09/1991 **Duración:** 2 meses - 10 días
Objetivos de la estancia: Invitado/a

Períodos de actividad investigadora

- 1** **Nº de tramos reconocidos:** 1
Entidad acreditante: CNEAI
Fecha de obtención: 01/01/2020
- 2** **Nº de tramos reconocidos:** 1
Entidad acreditante: TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN
Fecha de obtención: 16/12/2019
- 3** **Nº de tramos reconocidos:** 1
Entidad acreditante: Transferencia CNEAI
Fecha de obtención: 01/01/2019
- 4** **Nº de tramos reconocidos:** 1
Entidad acreditante: CNEAI
Fecha de obtención: 01/01/2014
- 5** **Nº de tramos reconocidos:** 1
Entidad acreditante: CNEAI
Fecha de obtención: 01/01/2008
- 6** **Nº de tramos reconocidos:** 1
Entidad acreditante: CNEAI
Fecha de obtención: 01/01/2002



Resumen de otros méritos

- 1 Descripción del mérito:** Logotipo de Turismo en Jaca
Asesoramiento al Ayuntamiento de Jaca para la elección del ganador del concurso del logo para promocionar el turismo en Jaca (Huesca)
Fecha de concesión: 13/12/2004

- 2 Descripción del mérito:** Informe
"El Mercado del Esquí para ARAMÓN"
Fruto de un convenio financiado por el Gobierno de Aragón a través de la Fundación de Economía Aragonesa
Fecha de concesión: 31/12/2003

- 3 Descripción del mérito:** Simproespaña
Colaborador don Simproespaña (CEOE) en sus sesiones plenarias sobre el EDI y el Comercio Electrónico, desde 1996 hasta 2001
Fecha de concesión: 31/12/2001

- 4 Descripción del mérito:** Arbitraje
Arbitro de E-Global ADR Tribunal de la Asociación Española para el Derecho y la Economía Digital (AEDED). Desde 2000
Fecha de concesión: 31/12/2000

- 5 Descripción del mérito:** Informes
"Estudios de Necesidades de Formación Profesional. Sector Comercio"
Fruto de un proyecto de investigación financiado por el INEM. Mº de Trabajo y Seguridad Social
Fecha de concesión: 31/12/1993