



FRANCISCO JAVIER SESÉ OLIVÁN

Generado desde: Universidad de Zaragoza

Fecha del documento: 14/09/2023

v 1.4.0

762ea36b6ef96b51c1a78d3a83b608b2

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/>



FRANCISCO JAVIER SESÉ OLIVÁN

Apellidos:
Nombre:
DNI:
ORCID:
ScopusID:
ResearcherID:
Fecha de nacimiento:
Sexo:
Teléfono fijo:
Correo electrónico:

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: 22/02/2021
Régimen de dedicación: Tiempo completo



Formación académica recibida

Conocimiento de idiomas

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

Actividad docente

Formación académica impartida

- Nombre de la asignatura/curso:** Dirección comercial I
Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Sistemas de información para el marketing
Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Bases teóricas en márketing
Titulación universitaria: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de relaciones y valor del cliente
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
- Nombre de la asignatura/curso:** Decisiones sobre gestión comercial de precios
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 17/09/2012 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Introducción al márketing
Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad
Fecha de inicio: 15/09/2022 **Fecha de finalización:** 31/08/2023
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Trabajo multidisciplinar académicamente dirigido
Titulación universitaria: Máster Universitario en Materiales Nanoestructurados para Aplicaciones Nanotecnológicas



Fecha de inicio: 16/09/2019

Fecha de finalización: 14/09/2022

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

8 Nombre de la asignatura/curso: Introducción al márketing

Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad

Fecha de inicio: 19/09/2016

Fecha de finalización: 17/09/2017

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

9 Nombre de la asignatura/curso: Introducción al márketing

Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Fecha de inicio: 16/09/2013

Fecha de finalización: 18/09/2016

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

10 Nombre de la asignatura/curso: Introducción al márketing

Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad

Fecha de inicio: 20/09/2010

Fecha de finalización: 20/09/2015

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

11 Nombre de la asignatura/curso: COMUNICACION COMERCIAL

Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales

Fecha de inicio: 19/09/2011

Fecha de finalización: 15/09/2013

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

12 Nombre de la asignatura/curso: DIRECCION COMERCIAL

Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales

Fecha de inicio: 17/09/2007

Fecha de finalización: 15/09/2013

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

13 Nombre de la asignatura/curso: Introducción al márketing

Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Fecha de inicio: 19/09/2011

Fecha de finalización: 16/09/2012

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: 20/09/2010

Fecha de finalización: 18/09/2011

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

15 Nombre de la asignatura/curso: COMUNICACION COMERCIAL

Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales

Fecha de inicio: 22/09/2008

Fecha de finalización: 20/09/2009

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

16 Nombre de la asignatura/curso: ECONOMÍA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Titulación universitaria: DEPARTAMENTOS-G.9/L.E. (Mod. 6)

Fecha de inicio: 22/09/2008

Fecha de finalización: 20/09/2009

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza



- 17** **Nombre de la asignatura/curso:** DIRECCION COMERCIAL I
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 21/09/2005 **Fecha de finalización:** 31/12/2006
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 18** **Nombre de la asignatura/curso:** DIRECCION COMERCIAL I
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 21/09/2005 **Fecha de finalización:** 31/12/2006
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Dirección de tesis doctorales y/o proyectos fin de carrera

- 1** **Título del trabajo:** Efecto de los precios dinámicos en el comportamiento del consumidor
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Julio García Viamonte
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 27/06/2023
- 2** **Título del trabajo:** Marketing relacional
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Jorge González de Agüero Cetina
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 03/11/2022
- 3** **Título del trabajo:** Marketing Relacional en la digitalización del sector bancario
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Raúl Sepúlveda Godoy
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 03/11/2022
- 4** **Título del trabajo:** La satisfacción y lealtad del cliente: caso Tradexx.fx
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Walter Antonio Marqués Vungi
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 03/11/2022
- 5** **Título del trabajo:** Análisis del consumidor de Apple Inc: Comportamiento, motivación, actitudes y lealtad hacia la marca.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Mínguez Penalva, Ana
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Pablo Godina Latre
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 29/06/2022



- 6** **Título del trabajo:** Sistemas de Devolución y Recompensa: estudio de su efectividad sobre el comportamiento social ante el reciclaje
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Pablo Calavia Santa Cecilia
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 28/06/2022
- 7** **Título del trabajo:** Donor Portfolio Management in Charitable Organizations: Driving Factors and Consequences on Fundraising.
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ana Mínguez Penalva
Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude
Fecha de defensa: 01/06/2022
- 8** **Título del trabajo:** Estrategia integral para relación de clientes en el entorno omnicanal
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Sergio Gabriel López López
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 03/11/2021
- 9** **Título del trabajo:** La inclusividad como valor de marca en la publicidad
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Rut Fustian Crespo
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 20/10/2021
- 10** **Título del trabajo:** Mejora del programa de fidelización de ecommerce de lujo
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Xi Liang
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 01/07/2021
- 11** **Título del trabajo:** Plan de marketing relacional para Erasmus Play: Filosofía y aplicaciones del marketing de relaciones
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Sofía García Otín
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 30/06/2021
- 12** **Título del trabajo:** CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT: EXPANDING OUR UNDERSTANDING OF THE DRIVERS AND CONSEQUENCES OF THE CUSTOMER EXPERIENCE
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Melero Polo, Iguacel
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Xuehui Gao



Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude

Fecha de defensa: 28/04/2021

- 13 Título del trabajo:** Nuevas tecnologías en el desarrollo del marketing relacional
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Andrés Higuera Herrero
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 19/10/2020
- 14 Título del trabajo:** Análisis del mercado de las residencias y los centros de día para la tercera edad que hay actualmente en Zaragoza
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Patricia Tenas Esteban
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 08/07/2020
- 15 Título del trabajo:** Mapa de la experiencia del cliente en el sector turístico
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Natalia Estarreado de la Cuesta
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 29/10/2019
- 16 Título del trabajo:** Mejorar la experiencia del cliente a través de la multicanalidad
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Roberto José Illarramendi Lahoz
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 23/10/2019
- 17 Título del trabajo:** Pay What You Want: Una técnica de fijación de precios basada en el valor
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Diego Lafuente Izquierdo
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 23/10/2019
- 18 Título del trabajo:** Los Enigmas del Mercado del Lujo
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: María Fernández Andrés
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 04/07/2019
- 19 Título del trabajo:** Plan de Marketing Relacional de la Asociación Lestifta
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alejandra Lacueva Catalán
Calificación obtenida: Notable



Fecha de defensa: 28/06/2019

- 20** **Título del trabajo:** Experiencia de Cliente; cómo se desarrollarla para que sea rentable y cómo se gestiona en un caso real.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Isabel Nuño Lumbreras
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 08/03/2019
- 21** **Título del trabajo:** Estudio sobre la aplicación del Marketing Relacional en el sector sanitario: Servicio de Oncología.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Marta Melús Arregui
Calificación obtenida: Matrícula de honor
Fecha de defensa: 19/10/2018
- 22** **Título del trabajo:** Nuevas estrategias de precios: Un estudio del Pay What You Want
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Fernando Larriba Vicente
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 12/07/2018
- 23** **Título del trabajo:** Comportamiento del cliente frente a campañas de geofencing
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Carlos Arrieta Romeo
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 11/07/2018
- 24** **Título del trabajo:** Programas de Fidelización: Estudio de los programas Jerárquicos
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Guillermo Martin Benavente
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 10/07/2018
- 25** **Título del trabajo:** El papel de las normas sociales y el reconocimiento en campañas de recaudación de fondos
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ana Mínguez Penalva
Calificación obtenida: Matrícula de honor
Fecha de defensa: 10/07/2018
- 26** **Título del trabajo:** Marketing Relacional: Plan de Marketing Relacional para una PYME
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Lisselotte Gladys Rodríguez Blanco
Calificación obtenida: Sobresaliente



Fecha de defensa: 07/03/2018

- 27** **Título del trabajo:** Comportamiento de compra multicanal, el efecto "Showrooming".
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Laura Doñate Blasco
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 17/11/2017
- 28** **Título del trabajo:** El papel del Smartphone en la experiencia de compra en el canal offline.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Sonia Gil Gracia
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 17/11/2017
- 29** **Título del trabajo:** El Plan de Marketing Relacional aplicado a un Centro Educativo.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Beatriz Aguayo Campoy
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 16/11/2017
- 30** **Título del trabajo:** Los antecedentes de equidad y la experiencia del consumidor: el papel de los efectos sociales
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Codirector/a tesis: Melero Polo, Iguacel
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Xuehui Gao
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 12/07/2017
- 31** **Título del trabajo:** Vínculos entre responsabilidad social corporativa y reputación: un análisis en el contexto PYME español.
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Melero Polo, Iguacel
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: María Eugenia Lopez Perez
Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude
Fecha de defensa: 30/06/2017
- 32** **Título del trabajo:** Estudio del impacto de un incidente crítico en la relación cliente-empresa: Fusiones y adquisiciones en el sector bancario
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Diego Cenis García
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 15/12/2016
- 33** **Título del trabajo:** ¿Cómo poner en marcha un CRM en una Pyme? Una propuesta de aplicación.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad



Alumno/a: Enrique Ibor Perales
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 25/10/2016

- 34** **Título del trabajo:** Programa de fidelización de donantes: Banco de Sangre de Aragón.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Sonia Román Cameo
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 24/10/2016
- 35** **Título del trabajo:** Programas de fidelización de clientes de supermercados Simply.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Sofía Cayetana Quintas García
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 06/07/2016
- 36** **Título del trabajo:** Efecto de los precios mágicos en el comportamiento de compra del consumidor.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Cristina Villacampa Lapesa
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 20/10/2015
- 37** **Título del trabajo:** El Word of Mouth como herramienta comercial: un análisis de su efectividad.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Jose Luis Vicente Ayllon
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 10/07/2015
- 38** **Título del trabajo:** Los precios psicológicos: Naturaleza e impacto en el comportamiento del consumidor.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ana Cristina Cifuentes Naranjo
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 12/12/2014
- 39** **Título del trabajo:** Analysis of customer-firm interactions as determinants of customer relational perceptions, behaviors and profitability
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Cambra Fierro, Jesús
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Iguácel Melero Polo
Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude
Fecha de defensa: 10/12/2014
- 40** **Título del trabajo:** El comportamiento de compra multicanal: Análisis de los antecedentes y consecuencias del "research shopper"
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

**Entidad de realización:** Universidad de Zaragoza**Tipo de entidad:** Universidad**Alumno/a:** Irene Escuer Sanagustín**Calificación obtenida:** Sobresaliente**Fecha de defensa:** 11/07/2014

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:** TED2021-130861A-I00: Transición Digital en la Empresa aplicando la Inteligencia Artificial: Gestión del Customer Journey Digital**Ámbito geográfico:** Nacional**Entidad de realización:** Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Iguácel Melero Polo**Nº de investigadores/as:** 5**Entidad/es financiadora/s:**

AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN

Fecha de inicio-fin: 01/12/2022 - 30/11/2024**Duración:** 2 años**Cuantía total:** 94.070 €**3 Nombre del proyecto:** PID2020-114874GB-I00: MOBILE FIRST: CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE A TRAVÉS DEL MARKETING MÓVIL**Ámbito geográfico:** Nacional



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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Francisco Javier Sesé Oliván; Iguácel Melero Polo

Nº de investigadores/as: 8

Entidad/es financiadora/s:

AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN

Fecha de inicio-fin: 01/09/2021 - 31/08/2024

Duración: 3 años

Cuantía total: 62.157,7 €

4 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 €

5 Nombre del proyecto: ECO2017-83993-P. THE CUSTOMER JOURNEY: DISEÑANDO EL MAPA DE LA EXPERIENCIA 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; Francisco Javier Sesé Oliván

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

FONDOS FEDER

MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD

Fecha de inicio-fin: 01/01/2018 - 31/12/2020

Duración: 3 años

Cuantía total: 49.610 €

6 Nombre del proyecto: JIUZ-2018-SOC-11:IMPORTANCIA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: APROXIMACIÓN DESDE EL CONCEPTO DE COSTUMER JOURNEY

Ámbito geográfico: Otros

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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Iguácel Melero Polo

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

FUNDACIÓN BANCARIA IBERCAJA

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Fecha de inicio-fin: 01/01/2019 - 31/12/2019

Duración: 1 año

Cuantía total: 2.000 €

7 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 €

- 8 Nombre del proyecto:** ECO2014-54760-P: MÁRKETING DE EXPERIENCIAS PARA UNA GESTIÓN INTEGRAL Y RENTABLE DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES.

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; Francisco Javier Sesé Oliván**Nº de investigadores/as:** 6**Entidad/es financiadora/s:**

MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD

Fecha de inicio-fin: 01/01/2015 - 31/12/2017**Duración:** 3 años**Cuantía total:** 69.575 €

- 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:** MARKETING MULTICANAL: HACIA UNA GESTIÓN INTEGRADA Y RENTABLE DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES.

Ámbito geográfico: Nacional**Entidad de realización:** Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Francisco Javier Sesé Oliván**Nº de investigadores/as:** 5**Entidad/es financiadora/s:**

FUNDACION RAMON ARECES

Fecha de inicio-fin: 07/11/2014 - 06/11/2016**Duración:** 2 años**Cuantía total:** 36.000 €

- 11 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 €



- 12** **Nombre del proyecto:** JIUZ-2013-SOC-07: NUEVOS CANALES DE COMPRA Y PARTICIPACIÓN DEL CLIENTE CON LA EMPRESA: LA TELEVISIÓN IP
Ámbito geográfico: Otros
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Blanca Isabel Hernández Ortega
Nº de investigadores/as: 4
Entidad/es financiadora/s: UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
Fecha de inicio-fin: 01/01/2014 - 31/12/2014 **Duración:** 1 año
Cuantía total: 1.500 €
- 13** **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 €
- 14** **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 €
- 15** **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 €
- 16** **Nombre del proyecto:** PRI-AIBDE-2011-1329. LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACION Y SU IMPACTO EN LA GESTION DEL VALOR DEL CLIENTE
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: 4
Entidad/es financiadora/s:



MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION

Fecha de inicio-fin: 01/12/2011 - 01/12/2013

Duración: 2 años - 1 día

Cuantía total: 8.000 €

17 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 €

18 Nombre del proyecto: CATEDRA TELEFONICA 2011. EXPANSION INTERNACIONAL DE LAS OPERADORAS EN EL MERCADO DE LA TELEFONIA MOVIL EUROPEO

Ámbito geográfico: Otros

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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Juan Pablo Maicas López

Nº de investigadores/as: 7

Entidad/es financiadora/s:

CATEDRA TELEFONICA

Fecha de inicio-fin: 03/03/2011 - 02/03/2012

Duración: 1 año

Cuantía total: 6.000 €

19 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 €

20 Nombre del proyecto: JC2010-0305 MOVILIDAD M^oEDUCACION

Ámbito geográfico: Nacional

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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Francisco Javier Sesé Oliván

Nº de investigadores/as: 1

Entidad/es financiadora/s:

MINISTERIO DE EDUCACION

Fecha de inicio-fin: 01/04/2011 - 31/08/2011

Duración: 5 meses

Cuantía total: 15.200 €



- 21** **Nombre del proyecto:** ECO2010-11031-E HACIA UNA MAYOR CONTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD DE MARKETING: EL PAPEL DEL VALOR DEL CLIENTE
Ámbito geográfico: Nacional
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Francisco Javier Sesé Oliván
Nº de investigadores/as: 3
Entidad/es financiadora/s: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION
Fecha de inicio-fin: 01/12/2010 - 31/07/2011 **Duración:** 8 meses
Cuantía total: 2.000 €
- 22** **Nombre del proyecto:** NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCION EN SERVICIOS INTERACTIVOS IP: CUANTIFICACIÓN DE LA CALIDAD DE LA EXPERIENCIA
Ámbito geográfico: Otros
Entidad de realización: Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): José de las Huertas Ruiz Más
Nº de investigadores/as: 18
Entidad/es financiadora/s: CATEDRA TELEFONICA
Fecha de inicio-fin: 15/03/2010 - 14/03/2011 **Duración:** 1 año
Cuantía total: 8.000 €
- 23** **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 €
- 24** **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 €
- 25** **Nombre del proyecto:** LA QoE Y LAS PERCEPCIONES DEL USUARIO. ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS MULTIMEDIA EN REDES DE ACCESO DE BANDA ANCHA
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Blanca Isabel Hernández Ortega
Nº de investigadores/as: 17

**Entidad/es financiadora/s:**

CATEDRA TELEFONICA

Fecha de inicio-fin: 08/04/2009 - 07/04/2010**Duración:** 1 año**Cuantía total:** 8.000 €**26 Nombre del proyecto:** MOVILIDAD J.CASTILLEJO JC2009-00335**Entidad de realización:** Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Francisco Javier Sesé Oliván**Nº de investigadores/as:** 1**Entidad/es financiadora/s:**

MINISTERIO DE EDUCACION

Fecha de inicio-fin: 01/09/2009 - 31/01/2010**Duración:** 5 meses**Cuantía total:** 16.200 €**27 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 €**28 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 €**29 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 €



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

1 Nombre del proyecto: ORIENTACIÓN AL MERCADO Y AL APRENDIZAJE EN EL SECTOR VINÍCOLA ARAGONÉS

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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Elena Fraj Andrés

Nº de investigadores/as: 4

Entidad/es financiadora/s:

FUNDACION ECONOMIA ARAGONESA

Fecha de inicio: 23/02/2010

Duración: 9 meses - 23 días

2 Nombre del proyecto: ORDEN DE ENTRADA Y SALIDA DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO: ANÁLISIS DE SUPERVIVENCIA DE FRANQUICIAS OPERATIVAS EN ARAGÓN

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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): María Victoria Bordonaba Juste

Nº de investigadores/as: 6

Entidad/es financiadora/s:

FUNDACION ECONOMIA ARAGONESA

Fecha de inicio: 01/03/2005

Duración: 10 meses

Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1 Minguez, Ana; Sese, F. Javier. Periodic Versus Aggregate Donations: Leveraging Donation Frequencies to Cultivate the Regular Donor Portfolio. JOURNAL OF SERVICE RESEARCH. 26 - 2, pp. 283 - 299. 2023. ISSN 1094-6705

DOI: 10.1177/10946705221103270

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de citas: WOS

Citas: 1

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 1

- 2 Gao, Lily; de Haan, Evert; Melero-Polo, Iguácel; Sese, F. Javier. Winning your customers' minds and hearts: Disentangling the effects of lock-in and affective customer experience on retention. JOURNAL OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE. 51 - 2, pp. 334 - 371. 2023. ISSN 0092-0703

DOI: 10.1007/s11747-022-00898-z

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de citas: WOS

Citas: 4

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 5

- 3** Minguez Penalva, A.; Sese Oliván, F. J. How does relationship length influence donation amount over time for regular members of nonprofit organizations – the moderating role of donation frequency. JOURNAL OF SERVICE THEORY AND PRACTICE. 32 - 3, pp. 432 - 451. 2022. ISSN 2055-6225

DOI: 10.1108/JSTP-05-2021-0084

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 4.600

Posición de publicación: 84

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 4.600

Posición de publicación: 115

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.066

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 6.200

Posición de publicación: 300

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 154

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Num. revistas en cat.: 227

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: 1

Citas: 1

- 4** Viswanathan, V.; Koetterheinrich, K.; Bijmolt, T.; Krafft, M.; Sese, F. J. Quantifying the effect of status in a multi-tier loyalty program. INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT. 104 -, pp. 376 - 383. 2022. ISSN 0019-8501

DOI: 10.1016/j.indmarman.2022.04.020

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 10.300

Posición de publicación: 21

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 10.300

Posición de publicación: 20

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 2.658

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 13.800

Posición de publicación: 49

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 154

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 227

Categoría: Marketing

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.566

- 5** Boyd, D. Eric; Sese, F. Javier; Tillmanns, Sebastian. The design of B2B customer references: A signaling theory perspective. JOURNAL OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE. 51, pp. 658–674. 2022. ISSN 0092-0703

DOI: 10.1007/s11747-022-00902-6

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 18.200

Posición de publicación: 2

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 154

Categoría: Business and International Management



Índice de impacto: 6.248

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 6.248

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 6.248

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 23.000

Posición de publicación: 4

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 23.000

Posición de publicación: 2

Fuente de citas: SCOPUS

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Economics and Econometrics

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Marketing

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.566

Categoría: Economics, Econometrics and Finance (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.247

Citas: 1

- 6** Minguez, A.; Sese, F. J. Why do you want a relationship, anyway? Consent to receive marketing communications and donors' willingness to engage with nonprofits. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 148 -, pp. 356 - 367. 2022. ISSN 0148-2963

DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.04.051

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 11.300

Posición de publicación: 14

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 2.895

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 16.000

Posición de publicación: 34

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 154

Categoría: Marketing

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.566

Citas: 1

Citas: 1

- 7** Minguez, A.; Sese, F. J. Social norms and recognition in social fundraising campaigns: The moderating role of self-construal. INTERNATIONAL JOURNAL OF NONPROFIT AND VOLUNTARY SECTOR MARKETING. 27 - 1, pp. e1706. 2021. ISSN 1465-4520

DOI: 10.1002/nvsm.1706

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.295

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.295

Fuente de citas: WOS

Categoría: Economics and Econometrics

Categoría: Marketing

Citas: 1

- 8** Liu, H.; Sese, F.J. The Impact of Mobile App Adoption on Cross-buying: The Moderating Roles of Product Category Characteristics and Adoption Timing. JOURNAL OF RETAILING. 797, pp. [19 pp]. 2021. ISSN 0022-4359
DOI: 10.1016/j.jretai.2021.02.002

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 11.190

Posición de publicación: 13

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 2.511

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 8.200

Posición de publicación: 129

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 154

Categoría: Marketing

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.511

Citas: 8

Citas: 9

- 9** Minguez, A.; Sese, F.J. Understanding the effectiveness of social influence appeals in charitable giving: the roles of affinity with the cause, and past giving behavior. JOURNAL OF MARKETING THEORY AND PRACTICE. 29 - 3, pp. 375 - 386. 2021. ISSN 1069-6679
DOI: 10.1080/10696679.2020.1859335

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.884

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 3.900

Posición de publicación: 444

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Marketing

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Num. revistas en cat.: 1.511

Citas: 3

Citas: 3

- 10** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I.; Patricio, L.; Sese, F.J. Channel Habits and the Development of Successful Customer-Firm Relationships in Services. JOURNAL OF SERVICE RESEARCH. 23 - 4, pp. 456 - 475. 2020. ISSN 1094-6705
DOI: 10.1177/1094670520916791

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 10.667

Posición de publicación: 8

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 4.434

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 4.434

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 4.434

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 153

Categoría: Information Systems

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Organizational Behavior and Human Resource Management

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Sociology and Political Science

Revista dentro del 25%: Si

Fuente de citas: WOS**Citas:** 11**Fuente de citas:** SCOPUS**Citas:** 12

- 11** Gao, L. (xuehui); Melero-Polo, I.; Sese, Fj. Customer equity drivers, customer experience quality, and customer profitability in banking services: the moderating role of social influence. JOURNAL OF SERVICE RESEARCH. 23 - 2, pp. 174 - 193. 2020. ISSN 1094-6705
DOI: 10.1177/1094670519856119
Tipo de producción: Artículo científico
- Fuente de impacto:** WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 10.667 **Revista dentro del 25%:** Si
Posición de publicación: 8 **Num. revistas en cat.:** 153
- Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR) **Categoría:** Information Systems
Índice de impacto: 4.434 **Revista dentro del 25%:** Si
- Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR) **Categoría:** Organizational Behavior and Human Resource Management
Índice de impacto: 4.434 **Revista dentro del 25%:** Si
- Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR) **Categoría:** Sociology and Political Science
Índice de impacto: 4.434 **Revista dentro del 25%:** Si
- Fuente de citas:** WOS **Citas:** 35
Fuente de citas: SCOPUS **Citas:** 34
- 12** Gao, L. X.; Melero-Polo, I.; Sese, F. J. La experiencia del cliente como modelo de negocio en la era digital el caso del sector financiero. REVISTA DE MARKETING Y PUBLICIDAD. 2, pp. 35 - 66. 2019. ISSN 2659-3904
DOI: 10.51302/marketing.2019.696
Tipo de producción: Artículo científico
- 13** Gao, Lily Xuehui; Melero, Iguacel; Sese, F. Javier. Multichannel integration along the customer journey: a systematic review and research agenda. SERVICE INDUSTRIES JOURNAL. pp. [33 pp]. 2019. ISSN 0264-2069
DOI: 10.1080/02642069.2019.1652600
Tipo de producción: Artículo científico
- Fuente de impacto:** WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Índice de impacto: 2.381 **Num. revistas en cat.:** 226
Posición de publicación: 117 **Categoría:** Management of Technology and Innovation
- Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR) **Categoría:** Strategy and Management
Índice de impacto: 0.629
- Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR) **Citas:** 30
Índice de impacto: 0.629 **Citas:** 34
- Fuente de citas:** WOS
Fuente de citas: SCOPUS
- 14** Cambra-Fierro, Jesús; Gao, Lily Xuehui; Melero-Polo, Iguacel; Sese, F. Javier. What drives consumers' active participation in the online channel? Customer equity, experience quality, and relationship proneness. ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH AND APPLICATIONS. 35, pp. [12 pp]. 2019. ISSN 1567-4223
DOI: 10.1016/j.elerap.2019.100855

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 3.824

Posición de publicación: 34

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 3.824

Posición de publicación: 25

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 3.824

Posición de publicación: 46

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.243

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.243

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.243

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.243

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 - COMPUTER SCIENCE, INTERDISCIPLINARY APPLICATIONS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 109

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 152

Categoría: Computer Networks and Communications

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Computer Science Applications

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Management of Technology and Innovation

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Marketing

Revista dentro del 25%: Si

Citas: 16

Citas: 20

- 15** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I.; Sese, F.J. Customer value co-creation over the relationship life cycle. JOURNAL OF SERVICE THEORY AND PRACTICE. 28 - 3, pp. 336 - 355. 2018. ISSN 2055-6225

DOI: 10.1108/JSTP-01-2017-0009

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.363

Posición de publicación: 70

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.363

Posición de publicación: 101

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.807

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 147

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Num. revistas en cat.: 217

Categoría: Strategy and Management

Revista dentro del 25%: Si

Citas: 36

Citas: 40

- 16** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I.; Sese, F.J.; Van Doorn, J. Customer-Firm Interactions and the Path to Profitability: A Chain-of-Effects Model. JOURNAL OF SERVICE RESEARCH. 21 - 2, pp. 201 - 218. 2018. ISSN 1094-6705

DOI: 10.1177/1094670517738369

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)**Índice de impacto:** 4.071**Posición de publicación:** 29**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Índice de impacto:** 3.340**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Índice de impacto:** 3.340**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Índice de impacto:** 3.340**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS**Revista dentro del 25%:** Si**Num. revistas en cat.:** 147**Categoría:** Information Systems**Revista dentro del 25%:** Si**Categoría:** Organizational Behavior and Human Resource Management**Revista dentro del 25%:** Si**Categoría:** Sociology and Political Science**Revista dentro del 25%:** Si**Citas:** 14**Citas:** 15

- 17** López-Pérez, M.E.; Melero, I.; Sesé, F.Javier. Does Specific CSR Training for Managers Impact Shareholder Value? Implications for Education in Sustainable Development. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT. 24 - 5, pp. 435 - 448. 2017. ISSN 1535-3958

DOI: 10.1002/csr.1418**Tipo de producción:** Artículo científico**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 4.918**Posición de publicación:** 17**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 4.918**Posición de publicación:** 10**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 4.918**Posición de publicación:** 17**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Índice de impacto:** 1.706**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Índice de impacto:** 1.706**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Índice de impacto:** 1.706**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS**Revista dentro del 25%:** Si**Num. revistas en cat.:** 140**Categoría:** Social Sciences Edition - ENVIRONMENTAL STUDIES**Revista dentro del 25%:** Si**Num. revistas en cat.:** 108**Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT**Revista dentro del 25%:** Si**Num. revistas en cat.:** 209**Categoría:** Development**Revista dentro del 25%:** Si**Categoría:** Management, Monitoring, Policy and Law**Revista dentro del 25%:** Si**Categoría:** Strategy and Management**Revista dentro del 25%:** Si**Citas:** 19**Citas:** 27

- 18** López-Pérez, M.E.; Melero, I.; Sese, F.Javier. Management for Sustainable Development and Its Impact on Firm Value in the SME Context: Does Size Matter?. BUSINESS STRATEGY AND THE ENVIRONMENT. 26 - 7, pp. 985 - 999. 2017. ISSN 0964-4733

DOI: 10.1002/bse.1961**Tipo de producción:** Artículo científico**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS

Índice de impacto: 5.355
Posición de publicación: 14

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 5.355
Posición de publicación: 5

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 5.355
Posición de publicación: 14

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.881

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.881

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.881

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.881

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Revista dentro del 25%: Si
Num. revistas en cat.: 140

Categoría: Social Sciences Edition - ENVIRONMENTAL STUDIES

Revista dentro del 25%: Si
Num. revistas en cat.: 108

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Revista dentro del 25%: Si
Num. revistas en cat.: 209

Categoría: Business and International Management

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Geography, Planning and Development

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Management, Monitoring, Policy and Law

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Strategy and Management

Revista dentro del 25%: Si

Citas: 65

Citas: 70

- 19** Viswanathan, V.; Sese, F.J.; Krafft, M. Social influence in the adoption of a B2B loyalty program: The role of elite status members. INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING. 34 - 4, pp. 901 - 918. 2017. ISSN 0167-8116

DOI: 10.1016/j.ijresmar.2017.08.003

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.593

Posición de publicación: 56

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 2.528

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 140

Categoría: Marketing

Revista dentro del 25%: Si

Citas: 20

Citas: 25

- 20** Petersen, J.Andrew; Kumar, V.; Polo, Yolanda; Sese, F.Javier. Unlocking the power of marketing: understanding the links between customer mindset metrics, behavior, and profitability. JOURNAL OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE. 46 - 5, pp. 813 - 836. 2017. ISSN 0092-0703

DOI: 10.1007/s11747-017-0554-5

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 8.488

Posición de publicación: 3

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 4.614

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 140

Categoría: Business and International Management

Revista dentro del 25%: Si



Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 4.614

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 4.614

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Economics and Econometrics
Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Marketing
Revista dentro del 25%: Si

Citas: 29

Citas: 35

- 21** Cambra-Fierro, J.; Kamakura, W.A.; Melero-Polo, I.; Sese, F.J. Are multichannel customers really more valuable? An analysis of banking services. INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN MARKETING. 33 - 1, pp. 208 - 212. 2016. ISSN 0167-8116

DOI: 10.1016/j.ijresmar.2015.12.007

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.775

Posición de publicación: 71

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.768

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 121

Categoría: Marketing
Revista dentro del 25%: Si

Citas: 20

Citas: 24

- 22** Polo, Y.; Sese, F. J. Does the Nature of the Interaction Matter? Understanding Customer Channel Choice for Purchases and Communications. JOURNAL OF SERVICE RESEARCH. 19 - 3, pp. 276 - 290. 2016. ISSN 1094-6705

DOI: 10.1177/1094670516645189

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 6.847

Posición de publicación: 4

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 4.817

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 4.817

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 4.817

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 121

Categoría: Information Systems
Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Organizational Behavior and Human Resource Management

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Sociology and Political Science

Revista dentro del 25%: Si

Citas: 24

Citas: 30

- 23** Melero, I.; Sese, F.J.; Verhoef, P.C. Recasting the Customer Experience in Today's Omni-channel Environment. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. 50, pp. 18 - 37. 2016. ISSN 1698-5117

DOI: 10.3232/UBR.2016.V13.N2.01

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)



Índice de impacto: 0.174

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.174

Categoría: Economics and Econometrics

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.174

Categoría: Finance

Fuente de citas: WOS

Citas: 84

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 97

- 24** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I.; Sese, F. J. Can complaint-handling efforts promote customer engagement?. SERVICE BUSINESS. pp. [20 pp.]. 2015. ISSN 1862-8516

DOI: 10.1007/s11628-015-0295-9

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.985

Posición de publicación: 84

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 119

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.985

Posición de publicación: 127

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Num. revistas en cat.: 191

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.481

Categoría: Business and International Management

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.481

Categoría: Strategy and Management

Fuente de citas: WOS

Citas: 35

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 49

- 25** Maicas, J. P.; Sese, F. J. Customer-Base Management in Network Industries: The Moderating Role of Network Size and Market Growth. EUROPEAN MANAGEMENT REVIEW. 12 - 4, pp. 209 - 220. 2015. ISSN 1740-4754

DOI: 10.1111/emre.12048

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.750

Posición de publicación: 78

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Num. revistas en cat.: 191

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.237

Categoría: Business and International Management

Revista dentro del 25%: Si

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.237

Categoría: Strategy and Management

Revista dentro del 25%: Si

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 5

- 26** Cambra-Fierro, Jesús; Iguacel Melerob, Iguacel; Sesec, F. Javier. Managing complaints to improve customer profitability. JOURNAL OF RETAILING. 91 - 1, pp. 109 - 124. 2015. ISSN 0022-4359

DOI: 10.1016/j.jretai.2014.09.004

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

**Índice de impacto:** 2.014**Posición de publicación:** 43**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Índice de impacto:** 2.174**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Num. revistas en cat.:** 119**Categoría:** Marketing**Revista dentro del 25%:** Si**Citas:** 50**Citas:** 57

- 27** Hernández Ortega, B.; Buil-Carrasco, I.; Sesé-Oliván, F.J. Fomentando la adquisición de competencias a través de TIC. El uso de los sistemas de mandos de respuesta como herramienta docente. INNOVACIÓN EDUCATIVA. 24, pp. 229 - 239. 2014. ISSN 1130-8656

DOI: 10.15304/ie.24.1516**Tipo de producción:** Artículo científico

- 28** Buil-Carrasco, I.; Hernández-Ortega, B.; Sesé-Oliván, F.J. El papel de la prensa en la mejora del proceso de aprendizaje. Una aplicación en el EEES. REDU. REVISTA DE DOCENCIA UNIVERSITARIA. 11 - 3, pp. 445 - 459. 2013. ISSN 1887-4592

DOI: 10.4995/redu.2013.5538**Tipo de producción:** Artículo científico

- 29** Polo, Y.; Sese, F. J. Strengthening Customer Relationships: What Factors Influence Customers to Migrate to Contracts?. JOURNAL OF SERVICE RESEARCH. 16 - 2, pp. 138 - 154. 2013. ISSN 1094-6705

DOI: 10.1177/1094670512471584**Tipo de producción:** Artículo científico**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 2.143**Posición de publicación:** 26**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS**Revista dentro del 25%:** Si**Num. revistas en cat.:** 111**Citas:** 7**Citas:** 10

- 30** Blasco-Arcas, L.; Buil, I.; Hernández-Ortega, B.; Sese, F. J. Using clickers in class. the role of interactivity, active collaborative learning and engagement in learning performance. COMPUTERS AND EDUCATION. 62, pp. 102 - 110. 2013. ISSN 0360-1315

DOI: 10.1016/j.compedu.2012.10.019**Tipo de producción:** Artículo científico**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 2.630**Posición de publicación:** 15**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 2.630**Posición de publicación:** 12**Fuente de citas:** WOS**Fuente de citas:** SCOPUS**Categoría:** Science Edition - COMPUTER SCIENCE, INTERDISCIPLINARY APPLICATIONS**Revista dentro del 25%:** Si**Num. revistas en cat.:** 101**Categoría:** Social Sciences Edition - EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH**Revista dentro del 25%:** Si**Num. revistas en cat.:** 219**Citas:** 315**Citas:** 380



- 31** Cambra, J.; Melero, I.; Sese, F. J. Aproximación al concepto de engagement: Un estudio exploratorio en el sector de la telefonía móvil. *UNIVERSIA BUSINESS REVIEW*. 33, 2012. ISSN 1698-5117
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 0.138
Posición de publicación: 110 **Num. revistas en cat.:** 116
- 32** Cambra, J.; Melero, I.; Sese, F. J. Customer engagement: An exploratory study in the mobile communications industry. *UNIVERSIA BUSINESS REVIEW*. 33, pp. 84 - 103. 2012. ISSN 1698-5117
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 0.138
Posición de publicación: 110 **Num. revistas en cat.:** 116
- 33** Buil, I.; Hernández, B.; Sesé, J.; Urquizu, P. Los foros de discusión y sus beneficios en la docencia virtual: recomendaciones para un uso eficiente. *INNOVAR*. 22 - 43, pp. 131 - 144. 2012. ISSN 0121-5051
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 0.058
Posición de publicación: 112 **Num. revistas en cat.:** 116
- Fuente de impacto:** WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Índice de impacto: 0.058
Posición de publicación: 173 **Num. revistas en cat.:** 174
- Fuente de impacto:** WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - PUBLIC ADMINISTRATION
Índice de impacto: 0.058
Posición de publicación: 46 **Num. revistas en cat.:** 47
- Fuente de citas:** SCOPUS **Citas:** 23
- 34** Blasco, L.; Buil, I.; Hernández, B.; Sesé, J. Percepciones y resultados del estudiante derivados del uso de los sistemas de mandos de respuesta. *EDUTEC (PALMA DE MALLORCA)*. 40, pp. [13 pp]. 2012. ISSN 1135-9250
Tipo de producción: Artículo científico
- 35** Polo, Y.; Sese, F. J.; Verhoef, P. C. The Effect of Pricing and Advertising on Customer Retention in a Liberalizing Market. *JOURNAL OF INTERACTIVE MARKETING*. 25 - 4, pp. 201 - 214. 2011. ISSN 1094-9968
DOI: 10.1016/j.intmar.2011.02.002
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 1.679
Posición de publicación: 35 **Num. revistas en cat.:** 112
- Fuente de citas:** WOS **Citas:** 21
Fuente de citas: SCOPUS **Citas:** 24
- 36** Hernandez, B.; Montaner, T.; Sese, F. J.; Urquizu, P. The role of social motivations in e-learning: How do they affect usage and success of ICT interactive tools?. *COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR*. 27 - 6, pp. 2224 - 2232. 2011. ISSN 0747-5632
DOI: 10.1016/j.chb.2011.07.001



Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.293

Posición de publicación: 26

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.293

Posición de publicación: 22

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - PSYCHOLOGY, EXPERIMENTAL

Num. revistas en cat.: 83

Categoría: Social Sciences Edition - PSYCHOLOGY, MULTIDISCIPLINARY

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 124

Citas: 70

Citas: 82

- 37** Maicas López, Juan P.; Polo Redondo, Yolanda; Sesé Oliván, Francisco J.El papel de los efectos de red y los costes de cambio en la elección de la compañía de telefonía móvil. REVISTA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. 19 - 3, pp. 161 - 172. 2010. ISSN 1019-6838

Tipo de producción: Artículo científico

- 38** Maicas López, J. P.; Redondo, Y. P.; Sesé Oliván, F. J.The impact of network effects and switching costs on customer choice of mobile phone supplier. REVISTA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. 19 - 3, pp. 161 - 172. 2010. ISSN 1019-6838

Tipo de producción: Artículo científico

- 39** Ocaña Pérez, D. T.; Polo, Y.; Sesé, F. J.Existencia y Heterogeneidad De Los Costes De Cambio En La Industria De La Telefonía Móvil. HACIENDA PUBLICA ESPAÑOLA. 191, pp. 9 - 26. 2009. ISSN 0210-1173

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.375

Posición de publicación: 193

Categoría: Social Sciences Edition - ECONOMICS

Num. revistas en cat.: 244

- 40** Polo, Y.; Sesé, F. J.How to make Switching Costly: The Role of Marketing and Relationship Characteristics. JOURNAL OF SERVICE RESEARCH. 12 - 2, pp. 119 - 137. 2009. ISSN 1094-6705

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.667

Posición de publicación: 30

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 87

Citas: 45

Citas: 50

- 41** Maicas, J. P.; Polo, Y.; Sese, F. J.Reducing the Level of Switching Costs in Mobile Communications: The Case of Mobile Number Portability.TELECOMMUNICATIONS POLICY. 33 - 9, pp. 544 - 554. 2009. ISSN 0308-5961

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.969

Posición de publicación: 33

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.969

Posición de publicación: 23

Categoría: Science Edition - TELECOMMUNICATIONS

Num. revistas en cat.: 74

Categoría: Social Sciences Edition - COMMUNICATION

Num. revistas en cat.: 55



Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.969

Posición de publicación: 27

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE

Num. revistas en cat.: 65

Citas: 35

Citas: 43

- 42** Maicas, J. P.; Polo, Y.; Sese, F. J. The Role of (Personal) Network Effects and Switching Costs in Determining Mobile Users' Choice. JOURNAL OF INFORMATION TECHNOLOGY. 24 - 2, pp. 160 - 171. 2009. ISSN 0268-3962

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.049

Posición de publicación: 29

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.049

Posición de publicación: 13

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.049

Posición de publicación: 30

Fuente de citas: WOS

Fuente de citas: SCOPUS

Categoría: Science Edition - COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS

Num. revistas en cat.: 114

Categoría: Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 65

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Num. revistas en cat.: 111

Citas: 35

Citas: 39

- 43** Maicas, J. P.; Sese, F. J. Analysis of the Intensity of Changing Costs in the Mobile Telephone Industry. CUADERNOS DE ECONOMIA Y DIRECCION DE LA EMPRESA. 35, pp. 27 - 56. 2008. ISSN 1138-5758

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de citas: WOS

Citas: 1

- 44** Maicas, J. P.; Polo Redondo, Y.; Sesé Oliván, F. J. El papel de los costes de cambio en la relaciones con los clientes a largo plazo. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. 14, pp. 42 - 55. 2007. ISSN 1698-5117

Tipo de producción: Artículo científico

- 45** Maicas López, J. P.; Polo Redondo, Y.; Sesé Oliván, F. J. El Papel De Los Costes De Cambio En La Relaciones Con Los Clientes a Largo Plazo. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. 14, pp. 42 - 55. 2007. ISSN 1698-5117

Tipo de producción: Artículo científico

- 46** Ocaña Pérez de Tudela, Carlos; Polo Redondo, Y.; Sesé Oliván, F. J. ¿Cómo retener a los clientes? Influencia de los costes de cambio y del nivel de satisfacción. REVISTA DE EMPRESA. 15, pp. 52 - 65. 2006. ISSN 1579-8763

Tipo de producción: Artículo científico

- 47** Decisiones sobre gestión comercial de precios: Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Francisco Javier Sesé Oliván. pp. 211. Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa, 2023.

Tipo de producción: Libro o monografía científica



- 48** Isabel Buil Carrasco; María Dolores Delso Aranaz; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2023-2024). pp. 203. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2023. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 49** Decisiones sobre gestión comercial de precios: Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Francisco Javier Sesé Oliván. pp. 211. Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa, 2022.
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 50** Isabel Buil Carrasco; María Dolores Delso Aranaz; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2022-2023). pp. 203. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2022. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 51** Decisiones sobre gestión comercial de precios: Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Francisco Javier Sesé Oliván. pp. 211. Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa : Taller de edición e impresión, 2021. ISBN 9788492522972
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 52** Isabel Buil Carrasco; María Dolores Delso Aranaz; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2021-2022). pp. 203. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2021. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 53** Isabel Buil Carrasco; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2020-2021). pp. 199. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2020. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 54** Decisiones sobre gestión comercial de precios: Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Francisco Javier Sesé Oliván. pp. 219. Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa : Taller de edición e impresión, 2019. ISBN 9788492522972
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 55** Decisiones sobre gestión comercial de precios: Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Francisco Javier Sesé Oliván. pp. 219. Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa : Taller de edición e impresión, 2019. ISBN 9788492522972
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 56** Isabel Buil Carrasco; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2019-2020). pp. 199. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2019. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 57** Decisiones sobre gestión comercial de precios: Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Francisco Javier Sesé Oliván. pp. 219. Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa : Taller de edición e impresión, 2018.
Tipo de producción: Libro o monografía científica



- 58** Isabel Buil Carrasco; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2018-2019). pp. 199. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2018. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 59** Decisiones sobre gestión comercial de precios: Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Francisco Javier Sesé Oliván. pp. 219. Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa : Taller de edición e impresión, 2017.
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 60** Isabel Buil Carrasco; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2017-2018). pp. 199. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2017. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 61** Isabel Buil Carrasco; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2016-2017). pp. 205. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2016. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 62** Decisiones sobre gestión comercial de precios: Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Francisco Javier Sesé Oliván. pp. 289. Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa : Taller de edición e impresión, 2015.
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 63** Decisiones sobre gestión comercial de precios: Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Francisco Javier Sesé Oliván. pp. 237. Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa : Taller de edición e impresión, 2015.
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 64** Isabel Buil Carrasco; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2015-2016). pp. 197. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2015. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 65** Isabel Buil Carrasco; Blanca I. Hernández Ortega; Francisco Javier Sesé Oliván. Introducción al márketing: Grados: Márketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad. (Curso 2014-2015). pp. 193. Facultad de Economía y Empresa. Taller de Edición e Impresión, 2014. ISBN 9788492522880
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 66** [universidad de Zaragoza. Facultad de Economía; Empresa]. Introducción al márketing: (Curso 2011-2012). pp. 1 v. (pag. var.). s.n.], 2011.
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 67** Dirección comercial: Práctica. Isabel Buil Carrasco, M^a Dolores Delso Aranaz, Blanca Hernández Ortega, Teresa Montaner Gutierrez, Pilar Urquizu Samper, Ana Pilar Garrido Rubio, Javier Sesé Oliván. pp. 123. Universidad de Zaragoza, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, 2010.
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 68** Dirección comercial: Práctica. Ana Garrido Rubio, Blanca Hernández Ortega, Teresa Montaner Gutiérrez, Javier Sesé Oliván, Pilar Urquizu Samper. pp. 86. Universidad de Zaragoza, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, 2008.
Tipo de producción: Libro o monografía científica



- 69** M^a Victoria Bordonaba Juste [dir.] ... [et Al.]. ¿Sobreviven las franquicias en Aragón?. pp. 39. Fundación Economía Aragonesa, 2006.

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Otros méritos

Períodos de actividad investigadora

- 1** Nº de tramos reconocidos: 1
Entidad acreditante: CNEAI
Fecha de obtención: 01/01/2022
- 2** Nº de tramos reconocidos: 1
Entidad acreditante: CNEAI
Fecha de obtención: 01/01/2016
- 3** Nº de tramos reconocidos: 1
Entidad acreditante: CNEAI
Fecha de obtención: 01/01/2013