



MARIA ISABEL BUIL CARRASCO

Generado desde: Universidad de Zaragoza
Fecha del documento: 09/09/2024

v 1.4.0

f484b2d1eeadc4a20b2bd77c6e72a1a5

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/>



MARIA ISABEL BUIL CARRASCO

Apellidos: **BUIL CARRASCO**
Nombre: **MARIA ISABEL**
ORCID: **0000-0001-6631-8909**
ScopusID: **25221385000**
ResearcherID: **ABF-6246-2020**

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: 17/02/2022
Régimen de dedicación: Tiempo completo



Actividad docente

Formación académica impartida

- Nombre de la asignatura/curso:** Introducción al márketing
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 15/09/2022 **Fecha de finalización:** 31/08/2025
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Introducción al márketing
Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad
Fecha de inicio: 20/09/2021 **Fecha de finalización:** 31/08/2025
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Medios de comunicación no convencionales
Titulación universitaria: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing
Fecha de inicio: 21/09/2015 **Fecha de finalización:** 31/08/2025
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Prácticas en empresa
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:** Trabajo fin de Grado
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:** Trabajo fin de Grado
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Márketing público y no lucrativo
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Prácticas en empresa II
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- Nombre de la asignatura/curso:** Prácticas en empresa
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/08/2024



Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

- 10 Nombre de la asignatura/curso:** Trabajo fin de Máster
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
- 11 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la investigación de mercados
Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad
Fecha de inicio: 16/09/2019 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 12 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la investigación de mercados
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 14/09/2020 **Fecha de finalización:** 19/09/2021
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: 21/09/2015 **Fecha de finalización:** 19/09/2021
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 14 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la investigación de mercados
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 21/09/2015 **Fecha de finalización:** 15/09/2019
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 15 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción al márketing
Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad
Fecha de inicio: 19/09/2016 **Fecha de finalización:** 16/09/2018
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 16 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la investigación de mercados
Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad
Fecha de inicio: 21/09/2015 **Fecha de finalización:** 18/09/2016
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 17 Nombre de la asignatura/curso:** Márketing público y no lucrativo
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 16/09/2013 **Fecha de finalización:** 14/09/2014
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 18 Nombre de la asignatura/curso:** DECISIONES SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales
Fecha de inicio: 17/09/2012 **Fecha de finalización:** 14/09/2014
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 19 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción al márketing
Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad
Fecha de inicio: 17/09/2012 **Fecha de finalización:** 14/09/2014



Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

- 20 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción al marketing
Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Fecha de inicio: 20/09/2010 **Fecha de finalización:** 14/09/2014
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 21 Nombre de la asignatura/curso:** DIRECCION COMERCIAL
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales
Fecha de inicio: 22/09/2008 **Fecha de finalización:** 15/09/2013
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 22 Nombre de la asignatura/curso:** El comportamiento del consumidor desde la perspectiva del marketing (C.I.M.)
Titulación universitaria: Máster Universitario en Gestión de las organizaciones
Fecha de inicio: 20/09/2010 **Fecha de finalización:** 18/09/2011
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 23 Nombre de la asignatura/curso:** MARKETING INTERNACIONAL
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales
Fecha de inicio: 22/09/2008 **Fecha de finalización:** 20/09/2010
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 24 Nombre de la asignatura/curso:** ORGANIZACION DE LA EMPRESA ALIMENTARIA
Titulación universitaria: Diplomado en Nutrición Humana y Dietética
Fecha de inicio: 17/09/2007 **Fecha de finalización:** 21/09/2008
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 25 Nombre de la asignatura/curso:** MODELOS DE DECISION COMERCIAL
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 05/02/2007 **Fecha de finalización:** 20/09/2007
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 26 Nombre de la asignatura/curso:** POLITICA DE PRODUCTO E INNOVACION
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 19/09/2005 **Fecha de finalización:** 20/09/2007
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Dirección de tesis doctorales y/o proyectos fin de carrera

- 1 Título del trabajo:** Propuesta de marco conceptual a partir del modelo S-O-R para el análisis de la efectividad del marketing de guerrilla
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Codirector/a tesis: Catalán Gil, Sara
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Yessica Lozano Boscan
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 04/07/2024



2 Título del trabajo: ANALYSING THE EFFECTIVENESS OF GAMIFICATION: A STRATEGY TO CREATE ENGAGING, MOTIVATING AND ENJOYABLE USER EXPERIENCES.

Tipo de proyecto: Tesis Doctoral

Codirector/a tesis: Catalán Gil, Sara

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Paula Bitrián Arcas

Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude

Fecha de defensa: 10/07/2023

3 Título del trabajo: Engaging users through gamification. The role of emotions, motivation, and flow.

Tipo de proyecto: Tesis Doctoral

Codirector/a tesis: Martínez Salinas, Eva María

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Sara Catalán Gil

Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude

Fecha de defensa: 26/09/2018

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: 21

Entidad/es financiadora/s:

GOBIERNO DE ARAGÓN

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

Duración: 3 años

Cuantía total: 60.389,82 €



- 2** **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 €
- 3** **Nombre del proyecto:** JIUZ-2020-SOC-04: Gamificación en tiempos de coronavirus: un estudio sobre las aplicaciones móviles de rastreo.
Ámbito geográfico: Otros
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Sara Catalán Gil
Nº de investigadores/as: 5
Entidad/es financiadora/s:
FUNDACIÓN BANCARIA IBERCAJA
- Fecha de inicio-fin:** 01/01/2021 - 31/12/2021 **Duración:** 1 año
Cuantía total: 2.000 €
- 4** **Nombre del proyecto:** ECO2017-82103-P: LA GAMIFICACIÓN COMO ESTRATEGIA PARA LLEGAR AL CONSUMIDOR.
Ámbito geográfico: Nacional
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Maria Isabel Buil Carrasco; Eva María Martínez Salinas
Nº de investigadores/as: 9
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: 43.560 €
- 5** **Nombre del proyecto:** JIUZ-2018-SOC-08: ¿ESTAMOS PREPARADOS PARA QUE PRODUCTOS CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL TOMEN DECISIONES POR NOSOTROS? ESTUDIO DE LOS FACTORES DETERMINANTES DEL VALOR PERCIBIDO DE LOS PRODUCTOS INTELIGENTES Y DE SU ADOPCIÓN.
Ámbito geográfico: Otros
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Laura Lucia Palacios
Nº de investigadores/as: 3
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 €



- 6** **Nombre del proyecto:** GRUPO DE REFERENCIA GENERÉS
Ámbito geográfico: Autonómica
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Josefina María Yolanda Polo Redondo
Nº de investigadores/as: 37
Entidad/es financiadora/s:
GOBIERNO DE ARAGÓN
Fecha de inicio-fin: 01/01/2017 - 31/12/2019 **Duración:** 3 años
Cuantía total: 46.451 €
- 7** **Nombre del proyecto:** ECO2013-41257-P: LA GESTIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA MARCA DESDE LA PERSPECTIVA DEL MARKETING. UN ESTUDIO APLICADO A SECTORES DE SERVICIOS.
Ámbito geográfico: Nacional
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Eva María Martínez Salinas
Nº de investigadores/as: 8
Entidad/es financiadora/s:
MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD
Fecha de inicio-fin: 01/01/2014 - 31/12/2017 **Duración:** 4 años
Cuantía total: 39.809 €
- 8** **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 €
- 9** **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 €
- 10** **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 €

- 11 Nombre del proyecto:** JIUZ-2012-SOC-10. LA INFLUENCIA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN EL COMPORTAMIENTO DEL EMPLEADO: UNA APLICACIÓN AL SECTOR BANCARIO.

Ámbito geográfico: Otros

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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): José Miguel Pina Pérez

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

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

Duración: 1 año

Cuantía total: 1.500 €

- 12 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 €

- 13 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 €

- 14 Nombre del proyecto:** ECO2009-08283. IMAGEN CORPORATIVA COMO ELEMENTO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING: UN ESTUDIO APLICADO AL SECTOR DE LA BANCA COMERCIAL EN ESPAÑA Y REINO UNIDO.

Ámbito geográfico: Nacional

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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Eva María Martínez Salinas

Nº de investigadores/as: 12

Entidad/es financiadora/s:

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION

Fecha de inicio-fin: 01/01/2010 - 31/12/2012

Duración: 3 años

Cuantía total: 90.750,01 €

- 15 Nombre del proyecto:** GA-LC-028/2009. LA INFLUENCIA DE LA PROACTIVIDAD MEDIOAMBIENTAL EN EL RENDIMIENTO EMPRESARIAL EN ÉPOCA DE CRISIS: UN ESTUDIO APLICADO AL SECTOR HOTELERO ARAGÓNÉS.

Ámbito geográfico: Autonómica

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: 6
Entidad/es financiadora/s:
DGA-LA CAIXA

Fecha de inicio-fin: 01/10/2009 - 30/09/2011 **Duración:** 2 años
Cuantía total: 24.000 €

16 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 €

17 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 €

18 Nombre del proyecto: SEJ2005-02315. EL MARKETING MEDIOAMBIENTAL COMO ELEMENTO DE LA ESTRATEGIA CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS: UN ESTUDIO APLICADO

Ámbito geográfico: Nacional
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Eva María Martínez Salinas
Nº de investigadores/as: 11
Entidad/es financiadora/s:
MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA

Fecha de inicio-fin: 31/12/2005 - 30/12/2008 **Duración:** 3 años
Cuantía total: 40.698 €

19 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 €



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

- Nombre del proyecto:** TO ADVISE ACCENTURE ON THE DEFINITION AND PROPOSAL OF A BRAND EQUITY MODEL
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Maria Isabel Buil Carrasco
Nº de investigadores/as: 1
Entidad/es financiadora/s: ACCENTURE LLP
Fecha de inicio: 16/01/2023 **Duración:** 2 meses - 16 días
Cuantía total: 4.600 €
- Nombre del proyecto:** IMPORTANCIA DEL DISEÑO INDUSTRIAL EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL. UNA PROPUESTA METODOLOGICA DE VALORACION DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS EMPRESAS.
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Eva María Martínez Salinas
Nº de investigadores/as: 7
Entidad/es financiadora/s: INSTITUTO TECNOLOGICO DE ARAGON
Fecha de inicio: 01/10/2003 **Duración:** 9 meses - 15 días

Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- Bitrián, Paula; Buil, Isabel; Catalán, Sara; Merli, Dominik.** Gamification in workforce training: Improving employees' self-efficacy and information security and data protection behaviours. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 179, pp. 114685 [19 pp.]. 2024. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2024.114685
Tipo de producción: Artículo científico
- Buil, Isabel; Catalán, Sara; Wallace, Elaine.** Altruistic and egoistic motivations to engage with contact-tracing apps: Lessons learned from the Covid-19 pandemic. CUADERNOS DE GESTION. pp. 1 - 14. 2023. ISSN 1131-6837
DOI: 10.5295/cdg.232047sc
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.313
Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 3.000

- 3** Wallace, Elaine; Buil, Isabel. Antecedents and consequences of conspicuous green behavior on social media: incorporating the virtual self-identity into the theory of planned behavior. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 157, pp. 113549 [13 pp.]. 2023. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.113549
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 10.500

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 3.128

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 20.300
- 4** Wallace, Elaine; Buil, Isabel. Investigating trait antecedents of normative and deceptive Like-seeking on Instagram. PERSONALITY AND INDIVIDUAL DIFFERENCES. 208, pp. 112175 [6 pp.]. 2023. ISSN 0191-8869
DOI: 10.1016/j.paid.2023.112175
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 3.500

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.463

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 8.500
- 5** Bitrián, Paula; Buil, Isabel; Catalán, Sara. The motivational power of mobile gamified exercise apps. CUADERNOS DE GESTION. 23 - 2, pp. 21 - 36. 2023. ISSN 1131-6837
DOI: 10.5295/cdg.211629pb
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.313

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 3.000
- 6** Bitrián, Paula; Buil, Isabel; Catalán, Sara; Hatfield, Sarah. The use of gamification strategies to enhance employees' attitudes towards e-training systems. INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT EDUCATION. 21 - 3, pp. 100892. 2023. ISSN 1472-8117
DOI: 10.1016/j.ijme.2023.100892
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 6.000

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.257

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 10.300



- 7** Wallace, E.; Buil, I. A typology of conspicuous donation on Facebook. *JOURNAL OF SERVICES MARKETING*. 35 - 4, pp. 535 - 552. 2021. ISSN 0887-6045
DOI: 10.1108/JSM-06-2020-0216
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 5.246

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.599

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 7.000
- 8** Bitrián P.; Buil I.; Catalán S. Enhancing user engagement: The role of gamification in mobile apps. *JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH*. 132, pp. 170 - 185. 2021. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.04.028
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 10.969

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 2.316

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 11.200
- 9** Wallace, E.; Buil, I. Hiding Instagram Likes: Effects on negative affect and loneliness. *PERSONALITY AND INDIVIDUAL DIFFERENCES*. 170, pp. 110509 [5 pp.]. 2021. ISSN 0191-8869
DOI: 10.1016/j.paid.2020.110509
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 3.950

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.178

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 5.300
- 10** Bitrián, Paula; Buil, Isabel; Catalán, Sara. Making finance fun: the gamification of personal financial management apps. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK MARKETING*. 39 - 7, pp. 1310 - 1332. 2021. ISSN 0265-2323
DOI: 10.1108/IJBM-02-2021-0074
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 5.083

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.886

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 7.300



- 11** Wallace, Elaine; Buil, Isabel; Chernatony, Leslie de. 'Consuming Good' on Social Media: What Can Conspicuous Virtue Signalling on Facebook Tell Us About Prosocial and Unethical Intentions?. JOURNAL OF BUSINESS ETHICS. 162, pp. 577–592. 2020. ISSN 0167-4544
DOI: 10.1007/s10551-018-3999-7
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 6.430

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 2.209
- 12** Buil, Isabel; Catalán, Sara; Martínez, Eva. Engagement in business simulation games: A self-system model of motivational development. BRITISH JOURNAL OF EDUCATIONAL TECHNOLOGY. 51 - 1, pp. 297 - 311. 2020. ISSN 0007-1013
DOI: 10.1111/bjet.12762
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 4.929

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.790
- 13** Wallace, Elaine; Buil, Isabel; Catalán, Sara. Facebook and luxury fashion brands: self-congruent posts and purchase intentions. JOURNAL OF FASHION MARKETING AND MANAGEMENT. 24 - 4, pp. 571 - 588. 2020. ISSN 1361-2026
DOI: 10.1108/JFMM-09-2019-0215
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 3.329

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.770
- 14** Bitrián, P.; Buil, I.; Catalán, S. Flow and business simulation games: A typology of students. INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT EDUCATION. 18 - 1, pp. 100365 - [9 pp]. 2020. ISSN 1472-8117
DOI: 10.1016/j.ijme.2020.100365
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 2.707

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.167
- 15** Bitrián, P.; Buil, I.; Catalán, S. Gamification in sport apps: the determinants of users' motivation. EUROPEAN JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSINESS ECONOMICS. 29 - 3, pp. 365 - 381. 2020. ISSN 2444-8451
DOI: 10.1108/EJMBE-09-2019-0163
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.690



- 16** Buil, I.; Catalán, S.; Martínez, E. Understanding applicants' reactions to gamified recruitment. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 110 -, pp. 41 - 50. 2020. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.12.041
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 7.550

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 2.048
- 17** Buil, Isabel; Catalán, Sara; Martínez, Eva. Encouraging intrinsic motivation in management training: The use of business simulation games. INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT EDUCATION. 17 - 2, pp. 162 - 171. 2019. ISSN 1472-8117
DOI: 10.1016/j.ijme.2019.02.002
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 2.354

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.758
- 18** Buil, Isabel; Catalán, Sara; Ortega, Raquel. Gamification and motivation: new tools for talent acquisition. UCJC BUSINESS AND SOCIETY REVIEW. 16 - 3/4, pp. 146 - 179. 2019. ISSN 2659-3270
DOI: 10.3232/UBR.2019.V16.N3.04
Tipo de producción: Artículo científico
- 19** Buil, I.; Catalán, S.; Martínez, E. The influence of flow on learning outcomes: An empirical study on the use of clickers. BRITISH JOURNAL OF EDUCATIONAL TECHNOLOGY. 50 - 1, pp. 428 - 439. 2019. ISSN 0007-1013
DOI: 10.1111/bjet.12561
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 2.951

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.624
- 20** Buil, I.; Martínez, E.; Matute, J. Transformational leadership and employee performance: The role of identification, engagement and proactive personality. INTERNATIONAL JOURNAL OF HOSPITALITY MANAGEMENT. 77, pp. 64 - 75. 2019. ISSN 0278-4319
DOI: 10.1016/j.ijhm.2018.06.014
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 6.701

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 2.217
- 21** Buil, I.; Catalán, S.; Martínez, E. Exploring students' flow experiences in business simulation games. JOURNAL OF COMPUTER ASSISTED LEARNING. 34 - 2, pp. 183 - 192. 2018. ISSN 0266-4909
DOI: 10.1111/jcal.12237
Tipo de producción: Artículo científico



Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.451

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.382

- 22** Bravo, R.; Buil, I.; de Chernatony, L.; Martínez, E. Brand Identity Management and Corporate Social Responsibility: an analysis from employees' perspective in the banking sector. JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS AND MANAGEMENT. 18 - 2, pp. 241 - 257. 2017. ISSN 1611-1699

DOI: 10.3846/16111699.2016.1209785

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.503

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.361

- 23** Wallace, E.; Buil, I.; de Chernatony, L. Consumers' self-congruence with a "Liked" brand: Cognitive network influence and brand outcomes. EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING. 51 - 2, pp. 367 - 390. 2017. ISSN 0309-0566

DOI: 10.1108/EJM-07-2015-0442

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.497

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.971

- 24** Bravo, Rafael; Buil, Isabel; Chernatony, Leslie de; Martínez, Eva. Managing brand identity: effects on the employees. INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK MARKETING. 35 - 1, pp. 2 - 23 [37 pp.]. 2017. ISSN 0265-2323

DOI: 10.1108/IJBM-10-2015-0148

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 2.294

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.654

- 25** Wallace, E.; Buil, I.; de Chernatony, L. When does "liking" a charity lead to donation behaviour?: Exploring conspicuous donation behaviour on social media platforms. EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING. 51 - 11-12, pp. 2002 - 2029. 2017. ISSN 0309-0566

DOI: 10.1108/EJM-03-2017-0210

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 1.497

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.971



- 26** Buil, I.; Catalán, S.; Martínez, E. Do clickers enhance learning? A control-value theory approach. *COMPUTERS AND EDUCATION*. 103 -, pp. 170 - 182. 2016. ISSN 0360-1315
DOI: 10.1016/j.compedu.2016.10.009
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 3.819

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 2.653
- 27** Buil, I.; Martínez, E.; Matute, J. From internal brand management to organizational citizenship behaviours: Evidence from frontline employees in the hotel industry. *TOURISM MANAGEMENT*. 57 -, pp. 256 - 271. 2016. ISSN 0261-5177
DOI: 10.1016/j.tourman.2016.06.009
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 4.707

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 2.648
- 28** Buil, I.; Catalán, S.; Martínez, E. The importance of corporate brand identity in business management: An application to the UK banking sector. *BRQ BUSINESS RESEARCH QUARTERLY*. 19 - 1, pp. 3 - 12. 2016. ISSN 2340-9436
DOI: 10.1016/j.brq.2014.11.001
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.325

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.387
- 29** Wallace, Elaine; Buil, Isabel; Chernatony, Leslie de. Consumer engagement with self-expressive brands: Brand love and WOM outcomes. *JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT*. 23 - 1, pp. 33 - 42. 2014. ISSN 1061-0421
DOI: 10.1108/JPBM-06-2013-0326
Tipo de producción: Artículo científico
- 30** 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
- 31** Wallace, Elaine; Buil, Isabel; de Chernatony, Leslie; Hogan, Michael. Who "likes" you...and why? A typology of facebook fans: From "fan"-atics and self-expressives to utilitarians and authentic. *JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH*. 54 - 1, pp. 92 - 109. 2014. ISSN 0021-8499
DOI: 10.2501/JAR-54-1-092-109
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 2.563



- 32** Wallace, E.; Buil, I.; de Chernatony, L. Brand orientation and brand values in retail banking. JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT. 29 - 9-10, pp. 1007 - 1029. 2013. ISSN 0267-257X
DOI: 10.1080/0267257X.2013.796323
Tipo de producción: Artículo científico
- 33** Wallace, E.; de Chernatony, L.; Buil, I. Building bank brands: How leadership behavior influences employee commitment. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 66 - 2, pp. 165 - 171. 2013. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2012.07.009
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.306
- 34** 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
- 35** Buil, I.; de Chernatony, L.; Martínez, E. Examining the role of advertising and sales promotions in brand equity creation. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 66 - 1, pp. 115 - 122. 2013. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2011.07.030
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.306
- 36** Buil, I.; de Chernatony, L.; Montaner, T. Factors influencing consumer evaluations of gift promotions. EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING. 47 - 3, pp. 574 - 595. 2013. ISSN 0309-0566
DOI: 10.1108/03090561311297463
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.000
- 37** Jevons, C.; Buil, I.; Merrilees, B.; de Chernatony, L. Introduction: Thought leadership in brand management. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 66 - 1, pp. 1 - 3. 2013. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2011.07.016
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.306
- 38** Merrilees, B.; Wallace, E.; Buil, I.; de Chernatony, L.; Guest, D. Introduction: Thought leadership in brand management. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 66 - 2, pp. 145 - 147. 2013. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2012.07.006
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.306



- 39** Buil, I.; de Chernatony, L.; Martínez, E. La importancia de medir el valor de marca desde la perspectiva del consumidor: Evidencia empírica en España y el Reino Unido. *REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES - UNIVERSIDAD DEL ZULIA. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES*. 19 - 2, pp. 226 - 237. 2013. ISSN 1315-9518
Tipo de producción: Artículo científico
- 40** Wallace, E.; de Chernatony, L.; Buil, I. Service employee clusters in banking: Exploring Ind's typology considering behaviour, commitment and attitude about leadership. *EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING*. 47 - 11-12, pp. 1781 - 1803. 2013. ISSN 0309-0566
DOI: 10.1108/EJM-01-2011-0031
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.000
- 41** Buil, I.; Martínez, E.; de Chernatony, L. The influence of brand equity on consumer responses. *THE JOURNAL OF CONSUMER MARKETING*. 30 - 1, pp. 62 - 74. 2013. ISSN 0736-3761
DOI: 10.1108/07363761311290849
Tipo de producción: Artículo científico
- 42** 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
- 43** Buil, I.; Melero, I.; Montaner, T. Cause-related marketing strategy: Success factors. *UNIVERSIA BUSINESS REVIEW*. 36, pp. 90 - 107. 2012. ISSN 1698-5117
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 0.138
- 44** Wallace, E.; Buil, I.; de Chernatony, L. Facebook friendship and brand advocacy. *JOURNAL OF BRAND MANAGEMENT*. 20 - 2, pp. 128 - 146. 2012. ISSN 1350-231X
DOI: 10.1057/bm.2012.45
Tipo de producción: Artículo científico
- 45** Buil, I.; Hernández, B.; Sesé, J.; Urquiza, 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)
Índice de impacto: 0.058
- 46** Buil, I.; de Chernatony, L.; Martínez, E. Methodological issues in cross-cultural research: An overview and recommendations. *JOURNAL OF TARGETING, MEASUREMENT AND ANALYSIS FOR MARKETING*. 20 - 3-4, pp. 223 - 234. 2012. ISSN 0967-3237
DOI: 10.1057/jt.2012.18
Tipo de producción: Artículo científico



- 47** 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
- 48** Buil, I.; Martínez, E.; Montaner, T. The influence of cause-related marketing actions on brand attitude. *CUADERNOS DE ECONOMIA Y DIRECCION DE LA EMPRESA*. 15 - 2, pp. 84 - 93. 2012. ISSN 1138-5758
DOI: 10.1016/j.cede.2012.01.002
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 0.395
- 49** Montaner, T.; de Chernatony, L.; Buil, I. Consumer response to gift promotions. *JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT*. 20 - 2, pp. 101 - 110. 2011. ISSN 1061-0421
Tipo de producción: Artículo científico
- 50** Wallace, E.; de Chernatony, L.; Buil, I. How Leadership and Commitment Influence Bank Employees' Adoption of their Bank's Values. *JOURNAL OF BUSINESS ETHICS*. 101 - 3, pp. 397 - 414. 2011. ISSN 0167-4544
DOI: 10.1007/s10551-010-0728-2
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 0.963
- 51** Wallace, E.; de Chernatony, L.; Buil, I. Within-role, extra-role and anti-role behaviours in retail banking. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK MARKETING*. 29 - 6, pp. 470 - 488. 2011. ISSN 0265-2323
DOI: 10.1108/02652321111165266
Tipo de producción: Artículo científico
- 52** Buil, I.; Leslie, D. C.; Leif, E. Hem. Brand Extension Strategies: Perceived Fit, Brand Type, and Culture Influences. *EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING*. 43 - 11, pp. 1300. 2009. ISSN 0309-0566
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 0.756
- 53** Buil Carrasco, Isabel; Fraj Andrés, Elena; Matute Vallejo, Jorge. The influence of the environmental factor on marketing strategy: an applied study in the consumer industry. *ESIC MARKET*. 134, pp. 155 - 180. 2009. ISSN 0212-1867
Tipo de producción: Artículo científico
- 54** Buil, I.; Leslie, D. C.; Martínez, Eva. A Cross-National Validation of the Consumer-Based Brand Equity Scale. *JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT*. 17 - 6, pp. 384. 2008. ISSN 1061-0421
Tipo de producción: Artículo científico
- 55** Buil-Carrasco, I.; Fraj-Andrés, E.; Matute-Vallejo, J. Corporate Environmentalism Strategy in the Spanish Consumer Product Sector: A Typology of Firms. *BUSINESS STRATEGY AND THE ENVIRONMENT*. 17 - 6, pp. 350 - 368. 2008. ISSN 0964-4733
Tipo de producción: Artículo científico
- 56** Buil, I.; Martínez, E.; Pina, J.M. Extensiones de Marca en Bienes y Servicios: Evaluación y Efectos sobre la Imagen de Marca. *REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE MARKETING ESIC*. 12 - 2, pp. 25 - 43. 2008. ISSN 1138-1442

Tipo de producción: Artículo científico

- 57** Buil Carrasco, I.; Montaner Gutiérrez, T. Factores Clave En La Formación De La Actitud Del Consumidor Hacia Las Extensiones De marca*/Key Factors in Forming Consumers' Attitude Towards Brand Extensions. CUADERNOS DE ESTUDIOS EMPRESARIALES. 18 - 109, pp. ... 2008. ISSN 1131-6985

Tipo de producción: Artículo científico

- 58** Buil, I.; Pina, J.M. Proceso de Evaluación de las Extensiones de Marcas: Un Análisis Aplicado a Marcas Deportivas. INVESTIGACIONES EUROPEAS DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. 14 - 1, pp. 139 - 158. 2008. ISSN 1135-2523

Tipo de producción: Artículo científico

- 59** Buil, I.; Martínez, E.; Pina, J.M. Un Modelo de Evaluación de las Extensiones de Marca de Productos y de Servicios. REVISTA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. 17 - 1, pp. 167 - 185. 2008. ISSN 1019-6838

Tipo de producción: Artículo científico

- 60** Buil Carrasco, I.; Martínez Salinas, E.; Montaner Gutiérrez, T. El comportamiento del consumidor ante la promoción de ventas y la marca de distribuidor. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. 16, pp. 22 - 35. 2007. ISSN 1698-5117

Tipo de producción: Artículo científico

- 61** Buil Carrasco, I.; Martínez Salinas, E.; Montaner Gutiérrez, T. El Comportamiento Del Consumidor Ante La Promoción De Ventas y La Marca De Distribuidor. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. 16, pp. 22 - 35. 2007. ISSN 1698-5117

Tipo de producción: Artículo científico

- 62** Montaner Gutiérrez, T.; Buil, I. Influencia de los hábitos de compra en la respuesta del consumidor ante las promociones. DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO. 17 - 94, pp. 63 - 70. 2007. ISSN 1132-0176

Tipo de producción: Artículo científico

- 63** Buil Carrasco, I.; Fraj Andrés, E.; Martínez Salinas, E.; Matute Vallejo, J. Tipología de empresas medioambientales en el sector de bienes de consumo final. REVISTA DE ECONOMÍA Y EMPRESA. 23 - 54, pp. 69 - 94. 2005. ISSN 0213-2834

Tipo de producción: Artículo científico

- 64** Dirección comercial: Prácticas. Isabel Buil Carrasco, M^a Dolores Delso Aranaz, Ana Pilar Garrido Rubio, Blanca Hernández Ortega, Teresa Montaner Gutiérrez, Javier Sesé Oliván, Pilar Urquizu Samper. pp. 115. Universidad de Zaragoza, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, 2009. ISBN 9788460809647

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título del trabajo:** Encouraging travellers to create content? Is gamification key to TripAdvisor's success?

Nombre del congreso: Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2023

Ámbito geográfico: Unión Europea

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

Ciudad de celebración: Madrid, España

Fecha de celebración: 08/09/2023

Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara; Oliveira, Tiago.



- 2** **Título del trabajo:** Is Like-Seeking a Form of Conspicuous Consumption? Investigating Trait Antecedents of Normative and Deceptive Like-Seeking on Instagram
Nombre del congreso: Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: New Orleans, Estados Unidos de América
Fecha de celebración: 17/05/2023
Wallace, Elaine; Buil, Isabel.
- 3** **Título del trabajo:** Gamification in the Workplace: A Training Trend to Improve Employees' Information Security Awareness and Behavior
Nombre del congreso: 33 Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2022
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Valencia, España
Fecha de celebración: 08/09/2022
Bitrián, Paula; Buil, Isabel; Catalán, Sara.
- 4** **Título del trabajo:** Understanding citizens' motivations to use contact-tracing apps
Nombre del congreso: International Marketing Trends Conference 2022
Ámbito geográfico: Autonómica
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Roma, Italia
Fecha de celebración: 20/01/2022
Buil, Isabel; Catalán, Sara; Wallace, Elaine.
- 5** **Título del trabajo:** Fostering User Engagement: The Role of Gamification in Mobile Apps
Nombre del congreso: XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2021
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Jaén, España
Fecha de celebración: 08/09/2021
Bitrián, Paula; Buil, Isabel; Catalán, Sara.
- 6** **Título del trabajo:** Gamificación para la Mejora de la Salud: Un Estudio sobre la Motivación en las Apps de Deporte
Nombre del congreso: XXX Congreso de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Cartagena, España
Fecha de celebración: 28/06/2021
Bitrián, Paula; Buil, Isabel; Catalán, Sara.
- 7** **Título del trabajo:** The role of gamification to facilitate the management of personal finances through mobile apps
Nombre del congreso: EMAC 2021 Annual Conference
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Madrid, España
Fecha de celebración: 25/06/2021
Bitrián, Paula; Buil, Isabel; Catalán, Sara.



- 8 Título del trabajo:** La gamificación en aplicaciones móviles deportivas: factores determinantes de la motivación
Nombre del congreso: XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Cáceres, España
Fecha de celebración: 11/09/2019
Bitrián Arcas, Paula; Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara.
- 9 Título del trabajo:** Understanding applicants' reactions to gamified recruitment: the role of intrinsic and extrinsic motivational factors
Nombre del congreso: XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Cáceres, España
Fecha de celebración: 11/09/2019
Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara; Martínez Salinas, Eva.
- 10 Título del trabajo:** Engagement in Business Simulation Games: A Self-System Model of Motivational Development Approach
Nombre del congreso: XXX Congreso Nacional de Marketing (EMARK)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Barcelona, España
Fecha de celebración: 05/09/2018
Buil, I., Catalán S. y Martínez, E.
- 11 Título del trabajo:** Engagement in business simulation games: A self-system model of motivational development approach
Nombre del congreso: XXX Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2018)
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Barcelona, España
Fecha de celebración: 05/09/2018
Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara; Martínez Salinas, Eva.
- 12 Título del trabajo:** Encouraging intrinsic motivation in management training: The use of business simulation games
Nombre del congreso: XXVIII Congreso Anual ACEDE
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Valladolid, España
Fecha de celebración: 25/06/2018
Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara; Martínez Salinas, Eva.
- 13 Título del trabajo:** Encouraging Intrinsic Motivation in Management Training: The Use of Business Simulation Games
Nombre del congreso: XXVIII Congreso de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE)
Ámbito geográfico: Nacional



Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Valladolid, España
Fecha de celebración: 24/06/2018
Buil, I., Catalán S. y Martínez, E.

14 Título del trabajo: A typology of Facebook 'consumers' of charity brands
Nombre del congreso: 47th EMAC Conference 2018
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Glasgow, Reino Unido
Fecha de celebración: 29/05/2018
Wallace, E.; Buil, I.; de Chernatony, L.

15 Título del trabajo: Los juegos de simulación empresarial: Un estudio de su eficacia desde la Teoría del Flow
Nombre del congreso: XI Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa de la Universidad de Zaragoza
Ámbito geográfico: Autonómica
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Zaragoza, España
Fecha de celebración: 14/09/2017
Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara.

16 Título del trabajo: Conspicuous consumption on Facebook and its relationship with prosocial and unethical behaviour
Nombre del congreso: Academy of Marketing 2017
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Hull, Reino Unido
Fecha de celebración: 03/07/2017
Wallace, E.; Buil, I.; de Chernatony, L.

17 Título del trabajo: Exploring students' flow experiences in business simulation games
Nombre del congreso: XXVII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica-Localización y dinámicas competitivas en un entorno global
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Benidorm, España
Fecha de celebración: 01/02/2017
Buil, Isabel; Catalán, Sara; Martínez, Eva.

18 Título del trabajo: Exploring Students' Flow Experiences in Business Simulation Games
Nombre del congreso: XXVII Jornadas Hispano-Lusas GESTIÓN CIENTÍFICA
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Alicante, España
Fecha de celebración: 01/02/2017
Buil, I., Catalán S. y Martínez, E.



- 19 Título del trabajo:** The Influence of Flow on Learning Outcomes: An Empirical Study on the use of Clickers
Nombre del congreso: International Marketing Trends Conference 2017
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Madrid, España
Fecha de celebración: 27/01/2017
Buil, I., Catalán S. y Martínez, E.
- 20 Título del trabajo:** The influence of flow on learning outcomes: An empirical study on the use of clickers
Nombre del congreso: International Marketing Trends Conference 2017
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Madrid, España
Fecha de celebración: 27/01/2017
Buil, Isabel; Catalán, Sara; Martínez, Eva.
- 21 Título del trabajo:** Gamificando la docencia en Marketing: Un estudio sobre el uso de los clickers en clase
Nombre del congreso: VII Jornadas de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC
Ámbito geográfico: Autonómica
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Zaragoza, España
Fecha de celebración: 12/09/2016
Forma de contribución: Capítulo de libro
Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara; Martínez Salinas, Eva. "Gamificando la docencia en Marketing: un estudio sobre el uso de clickers en clase". En: Buenas prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Experiencias en 2016. pp. 121 - 126. 2017. ISBN 978-84-16933-83-9
- 22 Título del trabajo:** Do clickers enhance learning? A control-value theory approach
Nombre del congreso: XXVIII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2016)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: León, España
Fecha de celebración: 09/09/2016
Buil, Isabel; Catalán, Sara; Martínez, Eva.
- 23 Título del trabajo:** Do Clickers Enhance Learning? A Control-Value Theory Approach
Nombre del congreso: XXVIII Congreso Nacional de Marketing (EMARK)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: León, España
Fecha de celebración: 07/09/2016
Buil, I., Catalán S. y Martínez, E.
- 24 Título del trabajo:** Corporate Social Responsibility and Brand Identity Management: An Analysis from Employees' Perspective in the Banking Sector
Nombre del congreso: XXVI Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Vigo, España
Fecha de celebración: 26/06/2016



Bravo, R., Buil, I., de Chernatony, L. y Martínez, E.

- 25 Título del trabajo:** Antecedentes de la Confianza en la Web: Un Estudio Aplicado a la Compra de Moda Online
Nombre del congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing (EMARK)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Pamplona, España
Fecha de celebración: 09/11/2015
Buil, I., Catalán S. y Martínez, E.
- 26 Nombre del congreso:** XXVII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2015)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Pamplona, España
Fecha de celebración: 09/09/2015
Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara; Martínez Salinas, Eva.
- 27 Título del trabajo:** La influencia de la marca y la percepción del comercio electrónico en la compra de moda online
Nombre del congreso: XXV Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas (ACEDE)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Jaén, España
Fecha de celebración: 21/06/2015
Buil Carrasco; Catalán Gil, Sara; Martínez Salinas, Eva.
- 28 Título del trabajo:** La Influencia de la Marca y la Percepción del Comercio Electrónico en la Compra de Moda Online
Nombre del congreso: XXV Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Jaén, España
Fecha de celebración: 21/06/2015
Buil, I.; Catalán S.; Martínez, E.
- 29 Título del trabajo:** Brands and the Virtual Self: Network Effects on Self-Congruent Facebook 'likes', and Brand Outcomes
Nombre del congreso: 43rd European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Valencia, España
Fecha de celebración: 03/06/2014
Wallace, E; Buil, Isabel; de Chernatony, L.
- 30 Título del trabajo:** Brand Identity Management Effects on Employees' Attitudes and Behaviours
Nombre del congreso: 43rd European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)



Ciudad de celebración: Valencia, España
Fecha de celebración: 03/06/2014
Wallace, E.; Buil, I.; de Chernatony, L.

- 31 Título del trabajo:** La identidad de marca. Un estudio de su influencia en el comportamiento de los empleados
Nombre del congreso: XXV Congreso Nacional de Marketing-AEMARK
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Barcelona, España
Fecha de celebración: 18/09/2013
Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara.

- 32 Título del trabajo:** La identidad de marca. Un estudio de su influencia en el comportamiento de los empleados
Nombre del congreso: XXV Congreso Nacional de Marketing (EMARK)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Barcelona, España
Fecha de celebración: 18/09/2013
Buil, I.; Catalán, S.

Otros méritos

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

- 1 Entidad de realización:** Aston Business School, Aston University
Ciudad entidad realización: Birmingham, Reino Unido
Fecha de inicio-fin: 01/05/2012 - 28/08/2012 **Duración:** 3 meses - 28 días
Entidad financiadora: Programa Europa XXI Estancias de investigación de la Caja de Ahorros de la Inmaculada
Nombre del programa: Programa Europa XXI Estancias de investigación de la Caja de Ahorros de la Inmaculada
Objetivos de la estancia: Posdoctoral
- 2 Entidad de realización:** Centre for Research in Brand Marketing, Birmingham Business School, University of Birmingham
Ciudad entidad realización: Birmingham, Reino Unido
Fecha de inicio-fin: 24/09/2007 - 24/01/2008 **Duración:** 4 meses - 1 día
Entidad financiadora: Programa Europa XXI Estancias de investigación de la Caja de Ahorros de la Inmaculada
Nombre del programa: Programa Europa XXI Estancias de investigación de la Caja de Ahorros de la Inmaculada
Objetivos de la estancia: Doctorado/a
- 3 Entidad de realización:** Centre for Research in Brand Marketing, Birmingham Business School, University of Birmingham
Ciudad entidad realización: Birmingham, Reino Unido
Fecha de inicio-fin: 01/09/2006 - 28/02/2007 **Duración:** 6 meses



Entidad financiadora: Programa Europa XXI Estancias de investigación de la Caja de Ahorros de la Inmaculada

Nombre del programa: Programa Europa XXI Estancias de investigación de la Caja de Ahorros de la Inmaculada

Objetivos de la estancia: Doctorado/a

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