



## **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<sup>o</sup>EDUCACION

**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) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS  
**Índice de impacto:** 4.600  
**Posición de publicación:** 84 **Num. revistas en cat.:** 154
- Fuente de impacto:** WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT  
**Índice de impacto:** 4.600 **Num. revistas en cat.:** 227  
**Posición de publicación:** 115
- Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR) **Categoría:** Strategy and Management  
**Índice de impacto:** 1.066 **Revista dentro del 25%:** Si
- Fuente de impacto:** SCOPUS (CITESCORE) **Categoría:** Business, Management and Accounting (miscellaneous)  
**Índice de impacto:** 6.200 **Revista dentro del 25%:** Si  
**Posición de publicación:** 300 **Num. revistas en cat.:** 1.566
- Fuente de citas:** WOS **Citas:** 1  
**Fuente de citas:** SCOPUS **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) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS  
**Índice de impacto:** 10.300 **Revista dentro del 25%:** Si  
**Posición de publicación:** 21 **Num. revistas en cat.:** 154
- Fuente de impacto:** WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT  
**Índice de impacto:** 10.300 **Revista dentro del 25%:** Si  
**Posición de publicación:** 20 **Num. revistas en cat.:** 227
- Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR) **Categoría:** Marketing  
**Índice de impacto:** 2.658 **Revista dentro del 25%:** Si
- Fuente de impacto:** SCOPUS (CITESCORE) **Categoría:** Business, Management and Accounting (miscellaneous)  
**Índice de impacto:** 13.800 **Revista dentro del 25%:** Si  
**Posición de publicación:** 49 **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) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS  
**Índice de impacto:** 18.200 **Revista dentro del 25%:** Si  
**Posición de publicación:** 2 **Num. revistas en cat.:** 154
- Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR) **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.; Patrício, 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 **Citas:** 30  
**Fuente de citas:** SCOPUS **Citas:** 34
- 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

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

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

**Categoría:** Marketing  
**Revista dentro del 25%:** Si

**Fuente de citas:** WOS

**Citas:** 29

**Fuente de citas:** SCOPUS

**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)

**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS

**Índice de impacto:** 1.775

**Num. revistas en cat.:** 121

**Posición de publicación:** 71

**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)

**Categoría:** Marketing

**Índice de impacto:** 1.768

**Revista dentro del 25%:** Si

**Fuente de citas:** WOS

**Citas:** 20

**Fuente de citas:** SCOPUS

**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)

**Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS

**Índice de impacto:** 6.847

**Revista dentro del 25%:** Si

**Posición de publicación:** 4

**Num. revistas en cat.:** 121

**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)

**Categoría:** Information Systems

**Índice de impacto:** 4.817

**Revista dentro del 25%:** Si

**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)

**Categoría:** Organizational Behavior and Human Resource Management

**Índice de impacto:** 4.817

**Revista dentro del 25%:** Si

**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)

**Categoría:** Sociology and Political Science

**Índice de impacto:** 4.817

**Revista dentro del 25%:** Si

**Fuente de citas:** WOS

**Citas:** 24

**Fuente de citas:** SCOPUS

**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<sup>a</sup> 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<sup>a</sup> 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