



JOSÉ MIGUEL PINA PÉREZ

Generado desde: Universidad de Zaragoza

Fecha del documento: 13/09/2024

v 1.4.0

8076642b682e216818543e51a2a0f244

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/>



JOSÉ MIGUEL PINA PÉREZ

Apellidos: **PINA PÉREZ**
Nombre: **JOSÉ MIGUEL**
ORCID: **0000-0002-3422-4542**

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. Campo de conocimiento de evaluación CNEAI: Ciencias Sociales y Jurídicas, Facultad de Economía y Empresa
Categoría profesional: Cated. Universidad
Fecha de inicio: 14/03/2024
Régimen de dedicación: Tiempo completo



Formación académica recibida

Titulación universitaria

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

- 1** **Nombre del título:** Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital
Ciudad entidad titulación: Zaragoza, España
Entidad de titulación: Facultad de Filosofía y Letras
Fecha de titulación: 07/10/2021
Premio: Premio extraordinario fin de máster y TFM.
Título homologado: Si
- 2** **Nombre del título:** Administración y Dirección de Empresas
Ciudad entidad titulación: Zaragoza, España
Entidad de titulación: Universidad de Zaragoza
Fecha de titulación: 30/07/2001
Título homologado: Si

Doctorados

Programa de doctorado: Programa Oficial de Doctorado en Economía y Gestión de las Organizaciones
Entidad de titulación: Universidad de Zaragoza
Ciudad entidad titulación: Zaragoza, España
Fecha de titulación: 06/04/2006
Título de la tesis: Influencia de la Estrategia de Extensión de Marca sobre la Imagen de Marca
Director/a de tesis: Eva María Martínez Salinas
Calificación obtenida: Sobresaliente "cum laude" por unanimidad
Premio extraordinario doctor: Si
Título homologado: Si

Actividad docente

Formación académica impartida

- 1** **Nombre de la asignatura/curso:** Decisiones comerciales
Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 01/09/2024 **Fecha de finalización:** 31/08/2025
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza



- 2** **Nombre de la asignatura/curso:** Decisiones comerciales
Titulación universitaria: Programa conjunto en Derecho-Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 01/09/2024 **Fecha de finalización:** 31/08/2025
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 3** **Nombre de la asignatura/curso:** Introducción al marketing
Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 15/09/2022 **Fecha de finalización:** 31/08/2025
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 4** **Nombre de la asignatura/curso:** Dirección de marketing
Titulación universitaria: Graduado en Economía
Fecha de inicio: 14/09/2020 **Fecha de finalización:** 31/08/2025
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 5** **Nombre de la asignatura/curso:** La dirección de marca en las organizaciones
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
- 6** **Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la investigación de mercados
Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 19/09/2011 **Fecha de finalización:** 31/08/2025
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 7** **Nombre de la asignatura/curso:** Trabajo fin de Grado
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
- 8** **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
- 9** **Nombre de la asignatura/curso:** Trabajo fin de Grado
Titulación universitaria: Graduado en Economía
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 10** **Nombre de la asignatura/curso:** Prácticas en empresa
Titulación universitaria: Graduado en Economía
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/08/2024
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 11** **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



- 12 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la investigación de mercados
Titulación universitaria: Programa conjunto en Derecho-Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 16/09/2019 **Fecha de finalización:** 31/08/2023
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 13 Nombre de la asignatura/curso:** Decisiones comerciales
Titulación universitaria: Programa conjunto en Derecho-Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 18/09/2017 **Fecha de finalización:** 14/09/2022
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 14 Nombre de la asignatura/curso:** Decisiones comerciales
Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 16/09/2013 **Fecha de finalización:** 14/09/2022
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 15 Nombre de la asignatura/curso:** Dirección de márketing
Titulación universitaria: Graduado en Economía
Fecha de inicio: 15/09/2014 **Fecha de finalización:** 15/09/2019
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 16 Nombre de la asignatura/curso:** Decisiones comerciales
Titulación universitaria: Programa conjunto en Derecho-Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 21/09/2015 **Fecha de finalización:** 18/09/2016
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 17 Nombre de la asignatura/curso:** INVESTIGACION DE MERCADOS
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 17/09/2012 **Fecha de finalización:** 20/09/2015
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 18 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la investigación de mercados
Titulación universitaria: Programa conjunto en Derecho-Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 16/09/2013 **Fecha de finalización:** 14/09/2014
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 19 Nombre de la asignatura/curso:** Introducción al marketing
Titulación universitaria: Graduado en Filosofía
Fecha de inicio: 17/09/2012 **Fecha de finalización:** 14/09/2014
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 20 Nombre de la asignatura/curso:** MODELOS DE DECISION COMERCIAL
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 19/09/2011 **Fecha de finalización:** 15/09/2013
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 21 Nombre de la asignatura/curso:** MODELOS DE DECISION COMERCIAL
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 19/09/2011 **Fecha de finalización:** 15/09/2013
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza



- 22** **Nombre de la asignatura/curso:** INVESTIGACION DE MERCADOS
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 20/09/2004 **Fecha de finalización:** 15/09/2013
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 23** **Nombre de la asignatura/curso:** INVESTIGACION DE MERCADOS
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 21/09/2009 **Fecha de finalización:** 18/09/2011
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 24** **Nombre de la asignatura/curso:** POLITICA DE PRODUCTO E INNOVACION
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 17/09/2007 **Fecha de finalización:** 18/09/2011
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 25** **Nombre de la asignatura/curso:** POLITICA DE PRODUCTO E INNOVACION
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 17/09/2007 **Fecha de finalización:** 18/09/2011
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 26** **Nombre de la asignatura/curso:** MODELOS DE DECISION COMERCIAL
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 22/09/2008 **Fecha de finalización:** 20/09/2010
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 27** **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: 22/09/2008 **Fecha de finalización:** 20/09/2010
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 28** **Nombre de la asignatura/curso:** MODELOS DE DECISION COMERCIAL
Titulación universitaria: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas
Fecha de inicio: 20/09/2004 **Fecha de finalización:** 20/09/2010
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 29** **Nombre de la asignatura/curso:** MODELOS DE DECISION COMERCIAL
Titulación universitaria: Programa conjunto ADE/DERECHO
Fecha de inicio: 21/09/2006 **Fecha de finalización:** 20/09/2007
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 30** **Nombre de la asignatura/curso:** ESTRATEGIAS Y PLANES DE MARKETING
Fecha de inicio: 22/09/2003 **Fecha de finalización:** 22/09/2004
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 31** **Nombre de la asignatura/curso:** MARKETING TURISTICO
Fecha de inicio: 22/09/2003 **Fecha de finalización:** 22/09/2004
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza



- 32 Nombre de la asignatura/curso:** INVESTIGACION DE MERCADOS
Fecha de inicio: 22/09/2001 **Fecha de finalización:** 22/09/2004
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 33 Nombre de la asignatura/curso:** PRACTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PUBLICAS O PRIVADAS, ET
Fecha de inicio: 22/09/2002 **Fecha de finalización:** 21/09/2003
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 34 Nombre de la asignatura/curso:** VARIABLES TACTICAS COMERCIALES
Fecha de inicio: 22/09/2001 **Fecha de finalización:** 21/09/2003
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 35 Nombre de la asignatura/curso:** ESTRATEGIAS Y PLANES DE MARKETING
Fecha de inicio: 22/09/2001 **Fecha de finalización:** 21/09/2002
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
- 36 Nombre de la asignatura/curso:** VARIABLES ESTRATEGICAS COMERCIALES
Fecha de inicio: 22/09/2001 **Fecha de finalización:** 21/09/2002
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Dirección de tesis doctorales y/o proyectos fin de carrera

- 1 Título del trabajo:** Estrategia de Marca: Estudio de Caso de la Estrategia Paraguas de Samsung
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Francisco Javier Gallego Ortiz de Zárate
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 12/09/2024
- 2 Título del trabajo:** Nuevas tendencias: Plan de Social Media de la marca Solet
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Lorena Sorribas Esteban
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 12/09/2024
- 3 Título del trabajo:** Usos de la Inteligencia Artificial en la Policía Nacional. Un estudio empírico.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ana Sánchez Mayor
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 12/09/2024
- 4 Título del trabajo:** Tendencias del marketing para una película icono: Barbie the movie
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Marina Fernández Taratiel
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 12/07/2024



- 5** **Título del trabajo:** El discurso de odio en canales de YouTube. Análisis del sentimiento de comentarios
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Codirector/a tesis: Bravo Gil, Rafael
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Julia Puyó Casajús
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 16/10/2023
- 6** **Título del trabajo:** El marketing de influencia en el sector de la moda. Un estudio empírico.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Paula Fron Franco
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 03/10/2023
- 7** **Título del trabajo:** Transformación Digital en Marketing: Análisis de la marca de joyería TwoJeys como caso de estudio en las tendencias de marca online
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Sara Tierra González
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 29/09/2023
- 8** **Título del trabajo:** Los consumidores españoles frente al lujo accesible. Un análisis generacional.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Angela Cebrian Sanz
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 14/06/2023
- 9** **Título del trabajo:** Estrategia de marca: Brand Audit de VICIO
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Estefania García Agustin
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 30/06/2022
- 10** **Título del trabajo:** La importancia del marketing en el mercado automovilístico español
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Adrián Pardo Clavero
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 30/06/2022
- 11** **Título del trabajo:** Marketing de contenidos en el entorno de PYMES. Análisis de ¿Ayanet Recursos Humanos¿ como caso de estudio.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Julia Puyó Casajús
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 30/06/2022



- 12** **Título del trabajo:** Marketing en redes sociales
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Juan Luis Porroche Sánchez
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 30/06/2022
- 13** **Título del trabajo:** Marketing de influencia: un análisis aplicado a la plataforma Twitch.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Gloria Estefany Barberan Barreiro
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 20/10/2021
- 14** **Título del trabajo:** Efectos del streaming en la decisión de compra del espectador: Un estudio empírico aplicado a la plataforma Twitch
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Codirector/a tesis: Bravo Gil, Rafael
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: José Antonio Tomás Escarda
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 12/07/2021
- 15** **Título del trabajo:** LA GESTIÓN INTERNA DE MARCA DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPLEADO. UN ESTUDIO APLICADO A BANCO SABADELL
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Bravo Gil, Rafael
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Beatriz Tirado Soriano
Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude
Fecha de defensa: 12/07/2021
- 16** **Título del trabajo:** Gestión de Marca: Cines y Plataformas de Streaming en el contexto del Covid-19
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Oliete Aldea, Elena
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Eduardo Lope Ruiz
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 29/06/2021
- 17** **Título del trabajo:** REDES SOCIALES EN TIEMPOS DE COVID19
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Marta Barreiro Plo
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 29/06/2021
- 18** **Título del trabajo:** El comercio electrónico: Amazon y su estrategia de marca
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad



Alumno/a: Marta Ayúcar Apellániz

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 24/02/2021

- 19** **Título del trabajo:** El Impacto de Los Esfuerzos de Marketing en las Redes Sociales sobre la Autenticidad de Marca: un estudio empírico de las marcas de belleza
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Codirector/a tesis: Bravo Gil, Rafael
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Qiankun Huang
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 29/10/2020
- 20** **Título del trabajo:** Análisis de la imagen de marca de Disney a través del lanzamiento de Disney Plus
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Oliete Aldea, Elena
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Mateo Marcuello Gil
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 18/10/2020
- 21** **Título del trabajo:** EL LADO CURVY DE LA MODA Y EL MARKETING
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Esperanza Rojano Boderó
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 08/07/2020
- 22** **Título del trabajo:** Dirección de marca: Saica Pack
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Oliete Aldea, Elena
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alejandra Rubio Polo
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 23/10/2019
- 23** **Título del trabajo:** El tacógrafo 3.0
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Martínez Salinas, Eva María
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Carolina Izquierdo Lasierra
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 23/10/2019
- 24** **Título del trabajo:** Etnocentrismo e imagen de marca como factores influyentes en la compra de teléfonos móviles
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Olga Xin Huang Yang
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 23/10/2019



- 25** **Título del trabajo:** La importancia de la imagen de marca en el sector servicios: El caso de Yes! English Academy
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Martínez Salinas, Eva María
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Cristina Montolío Vidal
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 23/10/2019
- 26** **Título del trabajo:** La importancia de la variable precio para crear prestigio de marca: El caso Apple
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Martínez Salinas, Eva María
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Daniel Tello Martín
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 23/10/2019
- 27** **Título del trabajo:** Marketing de Influencias: El rol de las redes sociales en la empresa
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Martínez Salinas, Eva María
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: M^a Pilar García Torrijo
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 23/10/2019
- 28** **Título del trabajo:** McDonald's: Su nuevo concepto de comida rápida
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Martínez Salinas, Eva María
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Nerea Navarro Ibáñez
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 23/10/2019
- 29** **Título del trabajo:** Plan de comunicación: URBAN VICART
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Miriam Marqués Benito
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 05/07/2019
- 30** **Título del trabajo:** La industria de los videojuegos y sus estrategias de marketing
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Codirector/a tesis: Martínez Salinas, Eva María
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alejandro Ferrer Gil
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 04/07/2019
- 31** **Título del trabajo:** El rol de la experiencia del cliente en los restaurantes de comida rápida: un modelo empírico
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster
Codirector/a tesis: Bravo Gil, Rafael



Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Alumno/a: Aída Úbeda Sipán
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 12/12/2018

Tipo de entidad: Universidad

32 Título del trabajo: Imagen de marca e identidad de marca. El caso de Imaginarium.

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Codirector/a tesis: Oliete Aldea, Elena

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: María Campa García

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 12/07/2018

33 Título del trabajo: Herramientas de comunicación interna: El caso de Opel España

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Cristina Lizama Ruiz

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 08/03/2018

34 Título del trabajo: Compromiso del cliente en plataformas de viajes online.

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster

Codirector/a tesis: Bravo Gil, Rafael

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Sara Romance Sanchez

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 14/12/2017

35 Título del trabajo: El rol del marketing emocional en la comunicación de la marca ciudad como destino turístico: Un estudio en pequeñas ciudades españolas.

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster

Codirector/a tesis: Bravo Gil, Rafael

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Patricia Mar Ferrer

Calificación obtenida: Sobresaliente

Fecha de defensa: 14/12/2017

36 Título del trabajo: Destinos turísticos: la percepción de los turistas extranjeros sobre la "Marca España"

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Guillermo Arribas Melendez

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 17/11/2017

37 Título del trabajo: Social co-branding: The New Brand Builders.

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Codirector/a tesis: Oliete Aldea, Elena

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Marina Isabel Garcia Vicente

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 17/11/2017



- 38** **Título del trabajo:** La marca y el branding emocional. Estudio de los casos Coca-Cola y McDonald's
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alejandro Torres Aragón
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 15/11/2017
- 39** **Título del trabajo:** Room Mate: Análisis de un Nuevo Modelo Hotelero y de su Potencial Implantación en Zaragoza
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Teresa Natalia Panades Marco
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 15/11/2017
- 40** **Título del trabajo:** Neuromarketing: los deseos más profundos del consumidor
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Aránzazu Esquillor Arenaz
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 11/07/2017
- 41** **Título del trabajo:** Identidad Corporativa e Imagen de Marca de Netflix.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Adrián Tejero Sariñena
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 13/03/2017
- 42** **Título del trabajo:** Del coworking al coliving: un paso más en la economía colaborativa
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Iris García de la Rosa
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 25/10/2016
- 43** **Título del trabajo:** Identidad Corporativa de Cedicap Oncology
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: María Victoria Bayod Rodrigo
Calificación obtenida: Aprobado
Fecha de defensa: 25/10/2016
- 44** **Título del trabajo:** Marketing de experiencias en centros comerciales.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: María Urieta Borque
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 24/10/2016



- 45** **Título del trabajo:** Una nueva era de la comunicación: Street Marketing.
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Lorena García Cunchillos
Calificación obtenida: Matrícula de honor
Fecha de defensa: 21/10/2016
- 46** **Título del trabajo:** Mercadona entra en Calatayud: Un análisis del líder español en marcas blancas
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Noelia Pérez Colás
Calificación obtenida: Sobresaliente
Fecha de defensa: 08/07/2016
- 47** **Título del trabajo:** La Imagen de Marca y el Lugar de Origen como atributos clave en el sector automovilístico: España vs Corea del Sur
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Hyo Jung Choi
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 07/07/2016
- 48** **Título del trabajo:** "Made in Spain" Identidad e Imagen de la marca España
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ana Romero Clavería
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 16/12/2015
- 49** **Título del trabajo:** Influencia de la información preoperatoria y postoperatoria en el paciente quirúrgico. Imagen de la anestesiología.
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Pedro Cía Blasco
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: María Trinidad Cortés Franco
Calificación obtenida: Sobresaliente "Cum Laude"
Fecha de defensa: 14/09/2015
- 50** **Título del trabajo:** Potenciales evocados miogénicos vestibulares cervicales y potenciales evocados auditivos de tronco cerebral en pacientes con neurinoma del acústico.
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: José Gazulla Abio
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Antonio Garcia Escobedo
Calificación obtenida: Sobresaliente "Cum Laude"
Fecha de defensa: 11/09/2015
- 51** **Título del trabajo:** Moda e imagen de marca
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ignacio Arnal de la Fuente



Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 13/07/2015

52 Título del trabajo: Influencia de los iconos deportivos en la imagen de marca: El caso de Nike y Adidas

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Jorge Artal Calderón

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 09/07/2015

53 Título del trabajo: La imagen de marca en el sector premium del automóvil

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Meritxell Melús García

Calificación obtenida: Aprobado

Fecha de defensa: 09/07/2015

54 Título del trabajo: Identidad e imagen de marca en aerolíneas de bajo coste

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Teresa Santos Navarro

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 12/03/2015

55 Título del trabajo: Identidad corporativa de Granja Virgen del Rosario

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Beatriz Emilia Esteban Plo

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 19/12/2014

56 Título del trabajo: Análisis y medición del valor de marca de las empresas aragonesas

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Carla Esquillor Tomás

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 12/12/2014

57 Título del trabajo: Evolución del marketing online. El Influencer como estrategia clave de publicidad.

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Daniel Esteban Molero

Calificación obtenida: Aprobado

Fecha de defensa: 22/10/2014

58 Título del trabajo: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO MEDIO PARA MEJORAR LA IMAGEN ORGANIZACIONAL. UNA APLICACIÓN AL TERCER SECTOR

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Irene Alcaine Saenz

Calificación obtenida: Notable



Fecha de defensa: 11/07/2014

59 Título del trabajo: LA GESTIÓN DEL VALOR DE MARCA EN EL MERCADO DE TELEFONÍA MÓVIL

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Grado

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Sergio Ibáñez Sánchez

Calificación obtenida: Notable

Fecha de defensa: 09/07/2014

60 Título del trabajo: El valor de marca, el ajuste y la actitud hacia el producto como determinantes de la extensión

Tipo de proyecto: Proyecto Final de Máster

Codirector/a tesis: Bravo, R.; Pina, J.M.

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Alumno/a: Marina Canto Cerdan

Calificación obtenida: 6

Fecha de defensa: 18/10/2010

Publicaciones docentes o de carácter pedagógico, libros, artículos, etc.

Catalán Gil; S.; Pina Pérez; J.M.; Utrillas Acerete; A.. Estudio del nivel de satisfacción de los miembros de un equipo de trabajo. LA DIFUSIÓN DE LA INNOVACIÓN DOCENTE: RETOS Y REFLEXIONES. pp. 1 recurso electróni. 2018. ISBN 9788409007264

Tipo de soporte: Capítulos de libros

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:** 130-89050: JORNADA EN DEFENSA, CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES: EL PAPEL DE LAS FAS EN EL NUEVO ORDEN GEOPOLÍTICO
Ámbito geográfico: Nacional
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: 1
Entidad/es financiadora/s:
MINISTERIO DE DEFENSA

Fecha de inicio-fin: 01/01/2022 - 02/11/2022 **Duración:** 10 meses - 2 días
Cuantía total: 1.000 €
- 4** **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 €



5 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 €

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: 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 €

16 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 €

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

Ámbito geográfico: Autonómica

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

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

Nº de investigadores/as: 20

Entidad/es financiadora/s:

DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN

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

Duración: 2 años

Cuantía total: 41.941 €

18 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 €



19 Nombre del proyecto: IBE2005-SOC-07. EFECTOS DE LAS PROMOCIONES MONETARIAS SOBRE LA IMAGEN DE MARCA. UN ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR.

Ámbito geográfico: Otros

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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): María Teresa Montaner Gutiérrez

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

IBERCAJA

Fecha de inicio-fin: 01/01/2006 - 31/12/2006

Duración: 1 año

Cuantía total: 1.200 €

20 Nombre del proyecto: IBE2004B-SOC-02. SITUACIÓN MEDIOAMBIENTAL DE LA EMPRESA INDUSTRIAL ARAGONESA: UN ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL.

Ámbito geográfico: Otros

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:

V.I. MODALIDAD B

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

Duración: 1 año

Cuantía total: 1.850 €

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

1 Nombre del proyecto: EDITING OF A JOURNAL

Ámbito geográfico: Unión Europea

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: 1

Entidad/es financiadora/s:

WALTER DE GRUYTER GMBH

Fecha de inicio: 01/07/2023

Duración: 2 años

Cuantía total: 1.250 €

2 Nombre del proyecto: Estudio sobre el estado de la gestión del diseño en las empresas aragonesas beneficiarias de ayudas del Gobierno de Aragón

Ámbito geográfico: Nacional

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

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Rafael Bravo Gil; José Miguel Pina Pérez

Nº de investigadores/as: 2

Entidad/es financiadora/s:

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA - CATEDRAS

Fecha de inicio: 21/03/2022

Duración: 9 meses - 11 días

Cuantía total: 2.500 €



- 3** **Nombre del proyecto:** ACTUALIZACIÓN DEL MAPA DE LIBRERÍAS EN ESPAÑA 2020
Ámbito geográfico: Nacional
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Rafael Bravo Gil
Nº de investigadores/as: 4
Entidad/es financiadora/s:
 CONFEDERACION ESPAÑOLA DE GREMIOS Y ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO DEL LIBRO
Fecha de inicio: 22/12/2020 **Duración:** 7 meses - 1 día
- 4** **Nombre del proyecto:** OBSERVATORIO DE LA LIBRERÍA: ANÁLISIS DE LAS LIBRERÍAS INDEPENDIENTES EN ESPAÑA
Ámbito geográfico: Nacional
Entidad de realización: Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Rafael Bravo Gil
Nº de investigadores/as: 4
Entidad/es financiadora/s:
 CONFEDERACION ESPAÑOLA DE GREMIOS Y ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO DEL LIBRO
Fecha de inicio: 19/10/2018 **Duración:** 9 meses - 1 día
- 5** **Nombre del proyecto:** ANÁLISIS DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS EN ARAGÓN
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: 4
Entidad/es financiadora/s:
 FUNDACION ECONOMIA ARAGONESA
Fecha de inicio: 01/03/2007 **Duración:** 10 meses

Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1** Pina, José M. Public Opinion in Conflict Situations: A Sentiment Analysis of Tweets About Russia During the War on Ukraine. DEFENCE AND PEACE ECONOMICS. pp. 2381911 [15 pp.]. 2024. ISSN 1024-2694
DOI: 10.1080/10242694.2024.2381911
Tipo de producción: Artículo científico
- 2** Fandos-Herrera, Carmina; Herrando, Carolina; Jiménez Martínez, Julio; Pina, José Miguel. Discuss to learn: a student-focused learning strategy. EDUCATION AND TRAINING. 65 - 5, pp. 697 - 710. 2023. ISSN 0040-0912
DOI: 10.1108/ET-02-2022-0049
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH



Índice de impacto: 3.200
Posición de publicación: 70

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.761

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.761

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.761

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 7.200

Posición de publicación: 123

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 7.200

Posición de publicación: 20

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 7.200

Posición de publicación: 9

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 756

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Education

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Life-span and Life-course Studies

Categoría: Education

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.543

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 189

Categoría: Life-span and Life-course Studies

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 63

- 3** Bravo, Rafael; Catalán, Sara; Pina, José Miguel. The impact of gamified loyalty programmes on customer engagement behaviours. A hotel industry application. JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM TECHNOLOGY. 14 - 5, pp. 925 - 940. 2023. ISSN 1757-9880

DOI: 10.1108/JHTT-02-2022-0033

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 5.300

Posición de publicación: 19

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.285

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.285

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.285

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 8.400

Posición de publicación: 75

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 8.400

Posición de publicación: 26

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Categoría: Social Sciences Edition - HOSPITALITY, LEISURE, SPORT & TOURISM

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 139

Categoría: Computer Science Applications

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Information Systems

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Tourism, Leisure and Hospitality Management

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Information Systems

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 394

Categoría: Tourism, Leisure and Hospitality Management

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 146

Categoría: Computer Science Applications



Índice de impacto: 8.400
Posición de publicación: 147

Revista dentro del 25%: Si
Num. revistas en cat.: 817

- 4** Fandos-Herrera, Carmina; Jiménez-Martínez, Julio; Orús, Carlos; Pérez-Rueda, Alfredo; Pina, José Miguel. The influence of personality on learning outcomes and attitudes: The case of discussants in the classroom. INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT EDUCATION. 21 - 1, pp. 100754 [13 pp.]. 2023. ISSN 1472-8117

DOI: 10.1016/j.ijme.2022.100754

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 6.000

Posición de publicación: 46

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 6.000

Posición de publicación: 9

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 6.000

Posición de publicación: 63

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.257

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.257

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 10.300

Posición de publicación: 48

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 10.300

Posición de publicación: 55

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 302

Categoría: Social Sciences Edition - EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 756

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 401

Categoría: Education

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Strategy and Management

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Education

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.543

Categoría: Strategy and Management

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 478

- 5** Pina, J. M. Análisis de las comunicaciones en Twitter de las Fuerzas Armadas y Cuerpos de Seguridad: un modelo empírico. PROFESIONAL DE LA INFORMACION. 31 - 4, pp. e310403 [14 pp.]. 2022. ISSN 1386-6710

DOI: 10.3145/epi.2022.jul.03

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 4.200

Posición de publicación: 19

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 4.200

Posición de publicación: 27

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.872

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.872

Categoría: Social Sciences Edition - COMMUNICATION

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 96

Categoría: Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE

Num. revistas en cat.: 84

Categoría: Communication

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Cultural Studies

Revista dentro del 25%: Si

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.872

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.872

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 6.100

Posición de publicación: 546

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 6.100

Posición de publicación: 462

Categoría: Information Systems

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Library and Information Sciences

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Social Sciences (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 7.514

Categoría: Computer Science (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.885

- 6** Pina Pérez, José Miguel. Las Fuerzas Armadas en Twitter: un análisis de contenido. REVISTA DE PENSAMIENTO ESTRATÉGICO Y SEGURIDAD CISDE. 7 - 2, pp. 27 - 36. 2022. ISSN 2529-8763

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.112

Categoría: History

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.112

Categoría: Law

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.112

Categoría: Political Science and International Relations

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.112

Categoría: Safety Research

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.112

Categoría: Sociology and Political Science

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 1.700

Posición de publicación: 2.944

Categoría: Social Sciences (miscellaneous)

Num. revistas en cat.: 7.514

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 1.700

Posición de publicación: 694

Categoría: Arts and Humanities (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 4.547

- 7** Bravo R.; Pina J.M.; Tirado B. Effects of internal brand knowledge dissemination on the employee. INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK MARKETING. 39 - 7, pp. 1273 - 1291. 2021. ISSN 0265-2323

DOI: 10.1108/IJBM-12-2020-0608

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 5.083

Posición de publicación: 76

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 154

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 0.886

Categoría: Marketing

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)



Índice de impacto: 7.300
Posición de publicación: 164

Revista dentro del 25%: Si
Num. revistas en cat.: 1.511

- 8** Bravo R.; Catalán S.; Pina J.M. Gamification in tourism and hospitality review platforms: How to R.A.M.P. up users' motivation to create content. INTERNATIONAL JOURNAL OF HOSPITALITY MANAGEMENT. 99, pp. 103064. 2021. ISSN 0278-4319

DOI: 10.1016/j.ijhm.2021.103064

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 10.427

Posición de publicación: 5

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 2.512

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 2.512

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 12.900

Posición de publicación: 40

Categoría: Social Sciences Edition - HOSPITALITY, LEISURE, SPORT & TOURISM

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 58

Categoría: Strategy and Management

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Tourism, Leisure and Hospitality Management

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.511

- 9** Bravo, R.; Catalán, S.; Pina, J.M. Understanding how customers engage with social tourism websites. JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM TECHNOLOGY. 12 - 1, pp. 141 - 154. 2021. ISSN 1757-9880

DOI: 10.1108/JHTT-02-2019-0040

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 5.576

Posición de publicación: 20

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.205

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 1.205

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 6.900

Posición de publicación: 180

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)

Índice de impacto: 6.900

Posición de publicación: 313

Categoría: Social Sciences Edition - HOSPITALITY, LEISURE, SPORT & TOURISM

Num. revistas en cat.: 58

Categoría: Computer Science Applications

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Information Systems

Revista dentro del 25%: Si

Categoría: Business, Management and Accounting (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.511

Categoría: Computer Science (miscellaneous)

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 1.812

- 10** Pina J. M. Valoración de las marcas en situaciones de ansiedad: el rol de locus de control y de las emociones. ANUARIO DE PSICOLOGIA. 51 - 2, pp. 94 - 100. 2021. ISSN 0066-5126

DOI: 10.1344/anpsic2021.51.11

Tipo de producción: Artículo científico



Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.155

Categoría: Psychiatry and Mental Health

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.155

Categoría: Psychology (miscellaneous)

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 1.100
Posición de publicación: 962

Categoría: Psychology (miscellaneous)

Num. revistas en cat.: 1.281

Fuente de impacto: SCOPUS (CITESCORE)
Índice de impacto: 1.100
Posición de publicación: 4.869

Categoría: Medicine (miscellaneous)

Num. revistas en cat.: 6.680

- 11** Bravo, Rafael; Catalán, Sara; Pina, José Miguel. Intergenerational differences in customer engagement behaviours: An analysis of social tourism websites. INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH. 22 - 2, pp. 182 - 191. 2020. ISSN 1099-2340

DOI: 10.1002/jtr.2327

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Categoría: Social Sciences Edition - HOSPITALITY, LEISURE, SPORT & TOURISM

Índice de impacto: 3.791

Posición de publicación: 27

Num. revistas en cat.: 58

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.155

Categoría: Geography, Planning and Development
Revista dentro del 25%: Si

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.155

Categoría: Nature and Landscape Conservation
Revista dentro del 25%: Si

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Tourism, Leisure and Hospitality Management

Índice de impacto: 1.155

Revista dentro del 25%: Si

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.155

Categoría: Transportation
Revista dentro del 25%: Si

- 12** Bravo, R.; Catalán, S.; Pina, J.M. Analysing teamwork in higher education: an empirical study on the antecedents and consequences of team cohesiveness. STUDIES IN HIGHER EDUCATION. 44 - 7, pp. 1153 - 1165. 2019. ISSN 0307-5079

DOI: 10.1080/03075079.2017.1420049

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Categoría: Social Sciences Edition - EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH

Índice de impacto: 3.000

Posición de publicación: 30

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 263

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 1.836

Categoría: Education
Revista dentro del 25%: Si

- 13** Bravo, Rafael; Martínez, Eva; Pina, José Muiguel. Effects of customer perceptions in multichannel retail banking. INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK MARKETING. 37 - 5, pp. 1253 - 1274. 2019. ISSN 0265-2323

DOI: 10.1108/IJBM-07-2018-0170



Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 2.800
Posición de publicación: 68

Categoría: Social Sciences Edition - BUSINESS

Num. revistas en cat.: 152

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.772

Categoría: Marketing

- 14** Bravo, R.; Martínez, E.; Pina, J.M. Effects of service experience on customer responses to a hotel chain. INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT. 31 - 1, pp. 389 - 405. 2019. ISSN 0959-6119

DOI: 10.1108/IJCHM-09-2017-0569
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 5.667
Posición de publicación: 20

Categoría: Social Sciences Edition - MANAGEMENT

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 226

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Categoría: Social Sciences Edition - HOSPITALITY, LEISURE, SPORT & TOURISM

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 56

Índice de impacto: 5.667

Posición de publicación: 6

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Tourism, Leisure and Hospitality Management

Revista dentro del 25%: Si

Índice de impacto: 2.203

- 15** Berné, Carmen; Pina, José M. Guest editorial. THE INTERNATIONAL REVIEW OF RETAIL, DISTRIBUTION AND CONSUMER RESEARCH. 29 - 5, pp. 479 - 481. 2019. ISSN 0959-3969

DOI: 10.1080/09593969.2019.1665085
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: 0.313

Categoría: Business and International Management

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Economics and Econometrics

Índice de impacto: 0.313

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Marketing

Índice de impacto: 0.313

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

DOI: 10.1080/03075079.2017.1366437
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR)

Categoría: Social Sciences Edition - EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH

Revista dentro del 25%: Si

Num. revistas en cat.: 263

Índice de impacto: 3.000

Posición de publicación: 30

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Education

Revista dentro del 25%: Si

Índice de impacto: 1.836



- 17** Pina, J.M.Types of marketing: fad or a necessity?. EUROPEAN BUSINESS REVIEW. 31 - 6, pp. 910 - 925. 2019. ISSN 0955-534X
DOI: 10.1108/EBR-07-2018-0135
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Business and International Management
Índice de impacto: 0.599
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Business, Management and Accounting (miscellaneous)
Índice de impacto: 0.599 **Revista dentro del 25%:** Si
- 18** Pina, J.M.; Bordonaba-Juste, V.Students' experience with online simulation games: From computer anxiety to satisfaction. INTERACTING WITH COMPUTERS. 30 - 2, pp. 162 - 171. 2018. ISSN 0953-5438
DOI: 10.1093/iwc/iwy003
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Science Edition - COMPUTER SCIENCE, CYBERNETICS
Índice de impacto: 0.863 **Num. revistas en cat.:** 23
Posición de publicación: 20 **Categoría:** Social Sciences Edition - ERGONOMICS
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Num. revistas en cat.:** 16
Índice de impacto: 0.863 **Categoría:** Human-Computer Interaction
Posición de publicación: 16
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Software
Índice de impacto: 0.262
- 19** Bravo, R.; Matute, J.; Pina, J. M.Corporate identity management in the banking sector: effects on employees' identification, identity attractiveness, and job satisfaction. SERVICE BUSINESS. 10 - 4, pp. 687 - 714. 2016. ISSN 1862-8516
DOI: 10.1007/s11628-015-0287-9
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 1.812 **Num. revistas en cat.:** 121
Posición de publicación: 66 **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Num. revistas en cat.:** 192
Índice de impacto: 1.812 **Categoría:** Business and International Management
Posición de publicación: 91 **Revista dentro del 25%:** Si
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Strategy and Management
Índice de impacto: 0.616



- 20** Bravo Gil, Rafael; Matute Vallejo, Jorge; Pina Pérez, José M. Gestión de la identidad corporativa: evidencias en el sector bancario. REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES - UNIVERSIDAD DEL ZULIA. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES. 22 - 2, pp. 49 - 62. 2016. ISSN 1315-9518
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Social Sciences (miscellaneous)
Índice de impacto: 0.194
- 21** Bravo, R.; Matute, J.; Pina, J. M. Corporate identity management and employees' responses. JOURNAL OF STRATEGIC MARKETING. 19 - 7-8, pp. [13 pp]. 2015. ISSN 0965-254X
DOI: 10.1080/0965254X.2015.1076876
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Marketing
Índice de impacto: 0.439
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Strategy and Management
Índice de impacto: 0.439
- 22** Fandos-Herrera, Carmina; Jiménez Martínez, Julio; Pina-Pérez, José Miguel. Lacasa: un caso de éxito en la gestión de marcas y productos. REVISTA PERSPECTIVA EMPRESARIAL (SABANETA). 2 - 2, pp. 7 - 24. 2015. ISSN 2389-8186
DOI: 10.16967%2Frpe.v2n2a1
Tipo de producción: Artículo científico
- 23** Dall'olmo Riley, F.; Pina, J. M.; Bravo, R. The role of perceived value in vertical brand extensions of luxury and premium brands. JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT. 31 - 7-8, pp. 881 - 913. 2015. ISSN 0267-257X
DOI: 10.1080/0267257X.2014.995692
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Marketing
Índice de impacto: 0.945 **Revista dentro del 25%:** Si
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Strategy and Management
Índice de impacto: 0.945 **Revista dentro del 25%:** Si
- 24** Dall'olmo Riley, F.; Pina, J.M.; Bravo, R. Downscale Extensions: Consumer Evaluation and Feedback Effects. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 66 - 2, pp. 196 - 206. 2013. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2012.07.013
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 1.306
Posición de publicación: 58 **Num. revistas en cat.:** 111
- 25** Pina, José María; Dall'olmo Riley, Francesca; Lomax, Wendy. Generalizing spillover effects of goods and service brand extensions: A meta-analysis approach. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 66 - 9, pp. 1411 - 1419. 2013. ISSN 0148-2963
DOI: 10.1016/j.jbusres.2012.05.008
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 1.306
Posición de publicación: 58 **Num. revistas en cat.:** 111



- 26** Bravo, R.; de Chernatony, L.; Matute, J.; Pina, J. M. Projecting banks' identities through corporate websites: A comparative analysis of Spain and the United Kingdom. JOURNAL OF BRAND MANAGEMENT. 20 - 7, pp. 533 - 557. 2013. ISSN 1350-231X
DOI: 10.1057/bm.2012.59
Tipo de producción: Artículo científico
- 27** Bravo Gil, Rafael; Matute Vallejo, Jorge; Pina Pérez, José M. Análisis de la Información sobre Identidad Visual y Comunicación Corporativa en los Sitios Web: un Estudio sobre los Bancos y Cajas de Ahorros en España. INFORMATION RESEARCH-AN INTERNATIONAL ELECTRONIC JOURNAL. 17 - 2, 2012. ISSN 1368-1613
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE
Índice de impacto: 0.520
Posición de publicación: 49 **Num. revistas en cat.:** 84
- 28** Bravo, R.; Matute, J.; Pina, J.M. Bank Image and Consumer Loyalty: An Integrative Framework. JOURNAL OF MARKETING TRENDS. 8/9, pp. 65 - 76. 2012. ISSN 1961-7798
Tipo de producción: Artículo científico
- 29** Bravo, R.; Pina, J. M.; Matute, J. Communicating Spanish banks' identities: The role of websites. ONLINE INFORMATION REVIEW. 36 - 5, pp. 675 - 697. 2012. ISSN 1468-4527
DOI: 10.1108/14684521211275975
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Science Edition - COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS
Índice de impacto: 0.939
Posición de publicación: 68 **Num. revistas en cat.:** 132
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE
Índice de impacto: 0.939
Posición de publicación: 37 **Num. revistas en cat.:** 84
- 30** Bravo, R.; Montaner, T.; Pina, J.M. Corporate brand image of financial institutions: a consumer approach. JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT. 21 - 4, pp. 232 - 245. 2012. ISSN 1061-0421
DOI: 10.1108/10610421211246649
Tipo de producción: Artículo científico
- 31** Bravo, R.; Matute, J.; Pina, J. M. Corporate Social Responsibility as a Vehicle to Reveal the Corporate Identity: A Study Focused on the Websites of Spanish Financial Entities. JOURNAL OF BUSINESS ETHICS. 107 - 2, pp. 129 - 146. 2012. ISSN 0167-4544
DOI: 10.1007/s10551-011-1027-2
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 1.270
Posición de publicación: 61 **Num. revistas en cat.:** 116
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - ETHICS
Índice de impacto: 1.270
Posición de publicación: 14 **Num. revistas en cat.:** 48

- 32** Bravo,R.; Hem,L. E.; Pina,J. M.From online to offline through brand extensions and alliances. INTERNATIONAL JOURNAL OF E-BUSINESS RESEARCH. 8 - 1, pp. 17 - 34. 2012. ISSN 1548-1131
DOI: 10.4018/jebr.2012010102
Tipo de producción: Artículo científico
- 33** Bravo,R.; Matute,J.; Pina,J. M.Effects of corporate image on consumer behavior. a study applied to commercial banking. INNOVAR. 21 - 40, pp. 35 - 52. 2011. ISSN 0121-5051
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 0.069
Posición de publicación: 110 **Num. revistas en cat.:** 112
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Índice de impacto: 0.069 **Num. revistas en cat.:** 168
Posición de publicación: 167
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - PUBLIC ADMINISTRATION
Índice de impacto: 0.069 **Num. revistas en cat.:** 45
Posición de publicación: 44
- 34** Bravo, R.; Iversen, N. M.; Pina, J. M.Expansion strategies for online brands going offline. MARKETING INTELLIGENCE & PLANNING. 29 - 2, pp. 195 - 213. 2011. ISSN 0263-4503
Tipo de producción: Artículo científico
- 35** Matute-Vallejo,J.; Bravo,R.; Pina,J. M.The influence of corporate social responsibility and price fairness on customer behaviour: Evidence from the financial sector. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT. 18 - 6, pp. 317 - 331. 2011. ISSN 1535-3958
DOI: 10.1002/csr.247
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 1.448 **Num. revistas en cat.:** 112
Posición de publicación: 49
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - ENVIRONMENTAL STUDIES
Índice de impacto: 1.448 **Num. revistas en cat.:** 88
Posición de publicación: 36
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Índice de impacto: 1.448 **Num. revistas en cat.:** 168
Posición de publicación: 66
- 36** Martínez, E.; Pina, J. M.Consumer responses to brand extensions: A comprehensive model. EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING. 44 - 7, pp. 1182 - 1205. 2010. ISSN 0309-0566
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 0.824 **Num. revistas en cat.:** 102
Posición de publicación: 71



- 37** Bravo, R.; Montaner, T.; Pina, J. M. Corporate brand image in retail banking: Development and validation of a scale. SERVICE INDUSTRIES JOURNAL. 30 - 8, pp. 1199 - 1218. 2010. ISSN 0264-2069
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - MANAGEMENT
Índice de impacto: 1.071
Posición de publicación: 81 **Num. revistas en cat.:** 144
- 38** Pina, J.M.; Iversen, N.M.; Martínez, E. Feedback Effects of Brand Extensions on the Brand Image of Global Brands: A Comparison between Spain and Norway. JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT. 26 - 9-10, pp. 943 - 966. 2010. ISSN 0267-257X
DOI: 10.1080/02672570903458789
Tipo de producción: Artículo científico
- 39** Bravo Gil, Rafael; Matute Vallejo, Jorge; Pina Pérez, José M. Las asociaciones de la imagen como determinantes de la satisfacción en el sector bancario español. CUADERNOS DE ECONOMIA Y DIRECCION DE LA EMPRESA. 43, pp. 9 - 35. 2010. ISSN 1138-5758
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 0.268
Posición de publicación: 92 **Num. revistas en cat.:** 102
- 40** Martinez, E.; Montaner, T.; Pina, J. M. Brand Extension Feedback: The Role of Advertising. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 62 - 3, pp. 305 - 313. 2009. ISSN 0148-2963
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS
Índice de impacto: 1.293
Posición de publicación: 45 **Num. revistas en cat.:** 87
- 41** Bravo-Gil, R.; Montaner-Gutierrez, T.; Pina-Perez, J. M. Corporate Image in Retail Banking. Differences in Segments of Consumers. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. 21, pp. 66 - 83. 2009. ISSN 1698-5117
Tipo de producción: Artículo científico
- 42** Bravo, R.; Pina, J.M. Elementos Diferenciadores en la Imagen Corporativa de las Cajas de Ahorro Aragonesas. Un Estudio en el Mercado Local. CUADERNOS ARAGONESES DE ECONOMÍA. 19 - 2, pp. 343 - 365. 2009. ISSN 0211-0865
Tipo de producción: Artículo científico
- 43** Montaner, T.; Pina, J.M. Extending the Brand: Controllable Drivers of Feedback Effects. JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT. 18 - 6, pp. 394 - 403. 2009. ISSN 1061-0421
DOI: 10.1108/10610420910989712
Tipo de producción: Artículo científico
- 44** Bravo, R.; Pina, J.M. Las alianzas de marca online-offline. Una estrategia de entrada en el mercado offline. CUADERNOS DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES. 56/57, pp. 39 - 60. 2009. ISSN 0211-4356
Tipo de producción: Artículo científico
- 45** Martinez Salinas, E.; Pina Perez, J. M. Modeling the Brand Extensions' Influence on Brand Image. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH. 62 - 1, pp. 50 - 60. 2009. ISSN 0148-2963
Tipo de producción: Artículo científico
Fuente de impacto: WOS (JCR) **Categoría:** Social Sciences Edition - BUSINESS



Índice de impacto: 1.293

Posición de publicación: 45

Num. revistas en cat.: 87

- 46** Bravo, R.; Montaner, T.; Pina, José M. The Role of Bank Image for Customers Versus Non-Customers. INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK MARKETING. 27 - 4, pp. 315. 2009. ISSN 0265-2323
Tipo de producción: Artículo científico
- 47** 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
- 48** Martínez, E.; Pina, J.M.; de Chernatony, L. Influencia de la Estrategia de Extensión de Marca en la Imagen de Marcas Globales: Un Análisis Aplicado a los Mercados Inglés y Español. CUADERNOS DE ECONOMIA Y DIRECCION DE LA EMPRESA. 36 - Septiembre, pp. 77 - 111. 2008. ISSN 1138-5758
Tipo de producción: Artículo científico
- 49** 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
- 50** Montaner, T.; Pina, J. The Effect of Promotion Type and Benefit Congruency on Brand Image. JOURNAL OF APPLIED BUSINESS RESEARCH. 24 - 3, pp. 15 - 28. 2008. ISSN 0892-7626
Tipo de producción: Artículo científico
- 51** 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
- 52** Martínez Salinas, E.; Montaner Gutiérrez, T.; Pina Pérez, J. M. Estrategia de promoción e imagen de marca: influencia del tipo de promoción, de la notoriedad de la marca y de la congruencia de beneficios. REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE MARKETING ESIC. 11 - 1, pp. 27 - 52. 2007. ISSN 1138-1442
Tipo de producción: Artículo científico
- 53** Martínez, E.; Montaner, T.; Pina, J.M. Analysing the Impact of Price Promotions Versus No-Price Promotions on Brand Image. JOURNAL OF BUSINESS & ECONOMICS RESEARCH. 4 - 8, pp. 31 - 40. 2006. ISSN 1542-4448
Tipo de producción: Artículo científico
- 54** Pina, Jose M.; Martinez, Eva; de Chernatony, Leslie; Drury, Susan. The effect of service brand extensions on corporate image: An empirical model. EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING. 40 - 1, pp. 174 - 197. 2006. ISSN 0309-0566
Tipo de producción: Artículo científico
- 55** Martínez Salinas, Eva; Montaner Gutiérrez, Teresa; Pina Pérez, José M. Efecto de las promociones en la imagen de marca: una revisión teórica. CUADERNOS ARAGONESES DE ECONOMÍA. 15, pp. 437 - 448. 2005. ISSN 0211-0865
Tipo de producción: Artículo científico



- 56** Martínez Salinas, Eva; Montaner Gutiérrez, Teresa; Pina Pérez, José Miguel. Evaluación de las extensiones de servicios: Propuesta de un modelo teórico. CUADERNOS ARAGONESES DE ECONOMÍA. 15, pp. 209 - 219. 2005. ISSN 0211-0865
Tipo de producción: Artículo científico
- 57** Martínez, E.; Pina, J.M. Influence of Corporate Image on Brand Extensions: A Model Applied to the Service Sector. JOURNAL OF MARKETING COMMUNICATIONS. 11 - 4, pp. 263 - 281. 2005. ISSN 1352-7266
DOI: 10.1080/13527260500167264
Tipo de producción: Artículo científico
- 58** Martínez, E.; Montaner Gutiérrez, T.; Pina Pérez, J. M. Propuesta de medición de la imagen de marca: un análisis aplicado a las extensiones de marca. REVISTA ASTURIANA DE ECONOMÍA. 33, pp. 89 - 112. 2005. ISSN 1134-8291
Tipo de producción: Artículo científico
- 59** Martínez Salinas, E.; Pina Pérez, J. M. Efecto de la imagen corporativa en las extensiones de marca de servicios: un modelo aplicado. REVISTA DE ECONOMÍA Y EMPRESA. 22 - 52, pp. 157 - 174. 2004. ISSN 0213-2834
Tipo de producción: Artículo científico
- 60** Martínez Salinas, Eva; Montaner Gutiérrez, Teresa; Pina Pérez, José Miguel. Propuesta de una metodología. Medición de la imagen de marca. Un estudio exploratorio. ESIC MARKET. pp. 199 - 216. 2004. ISSN 0212-1867
Tipo de producción: Artículo científico
- 61** Martínez Salinas, Eva; Montaner Gutiérrez, Teresa; Pina Pérez, José Miguel. Efecto de las promociones en la imagen de marca según el tipo de producto. Un estudio exploratorio. INVESTIGACIÓN Y MARKETING. 78, pp. 19 - 26. 2003. ISSN 1131-6144
Tipo de producción: Artículo científico
- 62** Pina, J.M. Fuerzas Armadas Profesionales: Un Problema de Imagen. REVISTA DE GESTIÓN PÚBLICA Y PRIVADA. 7, pp. 189 - 200. 2002. ISSN 1137-9022
Tipo de producción: Artículo científico
- 63** Catalán Gil, Sara; Pina Pérez, José Miguel; Utrillas Acerete, Ana. Estudio del nivel de satisfacción de los miembros de un equipo de trabajo. LA DIFUSIÓN DE LA INNOVACIÓN DOCENTE: RETOS Y REFLEXIONES. pp. 35 - 40. 2018. ISBN 978-84-09-00726-4
DOI: 10.26754/innova_x_zaragoza
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 64** Bravo, R.; Jiménez, J.; Pina, J.M. La docencia universitaria en inglés. Una aplicación al marketing. EXPERIENCIAS DE INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN EDUCATIVA EN EL NUEVO CONTEXTO UNIVERSITARIO. Prensas Universitarias de Zaragoza, 2011. ISBN 9788415031901
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 65** Bravo, R.; Matute, J.; Pina, J.M. El consumidor bancario en el nuevo entorno: el caso de Triodos Bank. (PENDIENTE) (LIBRO DE CASOS SOBRE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR). ESIC,
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 66** Jiménez Martínez, Julio; Pina Pérez, José Miguel; Orús Sanclemente, Carlos. Introduction to Marketing Research. Degree in Business Administration and Management. pp. 162. Ismael Carlos, 2017. ISBN 978-84-944235-7-4
Tipo de producción: Libro o monografía científica

- 67** Eva Martínez Salinas ... [et Al.]. La imagen corporativa de las entidades financieras en Aragón. pp. 66. Fundación Economía Aragonesa, 2008.
Tipo de producción: Libro o monografía científica
- 68** Bravo, Rafael; Dall'olmo Riley, Francesca; Pina, José M. Guest editorial: Brand management in banking. INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK MARKETING. 42 - 2, pp. 153 - 155. 2024. ISSN 0265-2323
DOI: 10.1108/IJBM-04-2024-620
Tipo de producción: Editorial
- 69** Martinez, Eva; Pina, Jose M. The negative impact of brand extensions on parent brand image / Executive summary. JOURNAL OF PRODUCT AND BRAND MANAGEMENT. 12 - 6/7, pp. 432. 2003. ISSN 1061-0421
Tipo de producción: Comunicación

Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título del trabajo:** The effects of gamification on customer engagement behaviours: An application to loyalty programs
Nombre del congreso: 1st International Workshop on Gamification and Motivational Technologies
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Zaragoza, España
Fecha de celebración: 07/09/2021
Bravo, Rafael; Catalán, Sara; Pina, José Miguel.
- 2** **Título del trabajo:** Gamification in tourism and hospitality review platforms: How to RAMP up motivation to create content
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
Bravo, Rafael; Catalán, Sara; Pina, José Miguel.
- 3** **Título del trabajo:** Customer engagement behaviours in social tourism websites
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
Bravo Gil, Rafael; Catalán Gil, Sara; Pina Pérez, José Miguel.
- 4** **Título del trabajo:** Intergenerational differences in customer engagement behaviours: An analysis of social tourism websites
Nombre del congreso: 20th International Conference on Research in the Distributive Trades of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Zaragoza, España
Fecha de celebración: 02/07/2019
Bravo Gil, Rafael; Catalán Gil, Sara; Pina Pérez, José Miguel.



- 5** **Título del trabajo:** Discuss to learn: a student-focused learning strategy
Nombre del congreso: XXX Congreso Internacional de Marketing AEAMARK 2018
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: BARCELONA, España
Fecha de celebración: 07/09/2018
Fandos, Carmina; Herrando, Carolina; Jiménez, Julio; Orús, Carlos; Pina, José Miguel.
- 6** **Título del trabajo:** Analysing teamwork in higher education: An empirical study on the antecedents and consequences of team cohesiveness
Nombre del congreso: XXIX Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2017)
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Sevilla, España
Fecha de celebración: 06/09/2017
Bravo Gil, Rafael; Catalán Gil, Sara; Pina Pérez, José Miguel.
- 7** **Título del trabajo:** Good vibrations: Impacto del clima en el aula y de las habilidades sociales en experiencias de aprendizaje colaborativo
Nombre del congreso: XXIX Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2017)
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Sevilla, España
Fecha de celebración: 06/09/2017
Fandos, Carmina; Jiménez, Julio; Orús, Carlos; Pérez, Alfredo; Pina, José Miguel.
- 8** **Título del trabajo:** Estudio del nivel de satisfacción de los miembros de un equipo de trabajo
Nombre del congreso: X Jornadas de innovación docente e investigación educativa en la Universidad de Zaragoza
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Zaragoza, España
Fecha de celebración: 14/09/2016
Bravo Gil, Rafael; Catalán Gil, Sara; Pina Pérez, José Miguel; Utrillas Acerete, Ana.
- 9** **Título del trabajo:** ¿Cómo Influye la Personalidad del Alumno en su Actitud hacia la Figura de Relator?
Nombre del congreso: XXVIII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2016)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: León, España
Fecha de celebración: 09/09/2016
Fandos, Carmina; Jiménez, Julio; Orús, Carlos; Pérez, Alfredo; Pina, José Miguel.
- 10** **Título del trabajo:** Estrategias de Aprendizaje, Expectativas y Actitud: ¿Me Gusta Hacer de Relator o Prefiero que me Relaten?
Nombre del congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2015)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Pamplona, España
Fecha de celebración: 09/09/2015
Fandos, Carmina; Jiménez, Julio; Orús, Carlos; Peligero, María; Pina, José Miguel.



- 11 Título del trabajo:** Estrategias de aprendizaje, expectativas y actitud: ¿Me gusta hacer de relator o prefiero que me relaten?
Nombre del congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2015)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Pamplona, España
Fecha de celebración: 09/09/2015
Peligero Domeque, Maria Angeles; Fandos Herrera, Carmina; Orús Sanclemente, Carlos; Jiménez Martínez, Julio; Pina Pérez, José Miguel.
- 12 Título del trabajo:** Gestión, Determinantes y Beneficios de la Identidad Corporativa: Un Estudio Cualitativo en el Sector Bancario Español
Nombre del congreso: XXII 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: Cádiz, España
Fecha de celebración: 17/09/2012
Bravo, R.; Matute, J.; Pina, J.M.
- 13 Nombre del congreso:** XXIV Congreso Nacional de Marketing-AEMARK
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Mallorca, España
Fecha de celebración: 12/09/2012
- 14 Título del trabajo:** Exploring Corporate Identity Projection through Corporate Websites: A Comparative Analysis of Banks in Spain and the UK
Nombre del congreso: 41st European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Lisboa, Portugal
Fecha de celebración: 22/05/2012
Bravo, R.; de Chernatony, L.; Matute, J.; Pina, J.M.
- 15 Nombre del congreso:** XXIII Congreso Nacional de Marketing-AEMARK
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Castellón, España
Fecha de celebración: 14/09/2011
- 16 Nombre del congreso:** XXI Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: BARCELONA, España
Fecha de celebración: 06/09/2011



- 17 Título del trabajo:** Análisis de la Identidad corporativa comunicada en los sitios web. Un estudio aplicado al sector bancario español
Nombre del congreso: XXI Congreso Nacional de ACEDE
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Barcelona, España
Fecha de celebración: 04/09/2011
Bravo, R.; Matute, J.; Pina, J.M.
- 18 Título del trabajo:** Going Downwards. How do Consumers Evaluate Vertical Extensions of Luxury and Prestige Brands?
Nombre del congreso: 40th European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Ljubljana, Eslovenia
Fecha de celebración: 24/05/2011
Dall'olmo Riley, F., Pina, J.M., Bravo, R.
- 19 Título del trabajo:** Corporate Social Responsibility as a Key Element of Banks' Identity: A Content Analysis
Nombre del congreso: 40th European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Ljubljana, Eslovenia
Fecha de celebración: 24/05/2011
Bravo, R.; Matute, J.; Pina, J.M.
- 20 Nombre del congreso:** 40th European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Otros
Ciudad de celebración: Ljubljana, Eslovenia
Fecha de celebración: 24/05/2011
- 21 Nombre del congreso:** 8th Thought Leaders International Conference on Brand Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Birmingham, Reino Unido
Fecha de celebración: 15/04/2011
- 22 Título del trabajo:** Dimensiones de la Identidad Corporativa en el Sector Bancario Español: Una Propuesta de Investigación
Nombre del congreso: XXII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Oviedo, España
Fecha de celebración: 22/09/2010
Bravo, R., Matute, J.; Pina, J.M.
- 23 Nombre del congreso:** XX Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE)
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador



Ciudad de celebración: GRANADA, España
Fecha de celebración: 12/09/2010

- 24 Título del trabajo:** Ethical Strategies in Banking: The Role of Corporate Social Responsibility and Price Fairness as Drivers of Customer Loyalty
Nombre del congreso: 39th European Marketing Academy Conference
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Copenhage, Dinamarca
Fecha de celebración: 01/06/2010
Bravo, R., Matute, J.; Pina, J.M.
- 25 Título del trabajo:** Linking Corporate Image to Expressions of Loyalty: A Study Applied to Financial Brands
Nombre del congreso: 6th Thought Leaders International Conference on Brand Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Lugano, Suiza
Fecha de celebración: 18/04/2010
Bravo, R., Matute, J.; Pina, J.M.
- 26 Nombre del congreso:** 6th Thought Leaders International Conference on Brand Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Lugano, Suiza
Fecha de celebración: 18/04/2010
- 27 Título del trabajo:** Step-Down Vertical Brand Extensions of Luxury and Prestige Car Brands. Preliminary Results
Nombre del congreso: 7th Thought Leaders International Conference on Brand Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Lugano, Suiza
Fecha de celebración: 18/04/2010
Dall'olmo Riley, F., Pina, J.M., Bravo, R.; Hoffmann, A.
- 28 Título del trabajo:** What's Behind the Corporate Brand Identity of Financial Institutions? A Content Analysis Applied to the Spanish Banking Sector
Nombre del congreso: 7th Thought Leaders International Conference on Brand Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Lugano, Suiza
Fecha de celebración: 18/04/2010
Bravo, R.; Matute, J.; Pina, J.M.
- 29 Título del trabajo:** La Imagen Corporativa como Determinante de la Satisfacción del Cliente: Un Estudio en el Sector Bancario Español
Nombre del congreso: XXI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Bilbao, España
Fecha de celebración: 16/09/2009



Bravo, R., Matute, J.; Pina, J.M.

- 30 Título del trabajo:** From Corporate Brand Image to Consumer Loyalty. Looking for a Route in Banking Institutions
Nombre del congreso: 38th European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Nantes, Francia
Fecha de celebración: 26/05/2009
Bravo, R., Matute, J.; Pina, J.M.
- 31 Título del trabajo:** Feedback Effects of Good and Service Brand Extensions: A Meta-Analysis Approach
Nombre del congreso: 38th European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Nantes, Francia
Fecha de celebración: 26/05/2009
Pina, J.M., Dall'olmo Riley, F.; Lomax, W.
- 32 Título del trabajo:** Influence of Consumer Perceptions on Satisfaction: An Application to Financial Institutions
Nombre del congreso: 5th Thought Leaders International Conference on Brand Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Atenas, Grecia
Fecha de celebración: 06/04/2009
Bravo, R., Matute, J.; Pina, J.M.
- 33 Título del trabajo:** La expansión de la marca online en el contexto offline. Análisis comparativo de las estrategias de extensiones y alianzas
Nombre del congreso: XX Encuentro de Profesores Universitarios de marketing
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Gran Canaria, España
Fecha de celebración: 17/09/2008
Bravo, R.; Pina, J.M.
- 34 Título del trabajo:** El Valor de Marca: Propuesta y Validación de un Índice para su Medición
Nombre del congreso: XVIII Congreso Nacional de ACEDE
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: León, España
Fecha de celebración: 14/09/2008
Buil, I., Martínez, E.; Pina, J.M.
- 35 Título del trabajo:** Influencia de la imagen corporativa en la contratación de servicios bancarios: un análisis aplicado a clientes y no clientes
Nombre del congreso: XVIII Congreso Nacional de ACEDE
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: León, España



Fecha de celebración: 14/09/2008

Bravo, R., Montaner, T.; Pina, J.M.

- 36 Título del trabajo:** Antecedents and consequences of corporate image: a model applied to financial institutions

Nombre del congreso: 37th European Marketing Academy Conference (EMAC)

Ámbito geográfico: Unión Europea

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

Ciudad de celebración: Brighton, Reino Unido

Fecha de celebración: 27/05/2008

Bravo, R.; Montaner, T. y Pina, J.M.

- 37 Título del trabajo:** Development and validation of a corporate image scale in the banking sector

Nombre del congreso: 4th Thought Leaders International Conference on Brand Management

Ámbito geográfico: Internacional no UE

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

Ciudad de celebración: Birmingham, España

Fecha de celebración: 15/04/2008

Bravo, R.; Montaner, T.; Pina, J.M.

- 38 Nombre del congreso:** 4th Thought Leaders International Conference on Brand Management

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador

Ciudad de celebración: Birmingham, España

Fecha de celebración: 15/04/2008

- 39 Título del trabajo:** La Imagen Corporativa de las Entidades Financieras: Formación e Impacto en el Consumidor

Nombre del congreso: XIX Encuentro de profesores de marketing

Ámbito geográfico: Nacional

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

Ciudad de celebración: Vigo, España

Fecha de celebración: 20/09/2007

Bravo, R.; Montaner, T.; Pina, J.M.

- 40 Título del trabajo:** Las Alianzas de Marca como Estrategia de Expansión. Un Análisis Aplicado a las Marcas Online en el Mercado Offline

Nombre del congreso: XIX Encuentro de profesores de marketing

Ámbito geográfico: Nacional

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

Ciudad de celebración: Vigo, España

Fecha de celebración: 20/09/2007

Bravo, R.; Pina, J.M.

- 41 Título del trabajo:** Influence of Brand Extension Strategy on Global Brand Image: A Model Applied to the Spanish and Norwegian Markets

Nombre del congreso: XVII CONGRESO NACIONAL ACEDE

Ámbito geográfico: Nacional

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

Ciudad de celebración: SEVILLA, España

Fecha de celebración: 17/09/2007



Pina, J.M.; Iversen, N.M.; Martínez, E.

- 42** **Nombre del congreso:** XVII CONGRESO NACIONAL ACEDE
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: SEVILLA, España
Fecha de celebración: 17/09/2007
- 43** **Nombre del congreso:** XVII CONGRESO NACIONAL ACEDE
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: SEVILLA, España
Fecha de celebración: 17/09/2007
- 44** **Título del trabajo:** Reciprocal Effects of Brand Extensions on Brand Image. A Comparison between Goods and Services
Nombre del congreso: 41th Academy of Marketing Conference
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Egham, Reino Unido
Fecha de celebración: 03/07/2007
Buil, I.; Martínez, E.; Pina, J.M.
- 45** **Nombre del congreso:** 41th Academy of Marketing Conference
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Otros
Ciudad de celebración: Egham, Reino Unido
Fecha de celebración: 03/07/2007
- 46** **Título del trabajo:** How Brand Extensions Influence on Brand Image. The Moderating Role of Advertising
Nombre del congreso: 3rd Thought Leaders International Conference on Brand Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Birmingham, Reino Unido
Fecha de celebración: 24/04/2007
Martínez, E.; Montaner, T.; Pina, J.M.
- 47** **Nombre del congreso:** 3rd Thought Leaders International Conference on Brand Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Birmingham, Reino Unido
Fecha de celebración: 24/04/2007
- 48** **Título del trabajo:** La actitud de los consumidores hacia las extensiones de marcas deportivas
Nombre del congreso: 6th international Congress Marketing Trends
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Paris, Francia
Fecha de celebración: 26/01/2007
Buil, I.; Martínez, E.; Pina, J.M.



- 49** **Título del trabajo:** Influencia de la Estrategia de Extensión de Marca sobre el Valor de Marca desde la perspectiva del Consumidor
Nombre del congreso: XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Almería, España
Fecha de celebración: 20/09/2006
Buil, I.; Martínez, E.; Pina, J.M.
- 50** **Título del trabajo:** Factores determinantes del comportamiento de los consumidores hacia productos en promoción
Nombre del congreso: XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Almería, España
Fecha de celebración: 20/09/2006
Martínez, E.; Montaner, T.; Pina, J.M.
- 51** **Título del trabajo:** The Effects of Brand Extensions on Customer-Based Brand Equity
Nombre del congreso: 2nd International Colloquium on The Role of Branding in the Knowledge Economy
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Manchester, Reino Unido
Fecha de celebración: 07/09/2006
Buil, I.; Martínez, E.; Pina, J.M.
- 52** **Título del trabajo:** Consumers' Attitudes toward Brand Extensions and Effects on Brand Image
Nombre del congreso: 35th European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Atenas, Grecia
Fecha de celebración: 23/05/2006
Martínez, E. y Pina, J.M.
- 53** **Título del trabajo:** Brand Extension Evaluation: A Model Applied to Product and Service Brands
Nombre del congreso: 2nd Thought Leaders International Conference on Brand Management
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Birmingham, Reino Unido
Fecha de celebración: 28/03/2006
Buil, I.; Martínez, E.; Pina, J.M.
- 54** **Título del trabajo:** Evaluación de las Extensiones de Marca: Un Modelo Aplicable a Marcas de Productos y Marcas de Servicios
Nombre del congreso: 5th International Marketing Trends Congress
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Venecia, Italia
Fecha de celebración: 20/01/2006
Buil, I.; Martínez, E.; Pina, J.M.



- 55** **Título del trabajo:** Determinants of Consumers' Response to Promotions
Nombre del congreso: 5th American Marketing Association/ Academy of Marketing joint Biennial Conference
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Dublín, Irlanda
Fecha de celebración: 05/07/2005
Martínez, E.; Montaner, T.; Pina, J.M.
- 56** **Título del trabajo:** Una Escala de Medición de la Imagen de Marca Aplicada a la Estrategia de Extensión de Marca
Nombre del congreso: 4 th. International Congress Marketing Trends. ESCP-EAP
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Paris, Francia
Fecha de celebración: 21/01/2005
Martínez, E.; Montaner, T.; Pina, J.M.
- 57** **Título del trabajo:** The Effect of Service Brand Extensions upon Corporate Image
Nombre del congreso: XIV 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: Murcia, España
Fecha de celebración: 19/09/2004
Martínez, E.; Pina, J.M.; de Chernatony, L.
- 58** **Título del trabajo:** Modelling the Impact of Service Brand Extensions on Corporate Image
Nombre del congreso: 38th Academy of Marketing Conference
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Cheltenham, Reino Unido
Fecha de celebración: 06/07/2004
Pina, J.M.; Martínez, E.; de Chernatony, L.
- 59** **Título del trabajo:** Leveraging Brand Image in New Product Introduction. An Operational Measurement
Nombre del congreso: 11th International Product Development Management Conference
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Dublín, Irlanda
Fecha de celebración: 20/06/2004
Martínez, E.; Montaner, T.; Pina, J.M.
- 60** **Título del trabajo:** The Strategic Role of Corporate Image on Service Brand Extensions
Nombre del congreso: 33rd European Marketing Academy Conference (EMAC)
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Murcia, España
Fecha de celebración: 18/05/2004
Martínez, E.; Pina, J.M.



- 61 Título del trabajo:** Un Modelo de Evaluación de las Extensiones de Servicios
Nombre del congreso: XV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
Ámbito geográfico: Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Córdoba, España
Fecha de celebración: 26/09/2003
Martínez, E.; Pina, J.M.
- 62 Título del trabajo:** Influence of Promotions on Brand Image of Hedonic and Utilitarian Products
Nombre del congreso: 12th European Association of Education and Research in Commercial Distribution Conference
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: París, Francia
Fecha de celebración: 03/07/2003
Martínez, E.; Montaner, T.; Pina, J.M.
- 63 Título del trabajo:** The Influence of Brand Extensions on Brand Image: A Potential Threat
Nombre del congreso: Conference on Brands, Branding and Brand Equity: Where do we Go from Here?
Ámbito geográfico: Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Creteil, Francia
Fecha de celebración: 12/12/2002
Martínez, E.; Pina, J.M.
- 64 Título del trabajo:** Imagen y Pequeño Comercio en Internet: Estudio Exploratorio en Huesca Ciudad
Nombre del congreso: II Jornadas sobre Innovación y Empresa Innovadora
Ámbito geográfico: Autonómica
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Ciudad de celebración: Huesca, España
Fecha de celebración: 07/02/2002
Barlés, M.J.; Miranda, A.; Pina, J.M.

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

Evaluación y revisión de proyectos y artículos de I+D+i

- 1 Nombre de la actividad:** Cuadernos de Gestión
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas
Fecha de inicio-fin: 02/07/2012 - 16/07/2012
Frecuencia de la actividad: 1
- 2 Nombre de la actividad:** African Journal of Business Management
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas
Fecha de inicio-fin: 11/06/2012 - 25/06/2012
Frecuencia de la actividad: 1



- 3** **Nombre de la actividad:** Universia Business Review
Funciones desempeñadas: Evaluación
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio-fin: 23/05/2012 - 08/06/2012
- 4** **Nombre de la actividad:** Cross Cultural Management: an International Journal
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 2
Fecha de inicio-fin: 09/09/2011 - 24/04/2012
- 5** **Nombre de la actividad:** Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa (CEDE)
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 4
Fecha de inicio-fin: 25/03/2010 - 21/01/2012
- 6** **Nombre de la actividad:** Journal of International Marketing
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 2
Fecha de inicio-fin: 29/02/2008 - 13/01/2012
- 7** **Nombre de la actividad:** European Journal of Marketing
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 9
Fecha de inicio-fin: 12/09/2008 - 21/11/2011
- 8** **Nombre de la actividad:** Journal of Business Research
Funciones desempeñadas: evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 3
Fecha de inicio-fin: 07/12/2009 - 23/06/2011
- 9** **Nombre de la actividad:** Marketing Intelligence & Planning
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 3
Fecha de inicio-fin: 20/07/2010 - 12/04/2011
- 10** **Funciones desempeñadas:** Secretario de Tribunal correspondiente a plaza para Profesor Titular de Universidad (2 dotaciones)
Entidad de realización: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Ciudad entidad realización: Zaragoza, España
Modalidad de actividad: Participación en tribunales
Fecha de inicio-fin: 08/03/2011 - 22/03/2011



- 11 Nombre de la actividad:** Eurasian Business Review
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio-fin: 09/07/2010 - 05/08/2010
- 12 Nombre de la actividad:** Asia Pacific Management Review
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio-fin: 14/05/2010 - 15/06/2010
- 13 Nombre de la actividad:** Journal of Service Management
Funciones desempeñadas: Evaluador
Modalidad de actividad: Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio-fin: 12/05/2010 - 08/06/2010

Otros méritos

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

Entidad de realización: Kingston University
Ciudad entidad realización: Kingston upon Thames, Reino Unido
Fecha de inicio-fin: 01/07/2008 - 31/10/2008 **Duración:** 4 meses
Entidad financiadora: Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI)
Nombre del programa: (programa IIIB; Becas para españoles para estudios de postgrado, doctorado e investigación...)
Objetivos de la estancia: Posdoctoral

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: 01/01/2011



Resumen de otros méritos

1 Descripción del mérito: Proyectos Docentes (desde 2009)

1. Bravo, R.; Jiménez, J. y Pina, J.M. (2009). "La Docencia en Inglés. Experiencias Previas y Propuestas de Futuro", III Jornadas de Innovación Docente, Tecnologías de la Comunicación e Investigación Educativa, Universidad de Zaragoza, 15 y 16 Septiembre.

2. "TIEMPOS DOCENTES EN CONTEXTOS DIGITALES: explorando iTunes U y otros espacios digitales". Convocatorias de Innovación Docente 2009/2010 de la Universidad de Zaragoza, PIIDUZ 2009 - 1 (Proyectos de grupos o redes interdisciplinares, centrados en torno a cuestiones o metodologías docentes específicas).

Coordinador: Chaime Marcuello Servós (38 participantes)

Cuantía subvención: 75.000 €

3. "DOCENCIA EN CONTEXTOS DIGITALES: FORMACIÓN, INVESTIGACIÓN, CREACIÓN".

Convocatorias de Innovación Docente 2010/2011 de la Universidad de Zaragoza, PIIDUZ 2010 - 1

(Proyectos de grupos o redes interdisciplinares, centrados en torno a cuestiones o metodologías docentes específicas).

Coordinador: Chaime Marcuello Servós

4. "ENSEÑAR Y APRENDER EN CONTEXTOS DIGITALES: FORMACIÓN, INVESTIGACIÓN, CREACIÓN". Convocatorias de Innovación Docente 2011/2012 de la Universidad de Zaragoza, PIIDUZ 2011 - 1

Coordinador: Chaime Marcuello Servós

Cuantía subvención: 3.000

5. Victoria Bordonaba, M^a José Martín, Eva Martínez, José Miguel Pina (2012). "EL USO DE SIMULADORES PARA LA MEJORA DEL APRENDIZAJE EN LA TOMA DE DECISIONES COMERCIALES", VI Jornadas de Innovación e Investigación Educativa, Universidad de Zaragoza.

Convocatorias de Innovación Docente 2011/2012 de la Universidad de Zaragoza, PESUZ 2011 - 5

Coordinador: M^a José Martín de Hoyos

Cuantía subvención: 1.200

Fecha de concesión: 13/09/2012

2 Descripción del mérito: Miembro Comisión Selección de Profesorado

Miembro de la Comisión de Selección de Ayudantes, Ayudantes Doctores y profesores Asociados del Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados (UZ) desde marzo de 2011

Fecha de concesión: 03/03/2011

3 Descripción del mérito: Secretario del Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados (UZ)

Desde septiembre de 2010

Fecha de concesión: 27/09/2010

4 Descripción del mérito: Documento de Trabajo

Martínez, E., Montaner, T., Pina, J.M., Bravo, R. y Buil, I. (2008), "La Imagen Corporativa de las Entidades Financieras en Aragón", Documento de Trabajo 46, Fundación Economía Aragonesa (FUNDEAR), pp. 1-67.

ISSN: 1696-2125 (FUNDEAR, Zaragoza)

Fecha de concesión: 01/01/2008

5 Descripción del mérito: Impartición de conferencias y seminarios de investigación (desde 2007)

1. Pina, J.M. (2007), "Marketing internacional", Jornadas de Comercio Internacional, Zaragoza, 27 Noviembre



ORGANIZADOR: Colegio Mayor Universitario Peñalba

2. Pina, J.M. (2008), "Reciprocal Effects of Brand Extensions on Brand Image. A Comparison Between Goods and Services", Kingston upon Thames (Reino Unido), 17 Abril

ORGANIZADOR: Kingston University Business School

3. Pina, J.M. (2009), "Política de marca internacional", sesión Marcas Internacionales: Pensamiento Global actuación Local compartida con Francisco Villarejo (Universidad de Sevilla) y enmarcada en el curso "Liderazgo y Gestión de la Internacionalización", Sevilla, 11 Marzo

ORGANIZADOR: Universidad Internacional de Andalucía (UNIA)

4. Bravo, R., Matute, J. y Pina, J.M. (2010), "Gestión de la identidad corporativa: una aplicación al sector bancario español", 2º Seminario de Investigación Generés, 24 Junio, Zaragoza.

ORGANIZADOR: Universidad de Zaragoza (FCCEE; Generés)

Fecha de concesión: 27/11/2007

6 Descripción del mérito: Premio a proyecto de investigación

Premio para realización del proyecto de investigación "Análisis del factor medioambiental en la gestión estratégica de la empresa Aragonesa: Un estudio desde la perspectiva de la dirección comercial" concedido por el Consejo Económico y Social de Aragón

Fecha de concesión: 12/11/2003