

Fecha del CVA	06/11/2024
----------------------	------------

Datos personales

Nombre y apellidos	MARIA DEL MAR GARCÍA DE LOS SALMONES SÁNCHEZ
--------------------	--

Situación profesional actual

Dpto./Centro	Administración de Empresas / Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad	Universidad de Cantabria
Categoría profesional	Catedrática de Universidad
Area	Comercialización e Investigación de Mercados

Formación académica

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Cantabria	1996
Doctor por la Universidad de Cantabria	Universidad de Cantabria	2002

1. INDICADORES GENERALES DE CALIDAD DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA

Principales líneas de trabajo: responsabilidad social corporativa, comportamiento del consumidor, valor de marca y turismo.

Tres sexenios de investigación (periodo 2003-2008) (2009-2014) (2015-2020)

Un sexenio de transferencia del conocimiento (periodo 2007-2017)

Dirección de dos Tesis Doctorales, defendidas en el año 2014 y 2015 con la máxima calificación de "Sobresaliente Cum Laude".

Su actividad investigadora ha dado lugar a la publicación de más de 50 artículos científicos en revistas de reconocido prestigio, indexadas en JCR (Sustainability, Journal of Sustainable Tourism, Corporate Social Responsibility & Environmental Management, International Journal of Advertising, European Journal of Marketing, International Marketing Review, Journal of Risk Research, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Journal of Destination Marketing & Management, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, Journal of Business Ethics, Business Ethics: A European Review, Journal of Media Ethics, Current Issues in Tourism, International Journal of Tourism Research, Journal of Travel & Tourism Marketing, Tourism Management Perspectives, International Journal of Contemporary Hospitality Management) y en el índice SJR de Scopus (Journal of International Consumer Marketing, Corporate Communications: An International Journal, Journal of Communication Management, Journal of Marketing Strategic, Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, Place Branding and Public Diplomacy, International Journal of Bank, Social Responsibility Journal, UCJC Business and Society Review, Journal of Entrepreneurship Education).

Publicación de 2 libros completos, sobre marketing y comunicación ("Dirección Publicitaria", editorial UOC) y Comercio Justo ("El Comercio Justo analizado desde una perspectiva de Marketing, Editorial Académica Española), y 12 capítulos de libro publicados en obras colectivas ("Transitando hacia una Producción y Consumo Responsables", "Experiencias Docentes Innovadoras de Marketing Público y No Lucrativo en la era de la Economía Colaborativa", "Handbook of Research on Smart Territories and Entrepreneurial Ecosystems for Social Innovation and Sustainable Growth", "Case Studies on Social Marketing", "El emprendimiento: una aproximación internacional al desarrollo económico", "Electronic Business and Marketing", "Manual de Marketing", "Estrategias y Técnicas de Comunicación:

una Visión Integrada en el Marketing”, “Comunicación Comercial: Casos Prácticos”, “Promoción Comercial”, “Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales”, 3ª y 4ª Edición).

Participación en más de 55 congresos nacionales e internacionales.

a) Publicaciones científicas (últimos 5 años)

MARTINEZ, P., HERRERO, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2024): "Communicating destination social responsibility through social media: the roles of tourist's social engagement, citizenship behavior and emotions", *Journal of Travel Research*. Publicado online.

HERRERO, Á., SAN MARTÍN, H., COLLADO, J. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2024): "Destination loyalty and pandemic risks: Revisiting the study of tourist loyalty during the covid-19 pandemic", *Tourism and Hospitality Research* 24(2), 241–256.

PÉREZ, A. BARAIBAR-DIEZ, E. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2024). "Stories or expositive messages? comparing their effectiveness in corporate social responsibility communication", *International Journal of Business Communication* 61(2), 360–384.

PEREZ, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2023): "CSR communication and media channel choice in the hospitality and tourism industry", *Tourism Management Perspectives*, vol. 45. Publicado online.

ALJARAH, A., IBRAHIM, B., LAHUERTA-OTERO, E., y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2023). "Doing good does not always lead to doing well: the corrective, compensating and cultivating goodwill CSR effects on brand defense". *Current Issues in Tourism*, vol. 26 (20), 3397-3410.

MARTINEZ, P., HERRERO, A. y GARCÍA-DE LOS SALMONES, M. (2022). "An examination of the determining factors of users' intentions to share corporate CSR content on Facebook". *Current Issues in Tourism*, 13, 2159-2176.

GARCÍA-DE LOS SALMONES, M., HERRERO, A. y SAN MARTIN, H. (2022). "The effects of macro and micro country image on consumer brand preferences". *Journal of International Consumer Marketing*, 34 (2), pp. 137-150.

GARCÍA DE LOS SALMONES, M., HERRERO, A. y MARTINEZ, P. (2021). "Determinants of electronic word-of-mouth on social networking sites about negative news on CSR", *Journal of Business Ethics*, 171 (3), pp. 583–597.

GARCÍA DE LOS SALMONES, M., HERRERO, A. y MARTINEZ, P. (2021). "CSR communication on Facebook: attitude towards the company and intention to share". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 33(4), pp. 1391-1411.

DIEGOLI, R., GARCÍA DE LOS SALMONES, M. y SAN MARTÍN, H. (2021). "The development of entrepreneurial alertness in undergraduate students", *Education + Training*, 63 (7/8), pp. 1015-1026.

PÉREZ, A, GARCÍA DE LOS SALMONES, M. y LIU, M. (2020). "Information specificity, social topic awareness and message authenticity in CSR communication", *Journal of Communication Management*, 24 (1), pp. 31-48.

PÉREZ, A. LOPEZ, C. y GARCÍA-DE LOS SALMONES, M. (2020). "Market reactions to CSR in different industries". *Corporate Communications: an International Journal*. 25 (2), pp. 243-261.

- PEREZ, A. LOPEZ, C. GARCÍA DE LOS SALMONES, M. y SAN MARTÍN, P. (2020): "Stakeholder salience, positive CSR news and the market value of banks", *Spanish Journal of Finance and Accounting (SJFA)*, 49 (4), 483-502.
- PEREZ, A, GARCÍA DE LOS SALMONES, M. y BARAIBAR-DIEZ, E. (2020). "Effects of the Type of CSR Discourse for Utilitarian and Hedonic Services", *Sustainability*, 12, 4821.
- MARTINEZ, P., HERRERO, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2020). "Determinants of eWOM on hospitality CSR issues. In Facebook we trust?". *Journal of Sustainable Tourism*, 28 (10), pp. 1479-1497.
- PÉREZ, A., LOPEZ, C. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2020). "Do all CSR news affect market value equally?", *Social Responsibility Journal*, 16 (8), 1107-1123.
- SAN MARTÍN, H., HERRERO, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2019). "An integrative model of destination brand equity and tourist satisfaction", *Current Issues in Tourism*, 22:16, 1992-2013.
- PÉREZ, A y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. y LIU, M. (2019). "Maximizing business return to Corporate Social Responsibility: and empirical test", *Business Ethics: A European Review*, 28, 275–289.
- GARCÍA DE LOS SALMONES, M. y PEREZ, A. (2019). "The role of brand utilities: application to buying intention of Fairtrade products", *Journal of Strategic Marketing*, 27 (2), pp. 119-135.
- GARCÍA-DE LOS SALMONES, M. y PÉREZ, A. (2018). "Reactions to the Corporate Social Responsibility advertising of financial entities", *UCJC Business and Society Review* (formerly *Universia Business Review*), vol. 60, cuarto trimestre, pp. 18-53.
- PÉREZ, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2018): "How do consumers face the decision to buy fair trade products? A marketing approach". *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 47 (5,) pp. 1057-1080.
- PÉREZ, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2018). "Availability of information and knowledge as antecedents of consumer attitudes and intentions to buy and recommend Fair-Trade products", *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 30 (2), pp.111-133.
- GARCÍA DE LOS SALMONES, M. y PEREZ, A. (2018). "Effectiveness of CSR advertising: the role of reputation, consumer attributions and emotions", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25, pp. 194-208.
- PÉREZ, A., GARCÍA DE LOS SALMONES, M. y LÓPEZ, C. (2018): "Corporate social responsibility in the media: A content analysis of business news in Spain", *Journal of Media Ethics*, 33 (2), pp. 66-79.
- SAN MARTÍN, H, GARCÍA DE LOS SALMONES, M. y HERRERO, A. (2018): "Residents' attitudes and behavioural support for tourism in host communities", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35 (2), pp. 231-243.

b) Participación en congresos (últimos 5 años)

GARCÍA DE LOS SALMONES, M. HERRERO, A. y MARTINEZ, P. Destinos responsables certificados: influencia en la identidad de marca del destino y comportamiento del turista, XXXV Congreso Internacional de Marketing (Cuenca), 11 a 13 de septiembre de 2024.

GARCÍA DE LOS SALMONES, M. HERRERO, A. y MARTINEZ, P. Certified destination responsibility: dimensions and impact on attitudes and behaviour. 10th International Economic on CSR, Sustainability, Ethics and Governance, Sibiu (Rumania), 12 a 14 de junio de 2024.

MARTINEZ, P., HERRERO, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2023). "Análisis de la comunicación de responsabilidad social de los destinos turísticos en redes sociales ¿Existen diferencias en función de las tipologías de destinos?". III Congreso Internacional Virtual Asociación Iberoamericana de Marketing, 29 y 30 de mayo de 2023.

MARTINEZ, P., HERRERO, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2023). "Influencia de las redes sociales en la promoción del turismo sostenible: un estudio sobre la intención de compartir información de responsabilidad social en destinos turísticos". XXXIV Congreso Internacional de Marketing, Madrid, 6 a 8 de septiembre de 2023.

GARCÍA DE LOS SALMONES, M. HERRERO, A. y MARTINEZ, P. ¡Soy sostenible! Intención de compartir un post sobre una iniciativa medioambiental de un destino turístico. XXXIII Congreso Internacional de Marketing, Valencia, 7 a 9 de septiembre de 2022.

COLLADO, J. GARCÍA DE LOS SALMONES, M. HERRERO, A. y SAN MARTIN, H. (2021). "El proceso de formación de la lealtad hacia un destino turístico en tiempos de pandemia (Covid-19)", XXXII Congreso Internacional de Marketing, Baeza, 8 a 10 de septiembre de 2021.

GARCÍA DE LOS SALMONES, M., HERRERO, A. y MARTINEZ, P. "Efectividad de la comunicación de RSC en redes sociales: aplicación en el sector hotelero", I Congreso Iberoamericano de Marketing, 12 y 13 de abril de 2021.

PEREZ, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. "Elección del canal de comunicación para mensajes de Responsabilidad Social Empresarial: web corporativa vs. Prensa digital", Fifth On/Off International Conference in Marketing Decision Making, 19 y 20 de octubre de 2020.

MARTINEZ, P., HERRERO, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. "Determinants of intention to share CSR content on Facebook", XIX International Congress on Public and Nonprofit Marketing, 2 a 4 de Julio de 2020.

HERRERO, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. "La estrategia de comunicación de las instituciones europeas ante las elecciones europeas 2019", XI International Congress on Teaching Cases Related to Public and Nonprofit Marketing, Oviedo, 13 de diciembre de 2019.

GARCÍA DE LOS SALMONES, M., HERRERO, A. y SAN MARTÍN, H. "Efectos de la macro y micro imagen de España en la formación de las preferencias de los ciudadanos europeos hacia las marcas españolas de ropa y vino", XXXI Congreso Internacional de Marketing, Cáceres, 11 a 13 de septiembre de 2019.

PÉREZ, A., BARAIBAR-DIEZ, E. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. "¿Nos ceñimos a los resultados o contamos toda la historia? Storytelling vs. Mensajes argumentativos en la comunicación de RSE", XXXI Congreso Internacional de Marketing, Cáceres, 11 a 13 de septiembre de 2019.

GARCÍA DE LOS SALMONES, M., HERRERO, A. y MARTINEZ, P. "¿Qué factores explican la intención de generar boca oreja electrónico sobre noticias de RSC?", XXXI Congreso Internacional de Marketing, Cáceres, 11 a 13 de septiembre de 2019.

MARTINEZ, P., HERRERO, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. "Online CSR communication through social media: the role of source credibility and trust in the age of fake news", XXIX Congreso de ACEDE, A Coruña, 16 a 18 de junio de 2019.

PÉREZ, A., GARCÍA DE LOS SALMONES, M., LIU, M. y LÓPEZ, C (2019). "Maximizing business returns to Corporate Social Responsibility (CSR) communication – Du's et. (2010) model put to the test", 24th International Conference on Corporate and Marketing Communications, Ariel University, Israel, April 29-30.

SAN MARTIN, H., HERRERO, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2018) "Valor de los destinos turísticos inteligentes: Análisis desde la perspectiva de los residentes". XXX Congreso Internacional de Marketing AEMARK, Barcelona, 5 a 7 de septiembre.

PÉREZ, A. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2018): "Corporate Social Responsibility, media coverage and market value", 5th International Conference on CSR, Sustainability, Ethics & Governance, University of Cantabria, Santander, Spain, June 27-29.

PÉREZ, A., LÓPEZ, C. y GARCÍA DE LOS SALMONES, M. (2018): A study of the impact of CSR news on market value of companies in different industries, 9th International Research Meeting in Business and Management (IRMBMA), IPAG Business School, Nice Campus, France, 5-7 July.

2. INDICADORES GENERALES DE LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

Proyectos con empresas/instituciones (últimos 5 años)

Referencia del proyecto: ESF-SI-2022-ALMA-01-0008

Título: ALTAMIRA ALMA Leaders: Leaders of the Future: from NEETs to Real Changemakers

Tipo de participación: Colaborador

Entidad financiadora: Agencia del Fondo Social Europeo + en el marco de la convocatoria «Movilidad europea e inclusión social para integrar a los jóvenes desfavorecidos que no trabajan, no estudian ni reciben formación (NEET)- ESF-SI-2022-ALMA-01.

Duración: 02/10/2023 – 02/04/2025

Referencia del proyecto: TED2021-131314B-I00

Título: Sostenibilidad corporativa y turismo inteligente en comunidades rurales: influencia en el desarrollo económico y social del territorio.

Tipo de participación: Colaborador

Entidad financiadora: MCIN/ AEI /10.13039/501100011033 y por la Unión Europea NextGenerationEU/Ps

Duración: 01/12/2022 – 30/11/2024

Referencia del proyecto: H2020-SFS-2016-2.

Título: MEDAID: Mediterranean Aquaculture Integrated Development

Tipo de participación: Colaborador

Entidad financiadora: Mediterranean Agronomic Institute of Zaragoza / International Centre for Advanced Mediterranean Agronomic Studies; COMISION EUROPEA

Duración: 01/05/2017 – 30/04/2021

Título: Desarrollo de Estrategia de Marca de Territorio del Real Valle de Valderredible

Entidad financiadora: Fundación Marcelino Botín

Tipo de participación: Colaborador

Duración: 19/09/2023 – 10/12/2023

Título: Turismo sostenible centrado en las personas: impacto de la responsabilidad social de los destinos turísticos en el comportamiento de turistas y residentes (RESODES)

Entidad financiadora: CONTRATO PROGRAMA GOB CANTABRIA-UC

Tipo de participación: Colaborador

Duración: 01/11/2022- 30/11/2023

Título: Desarrollo de curso corto de posgrado en mercadotecnia turística, turismo sostenible y tecnologías aplicadas a la gestión turística-Campus Argentina Global.

Entidad financiadora: Ministerio de Educación de Argentina

Tipo de participación: Colaborador

Duración: 01/02/2022- 30/09/2022

Título: Asistencia técnica para el diseño y seguimiento de una campaña de comunicación de Torrelavega como territorio industrial

Entidad financiadora: Ayuntamiento de Torrelavega

Tipo de participación: Colaborador

Duración: 15/06/2021 – 19/11/2021

Título: Estudio de turismo cultural en Cantabria: diagnóstico de situación y propuestas de valorización del patrimonio cultural

Entidad financiadora: Consejería de Educación, Formación Profesional y Turismo del Gobierno de Cantabria

Tipo de participación: Colaborador

Duración: 07/03/2018 – 31/12/2018

Título: Plan de Marketing de Cantabria como Destino de Turismo Espeleológico

Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria

Tipo de participación: Colaborador

Duración: 07/03/2018 – 31/12/2018

Título: Diagnóstico de Situación para el Desarrollo del Turismo MICE en Cantabria

Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria

Tipo de participación: Colaborador

Duración: 06/03/2018 – 31/12/2018

Título: Estudio del Potencial del Turismo Idiomático para Cantabria

Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria

Tipo de participación: Colaborador

Duración: 06/03/2018 – 31/12/2018

3. INDICADORES GENERALES DE DOCENCIA

Catedrática de la Universidad de Cantabria (2023), anteriormente Titular de Universidad de la Universidad de Cantabria (desde 2012), Profesora Contratado Doctor (2007-2012), Profesora Titular de Escuela Universitaria Interina (1998-2007) y Profesora Asociada (1996-1998).

Responsable de la asignatura “Dirección Comercial”, de 2º del Grado en Administración de Empresas, 2º doble grado Administración de Empresas-Economía, 2º doble grado Administración de Empresas-Relaciones Laborales, 3º doble grado Administración de

Empresas – Derecho, y 4º del Grado en Economía, y de la asignatura “Dirección de Marketing de Servicios” del Máster Oficial en Dirección de Marketing

A nivel de grado, ha impartido docencia en la Diplomatura en Empresariales, Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Grado en Administración y Dirección de Empresas e Ingeniería Técnica Industrial.

A nivel de posgrado oficial, ha impartido docencia en los títulos de Máster Oficial en Dirección de Marketing, MBA y Máster en Empresa y Tecnología de la Información.

En doctorado, participación en los cursos de doctorado de la Universidad de Cantabria, así como en el “Doctorado en Negocios y Gestión de la Actividad Empresarial con Aplicación a Pymes, Emprendimiento y Empresa Familiar”, del TEC de Monterrey (Mexico) y en el Doctorado de la Universidad Anahuac (Mexico).

Reconocimiento de 5 tramos docentes

Invitada a sesiones sobre Marketing y Comunicación en distintos títulos propios, cursos de verano y seminarios.

4. ESTANCIAS ACADÉMICAS Y DE INVESTIGACIÓN

Estancia en la UNIVERSITY OF OTAGO (Dunedin, Nueva Zelanda), del 17 de septiembre al 26 de octubre de 2018

Estancia en la UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA (Córdoba, Argentina), de 20 al 31 de julio de 2015.

Estancia en el “CENTER FOR BUSINESS ETHICS” (Bentley University, Massachusetts, Estados Unidos), de 15 de junio a 25 de agosto de 2010.

Estancia en el “EHRENBERG CENTRE FOR RESEARCH IN MARKETING” (adscrito a la London South Bank University, Londres), de 11 de abril a 11 de julio de 2005.

BECA INTERCAMPUS E./AL. Modalidad Profesores. Estancia en la Universidad de Costa Rica (San José de Costa Rica), de 1 de septiembre a 22 de septiembre de 1999.

BECA INTERCAMPUS E./AL. Estancia en la Universidad Santa María La Antigua de Panamá (República de Panamá), de 18 de agosto a 9 de octubre de 1997.

5. PUESTOS DE GESTIÓN OCUPADOS

Vicedecana de Estudiantes, Comunicación y Relaciones Institucionales de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria (UC) desde julio 2022 – actualidad.

Vicerrectora de Cultura, Relaciones Institucionales y Campus de Las Llamas (Santander), de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), desde diciembre 2020 – noviembre 2021.

Directora del Centro Docente e Investigador del Campus de Las Llamas (Santander), de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), desde julio de 2019 – diciembre 2020.

Directora del Área de Comunicación, Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Coordinación de Cantabria Campus Internacional, desde febrero de 2012 hasta noviembre de 2014.

Directora del Área de Comunicación, Vicerrectorado de Planificación, desde marzo de 2008 a febrero de 2012.

6. OTROS MÉRITOS

Responsable del área "Ética, Responsabilidad Social y Marketing no Lucrativo" del Congreso Internacional de Marketing organizado por Aemark (2015-2018).

Miembro del Grupo de Comercio Justo de la UC (2010 a 2018).

Evaluadora externa de la Tesis Doctoral "The Impact of Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior: An Empirical Investigation within the Banking Industry in Pakistan", realizada por Zia Ullah Khan, Asian Institute of Technology (Bangkok, Tailandia), Diciembre de 2014.

Miembro del Tribunal de Tesis Doctoral de la Universidad de Zaragoza. Doctorando, Jose Luis Franco Sánchez-Lafuente ("Estudio del contenido experiencial generado por las empresas en social media " (celebrada el 14 de febrero de 2023).

Miembro del Tribunal de Tesis Doctoral de la Universidad de Cantabria. Doctorando, Angel Gutierrez Iñiguez ("Factores clave para optimizar el papel del manager en la gestión del cambio empresarial " (celebrada el 3 de septiembre de 2021).

Miembro del Tribunal de Plaza de Titularidad. Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de A Coruña (celebrada el 19 de julio de 2019).

Miembro del Tribunal de Tesis Doctoral de la Universidad de Salamanca. Doctoranda, de Milagros Fernández Herrero ("Antecedentes y efectos sobre la satisfacción de la autonomía del turista en la planificación del viaje. El papel moderador de la crisis económica" (celebrada el 22 de julio de 2019).

Miembro /secretaria del Tribunal de Tesis Doctoral de la Universidad de Cantabria. Doctoranda, Alexandra Solano Acosta, título "Influencia de las capacidades dinámicas de la empresa en el desempeño exportador: un estudio empírico en México" (celebrada el 17 de junio de 2016).

Miembro del Tribunal de Tesis Doctoral de la Universidad de Valladolid. Doctoranda, Chanthaly S. Phabmixay , de título "Gestión empresarial del sistema de reclamaciones y quejas bajo los enfoques mecanicista y orgánico. Antecedentes y resultados" (celebrada el 5 de febrero de 2016)

Miembro /secretaria del Tribunal de Tesis Doctoral de la Universidad de Cantabria. Doctoranda, Patricia Martínez García de Leaniz, título "Influencia de la responsabilidad social corporativa en el comportamiento del consumidor turístico: un estudio desde la perspectiva del turismo sostenible" (celebrada el 12 de mayo de 2015)

Miembro /secretaria del Tribunal de Tesis Doctoral de la Universidad de Cantabria. Doctoranda, Andrea Pérez Ruiz, título "Estudio de la Imagen de Responsabilidad Social Corporativa: Formación e Integración en el Comportamiento del Usuario de Servicios Financieros" (celebrada el 12 de septiembre de 2011)

Miembro del Tribunal de Tesis Doctoral de la Universidad del País Vasco. Doctorando, Juan José Beristain Oñederra, título "El Efecto de la Imagen de Enseña sobre el Valor de las marcas de Distribuidor: un estudio Aplicado a los Hipermercados" (celebrada el 17 de diciembre de 2008)