



# **Curriculum vitae Impreso normalizado**

**Número de hojas que contiene:** 68+1

**Nombre:** Iguácel Melero Polo

**Fecha:** 30 de octubre de 2025

**Firma:**

El arriba firmante declara que son ciertos los datos que figuran en este currículum, asumiendo en caso contrario las responsabilidades que pudieran derivarse de las inexactitudes que consten en el mismo.

No olvide que es necesario firmar al margen cada una de las hojas

Este currículum no excluye que en el proceso de evaluación se le requiera para ampliar la información aquí contenida.

---

APELLIDOS: **Melero Polo**  
NOMBRE: **Iguácel**

SEXO: **M**

---

## SITUACION PROFESIONAL ACTUAL

ORGANISMO: **Universidad de Zaragoza**

FACULTAD, ESCUELA o INSTITUTO: **Facultad de Economía y Empresa**

DEPT./SECC./ UNIDAD ESTR.: **Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados**

CATEGORIA PROFESIONAL Y FECHA DE INICIO: **Catedrática de Universidad**

DIRECCION POSTAL: [REDACTED]

TELEFONO: [REDACTED]

CORREO ELECTRÓNICO: [REDACTED]

**PLANTILLA**

**BECARIO**

**CONTRATADO**

**INTERINO**

**DEDICACION: A TIEMPO PARCIAL**

**A TIEMPO COMPLETO**

---

## FORMACION ACADÉMICA

---

**DOCTORA POR LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA**, dentro del Programa de Doctorado en Economía y Gestión de las organizaciones.

**MENCIÓN CUM LAUDE Y MENCIÓN DOCTORADO INTERNACIONAL**

Tesis titulada: “*Analysis of customer-firm interactions as determinants of customer relational perceptions, behaviors and profitability*”.

Dirigida por los Drs. F. Javier Sesé y Jesús Cambra

FECHA: Marzo 2011-Diciembre 2014.

---

**MASTER OFICIAL: Gestión de las Organizaciones** (60 créditos, 600 horas)

Organizado por: Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza

FECHA: Septiembre 2010 – Junio 2011

CENTRO: Facultad Economía y Empresa. Universidad de Zaragoza.

CALIFICACIÓN: Sobresaliente

Línea de investigación: “*Engagement de clientes como consecuencia de procesos de recuperación del servicio: efecto de la severidad del fallo*”.

Dirigida por la Dra. Eva Martínez Salinas

CALIFICACIÓN: 10

---

**MASTER: Comunicación de Empresa y Publicidad** (Estudio Propio de la Universidad de Zaragoza). (580 horas).

FECHA: Noviembre 2009-diciembre 2010

Organizado por: Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados y AMAPA (Asociación de Medios y Agencias de Publicidad de Aragón)

CENTRO: Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Zaragoza.

CALIFICACIÓN: Sobresaliente

---

**LICENCIATURA: Administración y Dirección de Empresas**

Especialidad: Dirección Comercial

CENTRO: Universidad de Zaragoza, Facultad de Economía y Empresa.

FECHA: Septiembre 2005- febrero 2010

---

**RECONOCIMIENTOS INVESTIGADORES**

---

**ACREDITACIÓN NACIONAL DE LA ANECA PARA EL ACCESO AL CUERPO DE CATEDRÁTICO UNIVERSIDAD, RAMA DE CONOCIMIENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS, 12 de noviembre de 2023.**

---

**SEGUNDO SEXENIO DE INVESTIGACIÓN CONCEDIDO POR EL CNEAI (periodo 2017-2022), junio de 2023.**

---

**PRIMER SEXENIO DE INVESTIGACIÓN CONCEDIDO POR EL CNEAI (periodo 2011-2016), julio de 2021.**

---

**PRIMER SEXENIO DE INVESTIGACIÓN CONCEDIDO POR LA ACPUA (periodo 2010-2015), septiembre de 2016.**

---

**ACREDITACIÓN DE LA ANECA DE PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD, 28 de marzo de 2019.**

---

**ACREDITACIÓN DE LA ANECA DE CONTRATADO DOCTOR, 13 de marzo de 2015.**

---

**ACREDITACIÓN DE LA ANECA DE PROFESOR DE UNIVERSIDAD PRIVADA, 13 de marzo de 2015.**

---

**ACREDITACIÓN DE LA ANECA DE AYUDANTE DOCTOR, 13 de marzo de 2015.**

---

## **TESIS DIRIGIDAS**

---

TESIS DIRIGIDA: “IMPACTO DE INTERACCIONES EN EL CUSTOMER JOURNEY: UN ANÁLISIS EN EL CONTEXTO B2B”, realizada por el doctorando **Miguel Ángel Ruz**

**Mendoza** y supervisada por los profesores Jesús Cambra Fierro e Iguácel Melero Polo.

Programa de Doctorado ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la Universidad Pablo de Olavide.

**FECHA: Febrero, 2022.**

**CALIFICACIÓN: SOBRESALIENTE CUM LAUDE**

---

TESIS DIRIGIDA: “CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT: EXPANDING OUR UNDERSTANDING OF THE DRIVERS AND CONSEQUENCES OF

THE CUSTOMER EXPERIENCE”, realizada por la doctoranda **Lily (Xuehui) Gao** y supervisada por los profesores F. Javier Sesé Oliván e Iguácel Melero Polo.

Universidad de Zaragoza.

**FECHA: Abril, 2021.**

**CALIFICACIÓN: SOBRESALIENTE CUM LAUDE**

**MENCIÓN DE DOCTORADO INTERNACIONAL**

---

TESIS DIRIGIDA: “VÍNCULOS ENTRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y REPUTACIÓN: UN ANÁLISIS EN EL CONTEXTO PYME ESPAÑOL”, realizada por la

doctoranda **María Eugenia López Pérez** y supervisada por los profesores F. Javier Sesé Oliván e Iguácel Melero Polo.

Universidad de Zaragoza.

**FECHA: Junio, 2017.**

**CALIFICACIÓN: SOBRESALIENTE CUM LAUDE**

---

## **MIEMBRO DE TRIBUNAL DE TESIS**

- Iguácel Melero ha sido Secretaria del tribunal de tesis de la Doctoranda Paula Bitrián Arcas, de la Universidad de Zaragoza, por el trabajo titulado: ANALYSING THE EFFECTIVENESS OF GAMIFICATION: A STRATEGY TO CREATE ENGAGING, MOTIVATING AND ENJOYABLE USER EXPERIENCES. **Calificada con Sobresaliente Cum Laude. Julio, 2023.**
- Iguácel Melero ha sido Secretaria del tribunal de tesis de la Doctoranda Skania Laura Geldres Weiss, de la Universitat de Valencia, por el trabajo titulado: DIGITAL CONTENT MARKETING IN B2B CONTEXTS: THE DRIVERS OF ENGAGEMENT AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH COMMUNICATION AT INTERNATIONAL TRADE SHOWS. **Calificada con Sobresaliente Cum Laude. Febrero, 2023.**
- Iguácel Melero ha sido Vocal del tribunal de tesis de la Doctoranda Rocío Del Pilar Huerta Álvarez, de la Universidad Pablo de Olavide, por el trabajo titulado: DESDE EL VALOR DE MARCA BASADO EN EL CONSUMIDOR AL COMPROMISO DEL CLIENTE EN SERVICIOS EXPERIENCIALES: ENFOQUE DESDE UNA ECONOMÍA EMERGENTE. **Calificada con Sobresaliente Cum Laude. Septiembre, 2021.**
- Iguácel Melero ha sido Secretaria del tribunal de tesis del Doctorando José Miguel Lorente Ayala, de la Universitat de Valencia, por el trabajo titulado: LOS ANTECEDENTES Y EFECTOS DE LAS MOTIVACIONES DEL VOLUNTARIO: EL PAPEL MODERADOR DEL TIPO DE ONG, Y DE LAS VARIABLES RELATIVAS AL VOLUNTARIO (ENGAGEMENT Y GÉNERO). **Calificada con Sobresaliente Cum Laude. Julio, 2020.**
- Iguácel Melero ha sido Secretaria del tribunal de tesis de la Doctoranda Sara Catalán Gil, de la Universidad de Zaragoza, por el trabajo titulado: ENGAGING USERS THROUGH GAMIFICATION. THE ROLE OF EMOTIONS, MOTIVATION, AND FLOW. **Calificada con Sobresaliente Cum Laude. Septiembre, 2018.**

## **MIEMBRO DE TRIBUNAL DE PROYECTO DE TESIS INTERNACIONAL**

- Iguácel Melero ha ejercido de “external examiner” del proyecto de tesis de la Doctoranda Luisa de Souza Gonçalves por el trabajo titulado: “Understanding the customer engagement and the value co-creation with Smart Energy Services”. **Calificada con la máxima puntuación en la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Oporto. Junio, 2019.**

## ACTIVIDADES ANTERIORES DE CARÁCTER CIENTÍFICO O PROFESIONAL

<b>FECHAS</b>	<b>PUESTO</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>
Septiembre 2008 – Junio 2009	Prácticas en empresa de comunicación y eventos	Ideasamares!
Octubre 2009 – Febrero 2011	Beca de colaboración para el desarrollo de proyectos de investigación	Universidad de Zaragoza
Septiembre 2010 – Junio 2011	Actividades de formación en investigación y desarrollo de proyecto de investigación	Universidad de Zaragoza
Marzo 2011 – Noviembre 2011	Beca de Formación del Personal Universitario (FPU)	Universidad de Zaragoza (financiada por la Diputación General de Aragón)
Diciembre 2011 – Febrero 2013	Fase de beca del programa de Formación del Personal Universitario (FPU)	Universidad de Zaragoza (financiada por el Ministerio de Educación y Ciencia)
Marzo 2013 – 21 Octubre 2014	Personal Investigador en formación en el programa de becas FPU. Fase de contrato	Universidad de Zaragoza (financiada por el Ministerio de Educación y Ciencia)
22 Octubre 2014 – 17 Septiembre 2015	Profesor titular a tiempo completo	Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza
21 Septiembre 2015 – 16 septiembre 2017	Profesor Ayudante Doctor	Facultad de Empresa y Gestión Pública, Universidad de Zaragoza
17 Septiembre 2017 – 17 Septiembre 2020	Profesor Ayudante Doctor	Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza
18 Septiembre 2020 – 15 Febrero 2021	Profesor Contratado Doctor Interino	Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza
16 Febrero 2021- 9 Marzo 2025	Profesor Titular de Universidad	Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza
10 Marzo 2025 - actualidad	Catedrática de Universidad	Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza

## IDIOMAS DE INTERÉS CIENTÍFICO (R = regular, B = bien, C = correctamente)

<b>IDIOMA</b>	<b>HABLA</b>	<b>LEE</b>	<b>ESCRIBE</b>
Ingles	C	C	C

## BECAS Y AYUDAS

### BECAS DE COLABORACIÓN

---

**TIPO DE BECA: Beca de colaboración**

**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE: Obra Social La Caixa**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN AL QUE ESTÁ VINCULADA:** “La influencia de la proactividad medioambiental en el rendimiento empresarial en época de crisis: un estudio aplicado al sector hotelero aragonés”.

**TUTORA:** Dra. Elena Fraj (Profesora titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza).

**LUGAR DE DISFRUTE:** **Dpto. de Economía y Dirección de Empresas (Universidad de Zaragoza)**

**FECHA:** **1 de octubre de 2009-28 de febrero de 2011**

---

**TIPO DE BECA: Beca de colaboración**

**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE: Fundación de Economía Aragonesa (FUNDEAR)**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN AL QUE ESTÁ VINCULADA:** “Orientación al mercado y orientación al aprendizaje en el sector vinícola aragonés”.

**TUTORES:** Dr. Jesús Cambra (Profesor titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla) y Dra. Elena Fraj (Profesora titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza)

**LUGAR DE DISFRUTE:** **Dpto. de Economía y Dirección de Empresas (Universidad de Zaragoza)**

**FECHA:** **23 de febrero de 2010-17 de diciembre de 2010**

---

### BECAS DE INVESTIGACIÓN

---

**TIPO DE BECA: Beca de Investigación (Programa de Ayudas para la Formación de Personal Investigador de la Universidad de Zaragoza)**

**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE: Gobierno de Aragón**

**TUTORA:** Dra. Eva Martínez Salinas (Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza).

**LUGAR DE DISFRUTE:** **Dpto. de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados (Universidad de Zaragoza)**

**FECHA:** **1 de marzo de 2011-2 de diciembre de 2011**

---

**TIPO DE BECA: Beca de formación de personal universitario (FPU), del Programa Nacional de Formación de Recursos Humanos de Investigación, del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011.**

**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE: Ministerio de Educación**

**TUTORA:** Dra. Eva Martínez Salinas (Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza).

**LUGAR DE DISFRUTE:** **Dpto. de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados (Universidad de Zaragoza)**

**FECHA:** **2 de diciembre de 2011-21 de octubre de 2014**

---

## BECAS Y AYUDAS RECIBIDAS DE CARÁCTER COMPETITIVO

---

**TIPO DE BECA:** Subvención del Programa IberCaja-CAI de Estancias de investigación  
**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE:** Ibercaja-CAI.

**LUGAR DE DISFRUTE:** Universidad de Valencia.

**FECHA FINANCIACIÓN:** 1 diciembre 2019 – 29 febrero 2020 (3 meses)

**CUANTÍA:** 700 €

---

**TIPO DE BECA:** Estancias de movilidad en el extranjero "José Castillejo" para jóvenes doctores. Convocatoria 2017.

**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE:** Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

**LUGAR DE DISFRUTE:** Universidad de Oporto (PORTUGAL).

**FECHA FINANCIACIÓN:** 3 Julio 2017 – 26 septiembre 2017 (3 meses)

**CUANTÍA:** 9288€

---

**TIPO DE BECA:** Programa de Becas Iberoamérica. Santander Investigación. España 2017.

**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE:** Banco Santander.

**LUGAR DE DISFRUTE:** Universidad de Oporto (PORTUGAL).

**FECHA FINANCIACIÓN:** 1 Julio 2017 – 30 septiembre 2017 (3 meses)

**CUANTÍA:** 5000€

---

**TIPO DE BECA:** Subvención del Programa IberCaja-CAI de Estancias de investigación  
**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE:** Ibercaja-CAI.

**LUGAR DE DISFRUTE:** Universidad de Oporto (PORTUGAL).

**FECHA FINANCIACIÓN:** 15 Mayo 2017 – 15 Agosto 2017 (3 meses)

**CUANTÍA:** 1700 €

---

**TIPO DE BECA:** Beca de 230 euros para la inscripción en el Congreso de EMAC por COMUNICACIÓN SELECCIONADA ENTRE LAS 20 MEJORES DEL 43<sup>rd</sup> CONGRESO EUROPEAN MARKETING ACADEMY a la ponencia titulada: "A contingency approach for a profitable complaint management", presentada por: Cambra-Fierro, J., Melero-Polo, I. y Sese, F. J. Valencia, Junio de 2014

**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE:** 43<sup>rd</sup> CONGRESO EUROPEAN MARKETING ACADEMY

**LUGAR DE DISFRUTE:** Universidad de Valencia.

**FECHA FINANCIACIÓN:** 3-7 Junio 2014.

---

**TIPO DE BECA:** Subvención del Programa Europa XXI de Estancias de Investigación

**INSTITUCIÓN QUE LA CONCEDE:** Caja Inmaculada (CAI)

**LUGAR DE DISFRUTE:** Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.

**FECHA FINANCIACIÓN:** 01 Marzo 2012 – 01 Julio 2012

**CUANTÍA: 2500 €**

---

**PARTICIPACION EN CONTRATOS Y PROYECTOS DE INVESTIGACION FINANCIADOS**

**INTERNACIONALES**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Recuperación de la Imagen de Destinos Turísticos tras la COVID-19: Análisis en la Eurorregión Alentejo-Algarve-Andalucía.

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Subvención para el Fomento de la Cooperación Transfronteriza en la Eurorregión Alentejo-Algarve-Andalucía, Junta de Andalucía. (En colaboración con la Universidad de Algarve, Portugal.)

**DURACIÓN DESDE:** 01/07/2021

**HASTA:** 30/06/2022

(11 meses)

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Jesús Cambra Fierro

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Dotación: **6.000 euros**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Hacia una Mayor Contabilidad de la Actividad de Marketing: El Papel del Valor del Cliente (Increasing Marketing Accountability within the Firm: The Role of Customer Value)

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Programa Nacional de Internacionalización de la I+D, Subprograma de Proyectos Internacionales, Modalidad de Proyectos de Movilidad (Acciones Integradas), Submodalidad Alemania, Ministerio de Ciencia e Innovación.

**DURACIÓN DESDE:** 01/01/2012

**HASTA:** 31/12/2013

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dra. Yolanda Polo Redondo (España); Dr. Manfred Krafft (Alemania, University of Muenster)

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Dotación: **8.000 euros**

---

**NACIONALES**

**CONTRATOS**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** ACTUALIZACIÓN DEL MAPA DE LIBRERÍAS EN ESPAÑA 2020

**ENTIDAD FINANCIADORA:** contrato de asesoría a través de la Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación de la Universidad de Zaragoza (OTRI) firmado con la **Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Empresarios del Comercio del Libro (CEGAL)**, código 2020/0767

**DURACIÓN DESDE:** 22/12/2020

**HASTA:** 22/07/2021

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Rafael Bravo

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE: Miembro investigador**

Dotación: **9.680 euros**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Observatorio de la librería. Análisis de las librerías independientes en España

**ENTIDAD FINANCIADORA:** contrato de asesoría a través de la Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación de la Universidad de Zaragoza (OTRI) firmado con la **Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Empresarios del Comercio del Libro (CEGAL)**, código 2018/0542

**DURACIÓN DESDE: 19/10/2018**

**HASTA: 19/06/2019**

**INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dr. Rafael Bravo**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE: Miembro investigador**

Dotación: **37.510 euros**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Estudio de las librerías en España: actualización del censo y análisis de la gestión empresarial

**ENTIDAD FINANCIADORA:** contrato de asesoría a través de la Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación de la Universidad de Zaragoza (OTRI) firmado con la **Asociación de Empresarios del Comercio del Libro de Madrid**, código 2016/0484

**DURACIÓN DESDE: 24/10/2016**

**HASTA: 24/06/2017**

**INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dr. Rafael Bravo**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE: Miembro investigador**

Dotación: **29.040 euros**

---

## **PROYECTOS**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO: CRM MEETS AI: LEVERAGING ADVANCED TECHNOLOGIES FOR A BIGGER AND BROADER IMPACT (CRM-AI)**

**ENTIDAD FINANCIADORA: PROYECTOS I+D+i, AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN, MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN (PID2023-148215-100).**

**DURACIÓN DESDE: 01/09/2024**

**HASTA: 31/08/2027**

**INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dr. F. Javier Sesé Oliván e Dra. Iguácel Melero Polo**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE: Investigador principal**

Dotación: 140.000,00 €

---

**TÍTULO DEL PROYECTO: Laboratorio de experimentación para técnicas de inteligencia artificial**

**ENTIDAD FINANCIADORA: PROYECTO CONCEDIDO EN LA CONVOCATORIA DE INFRAESTRUCTURAS DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA 2022 EQUZ2022-SOC-07.**

**CONCESIÓN: Octubre, 2022.**

**DURACIÓN DESDE: 01/12/2022**

**HASTA: 30/09/2024**

**INVESTIGADOR PRINCIPAL: Dra. Yolanda Polo Redondo**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE: Investigador principal**

Dotación: 27.000,00 €

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** TRANSICIÓN DIGITAL EN LA EMPRESA APLICANDO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL: GESTIÓN DEL CUSTOMER JOURNEY DIGITAL

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Ministerio de Ciencia e Innovación. AYUDAS DE LA CONVOCATORIA 2021 DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS ORIENTADOS A LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y A LA TRANSICIÓN DIGITAL (TED2021-13086A-100).

**DURACIÓN DESDE:** 01/12/2022 **HASTA:** 30/09/2025

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dra. Iguácel Melero Polo

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Investigador principal

Dotación: 94.070,00 €

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** INTELIGENCIA ARTIFICIAL A LO LARGO DEL CUSTOMER JOURNEY: UN MODELO DE RENTABILIDAD DINÁMICO

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Fundación Universitaria “Antonio Gargallo”

**DURACIÓN DESDE:** 16/02/2022 **HASTA:** 31/03/2023

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dra. Lily (Xuehui) Gao

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Dotación: 778,38 €

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** MOBILE FIRST: CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE A TRAVÉS DEL MARKETING MÓVIL

**ENTIDAD FINANCIADORA:** PROYECTOS I+D+i, AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN, MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN (PID2020-114874GB-I00, con el código interno 273-78).

**DURACIÓN DESDE:** 01/09/2021 **HASTA:** 31/08/2024

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. F. Javier Sesé Oliván e Dra. Iguácel Melero Polo

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Investigador principal

Dotación: 62.157,70 €

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** RECOMENDACIONES PARA LAS PLATAFORMAS P2P DERIVADAS DEL ESTUDIO DE LA EXPERIENCIA DE REVENTA ONLINE: UN ANÁLISIS CUANTITATIVO

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Universidad de Zaragoza

**ENTIDADES PARTICIPANTES:** Universidad de Zaragoza e Ibercaja (JIUZ-2020-SOC-09)

**DURACIÓN:** Desde 01/01/2021 **Hasta:** 31/12/2021

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Raúl Pérez López

**GRADO DE RESPONSABILIDAD/PARTICIPACIÓN:** Miembro investigador

Dotación: 2.000 euros

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** IMPORTANCIA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: APROXIMACIÓN DESDE EL CONCEPTO DE CUSTOMER JOURNEY

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Vicerrectorado de Política Científica. Ayudas a Proyectos de Investigación, desarrollo e innovación para Jóvenes Investigadores de la Universidad de Zaragoza: JIUZ-2018-SOC-11.

**DURACIÓN DESDE:** 20/12/2018 **HASTA:** 20/12/2019

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Iguácel Melero Polo

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Investigador Principal

Dotación: **2.000 euros**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** EL CONSUMO RESPONSABLE DESDE LA PERSPECTIVA DEL JOVEN CONSUMIDOR: UN ANÁLISIS SOBRE EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS EN ARAGÓN

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Gobierno de Aragón (Departamento de Consumo) y Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** 20/12/2018

**HASTA:** 20/12/2019

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dra. Elena Fraj Andrés

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Dotación: **3.000 euros**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** THE CUSTOMER JOURNEY: DISEÑANDO EL MAPA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN) ECO2017-83993-P.

**DURACIÓN DESDE:** 01/01/2018

**HASTA:** 31/12/2020

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dra. Yolanda Polo Redondo y Dr. F. Javier Sesé Oliván

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Dotación: **49.000 euros**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Marketing de experiencias para una gestión integral y rentable de las relaciones con los clientes

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN) ECO2014-54760.

**DURACIÓN DESDE:** 01/01/2015

**HASTA:** 31/12/2017

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dra. Yolanda Polo Redondo y Dr. F. Javier Sesé Oliván

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Dotación: **69.575 euros**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Marketing multicanal: hacia una gestión integrada y rentable de las relaciones con los clientes

**ENTIDAD FINANCIADORA:** FUNDACIÓN RAMÓN ARECES

**DURACIÓN DESDE:** 19/02/2015

**HASTA:** 01/07/2017

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. F. Javier Sese

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Dotación: **40.000 euros**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Hacia un Nuevo Modelo de Gestión de las Relaciones: Integrando los Comportamientos Transaccionales y No Transaccionales para Explicar el Valor del Cliente (ECO2011-23027).

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN)

**DURACIÓN DESDE:** 01/01/2013

**HASTA:** 31/12/2014

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dra. Yolanda Polo Redondo

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Dotación: **109.000 euros**

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** “Imagen corporativa como elemento de la estrategia de Marketing: un estudio aplicado al sector de la Banca Comercial en España y Reino Unido”, concedido por Ministerio de Ciencia e Innovación dentro del Programa de Proyectos de Investigación Fundamental no orientada (2011).

**ENTIDAD FINANCIADORA:** ECO 2009-08283 (MICINN)

**DURACIÓN DESDE:** 01/03/2011

**HASTA:** 31/12/2012

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dra. Eva Martínez Salinas

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** “Orientación al mercado y orientación al aprendizaje en el Sector vinícola aragonés”, concedido por la Fundación Economía Aragonesa dentro de la 8<sup>a</sup> Convocatoria de Ayudas a la Investigación sobre Economía Aragonesa (2010).

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Fundación Economía Aragonesa (FUNDEAR)

**DURACIÓN DESDE:** 01/01/2010

**HASTA:** 31/12/2010

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Jesús Cambra Fierro

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

*Grupo Generés: Estrategia empresarial y marketing*

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Gobierno de Aragón

**DURACIÓN DESDE:** 15/04/2011

**HASTA:** 31/12/2022

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dra. Yolanda Polo Redondo

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Vinculación ininterrumpida durante 12 años.

Dotación: 150.000 euros.

---

## PUBLICACIONES

### LIBROS

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, E. Fraj-Andrés, I. Melero-Polo, J. Sesé-Oliván y R. Vázquez-Carrasco**

**TÍTULO:** Orientación al mercado y al aprendizaje en el sector vinícola aragonés

**AÑO: 2011**

**REF. REVISTA/LIBRO:** Documento de trabajo FUNDEAR, Número 58, págs. 1-95.

---

### CAPÍTULOS DE LIBRO

---

**AUTORES (p.o. de firma): Cambra-Fierro, Fuentes-Blasco, M., Gao, L. X., López-Pérez, M. E., & Melero-Polo, I.**

**TÍTULO:** From Communication to Customer Engagement: Insights from a Tourist Destination Before and During COVID-19

**AÑO: 2023**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Customer Engagement in Tourism Marketing: Current Issues and Challenges*; Edward Elgar Publishing

**SPI (2018): 34, Q3 (8/26) Economía**

---

**AUTORES (p.o. de firma): Cambra-Fierro, Fuentes-Blasco, M., Gao, L. X., López-Pérez, M.E., & Melero-Polo, I.**

**TÍTULO:** Impact of COVID-19 on Tourism Customer Engagement: A Cross-destination Comparison

**AÑO: 2023**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Customer Engagement in Tourism Marketing: Current Issues and Challenges*; Edward Elgar Publishing

**SPI (2018): 34, Q3 (8/26) Economía**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, M.A. Ruz Mendoza, L. (Xuehui) Gao, I. Melero-Polo, A. Trifu y M. E. López Pérez**

**TÍTULO:** Análisis de las interacciones empresa-cliente a lo largo del customer journey: una propuesta de acción en el sector asegurador.

**AÑO: 2021**

**REF. REVISTA/LIBRO:** Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, págs. 35-55.

**SPI: Q2 ICEE 8**

---

**AUTORES (p.o. de firma): Cambra-Fierro, Coller-Porta, X., Gualteri y Melero-Polo, I.**

**TÍTULO:** Corporate Social Responsibility and Trade Unions: Perspectives across Europe; Spain

**AÑO: 2014**

**REVISTA:** Corporate Social Responsibility and Trade Unions: Perspectives across Europe. Routledge Research in Employment Relations

Disponible en: <http://www.amazon.co.uk/Corporate-Social-Responsibility-Trade-Unions/dp/0415856817>

Routledge 2014 (D1 en Economía) ICEE 3,764

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, E. Fraj-Andrés; M.E. López-Pérez e I. Melero-Polo**

**TITULO:** Is Corporate Social Responsibility a commercial concern?

**AÑO: 2011**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Business Ethics in the Twenty First Century*, Volumen 2, págs. 95-110. SPI (Q2). Editorial NOVA.

---

## ARTÍCULOS ACADÉMICOS

**AUTORES (p.o. de firma): Farjas-Ramo, C., Herrando-Soria, C., & Melero-Polo, I.**

**TITULO:** Customer Experience and Chatbots Disruption: Current Landscape and Research Needs

**AÑO: 2026**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *The Service Industries Journal*

DOI: 10.1080/02642069.2025.2575165

**JCR Impact factor (2024): 7.4, Q1 (36/420) Management**

---

**AUTORES (p.o. de firma): Lily (Xuehui) Gao, Iguácel Melero-Polo, & F. Javier Sese**

**TITULO:** The role of customer experience dimensions in expanding customer–firm relationships: A customer expansion journey approach

**AÑO: 2025**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Retailing*

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2025.05.004>

**JCR Impact factor (2024): 10.2, D1 (12/316) Business**

---

**AUTORES (p.o. de firma): L. (Xuehui). Gao, M. E. López-Pérez, I. Melero-Polo, y A. Trifu**

**TITULO:** Ask ChatGPT First! Transforming Learning Experiences in the Age of Artificial Intelligence

**AÑO: 2024**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Studies in Higher Education*, 1–25.

<https://doi.org/10.1080/03075079.2024.2323571>

**JCR Impact factor (2024): 3.2, Q1 (79/756) Education & Educational Research**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, M. E. López-Pérez, I. Melero-Polo, L. Pérez y E. M. Tejada-Tejada**

**TITULO:** Smart innovations for sustainable cities: Insights from a public-private innovation ecosystem

**AÑO: 2024**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.

DOI: 10.1002/csr.2660

**JCR Impact factor (2024): 9.1, D1 (15/316) Business.**

---

**AUTORES** (*p.o. de firma*): **L. (Xuehui). Gao, E. de Haan, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**  
**TITULO:** Winning your customers' minds and hearts: Disentangling the effects of lock-in and affective customer experience on retention  
**AÑO:** **2023**  
**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of the Academy of Marketing Science.*  
**JCR 2023: 9.5, D1 (14/302) Business.**

---

**AUTORES** (*p.o. de firma*): **Cambra-Fierro, Jesus; Fuentes-Blasco, María; Gao, Lily (Xuehui); López-Pérez, María Eugenia; Melero-Polo, Iguácel**  
**TITULO:** Links between communication and tourist destination perception: A heterogeneity analysis during the early pandemic reopening stage in China  
**AÑO:** **2022**  
**REF. REVISTA/LIBRO:** *Asia Pacific Journal of Tourism Research.*  
**JCR 2022: 5, Q2 (19/58) Hospitality, Leisure, Sports & Tourism.**

---

**AUTORES** (*p.o. de firma*): **J. Cambra-Fierro, M. Fuentes-Blasco, L. (Xuehui) Gao, I. Melero-Polo y A. Trifu**  
**TITULO:** The influence of communication in destination imagery during COVID-19  
**AÑO:** **2022**  
**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102817.  
**JCR 2022: 10.4, Q1 (19/154) Business.**

---

**AUTORES** (*p.o. de firma*): **Gao, Lily (Xuehui); Melero-Polo, Iguácel; Ruz-Mendoza, Miguel; Trifu, Andreea**  
**TITULO:** Exploring the role of service touchpoints on the path to financial, behavioral and relational customer outcomes: insights from a B2B service context  
**AÑO:** **2022**  
**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Business and Industrial Marketing*  
**JCR 2022: 3.1, Q3 (110/154) Business.**

---

**AUTORES** (*p.o. de firma*): **Cambra-Fierro, J.; Gao, Lily (Xuehui); López-Pérez, M. E.; Melero-Polo, Iguácel**  
**TITULO:** How Do Macro-environmental Factors Impact Customer Experience? A Refined Typology, Integrative Framework, and Implications  
**AÑO:** **2022**  
**REF. REVISTA/LIBRO:** *The Service Industries Journal*  
**JCR 2022: 9.4, Q1 (29/227) Management.**

---

**AUTORES** (*p.o. de firma*): **Cambra-Fierro, J.; Gao, Lily (Xuehui); Melero-Polo, Iguácel; Patrício, L.**  
**TITULO:** Theories, Constructs, and Methodologies to Study COVID-19 in the Service Industries  
**AÑO:** **2022**  
**REF. REVISTA/LIBRO:** *The Service Industries Journal*  
**JCR 2022: 9.4, Q1 (29/227) Management.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, L (Xuehui) Gao, e I. Melero-Polo**

**TITULO:** The power of social influence and customer–firm interactions in predicting non-transactional behaviors, immediate customer profitability, and long-term customer value

**AÑO: 2021**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Business Research*, 125, 103-119.

**JCR 2021: 10.969, D1 (17/154) Business.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, L (Xuehui) Gao, I. Melero-Polo y A. Trifu**

**TITULO:** How do firms handle variability in customer experience? A dynamic approach to better understanding customer retention

**AÑO: 2021**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102578.

**JCR 2021: 10.972, D1 (16/154) Business.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): M. A. Ruz-Mendoza, J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo, y A. Trifu**

**TITULO:** Standardized vs. customized firm-initiated interactions: Their effect on customer gratitude and performance in a B2B context

**AÑO: 2021**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Business Research*, 133, 341-353.

**JCR 2021: 10.969, D1 (17/154) Business.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): L (Xuehui). Gao, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** Multichannel Integration along the Customer Journey: A Systematic Review and Research Agenda

**AÑO: 2020**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *The Service Industries Journal*, Vol. 40, Issue 15-16, 1087-1118.

**JCR 2020: 6.539 (54/226) Q1, Management.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): L (Xuehui). Gao, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** Customer Equity Drivers, Customer Experience Quality, and Customer Profitability in Banking Services: The Moderating Role of Social Influence

**AÑO: 2020**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Service Research* 23 (2), 174-193.

**JCR 2020: 10.667 (8/153) Q1, Business. PRIMER DECIL.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo, L. Patrício y F. Javier Sese**

**TITULO:** Channel habits and the development of successful customer–firm relationships in Services

**AÑO: 2020**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Service Research*, 23 (4), 456-475.

**JCR 2020: 10.667 (8/153) Q1, Business. PRIMER DECIL.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Matute-Vallejo e I. Melero-Polo**

**TITULO:** Understanding online business simulation games: the role of flow experience, perceived enjoyment and personal innovativeness

**AÑO: 2019**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Australasian Journal of Educational Technology*, Vol. 35 (3).

**JCR 2019: 1.956 (95/263). Q2, Education & Educational Research.**

**SJR 2019: 0,915; Q1 SCOPUS.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): M. E. López Pérez, I. Melero-Polo, R. Vázquez-Carrasco y J. Cambra-Fierro**

**TITULO:** Sustainability and business outcomes in the context of SMEs: comparing family firms Vs non-family firms

**AÑO: 2019**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Sustainability*, Vol. 10. nº 11, p. 4080.

**JCR 2019: 2.592 (120/265), Q2, Environmental Sciences**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, L (Xuehui). Gao, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** What drives consumers' active participation in the online channel? Customer equity, experience quality, and relationship proneness

**AÑO: 2019**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 35, 100855.

<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100855>

**JCR 2019: 3.824 (34/156), Q1 Computer Science.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** CUSTOMER VALUE CO-CREATION OVER THE RELATIONSHIP LIFE CYCLE

**AÑO: 2018**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Service Theory & Practice*, Vol. 28, Issue: 3, pp.336-355.

**JCR 2018: 2.363 (101/217), Q2 Management; (70/147), Q2 Business.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo, F. Javier Sese y Jenny van Doorn**

**TITULO:** CUSTOMER–FIRM INTERACTIONS AND THE PATH TO PROFITABILITY: A CHAIN-OF-EFFECTS MODEL

**AÑO: 2018**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Service Research*, Vol 21, Issue 2, pp. 201-218.

**JCR 2018: 4.071 (29/147) Q1, Business**

---

**AUTORES (p.o. de firma): Bravo, R., Cambra-Fierro, J., Centeno, E. y Melero-Polo, I.**

**TITULO:** THE IMPORTANCE OF BRAND VALUES IN FAMILY BUSINESS

**AÑO: 2017**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Journal of Evolutionary Studies in Business*, Vol. 2 (2), págs 16-43.

Indexada en DOAJ, Dialnet, Latindex, Google Scholars, RACO.

---

**AUTORES (p.o. de firma): M. E. López Pérez e I. Melero-Polo**

**TITULO:** IDENTIFYING LINKS BETWEEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND REPUTATION. SOME CONSIDERATIONS FOR FAMILY FIRMS

**AÑO: 2017**

*REF. REVISTA/LIBRO: Journal of Evolutionary Studies in Business*, Vol. 2 (2), págs 191-230.  
Indexada en DOAJ, Dialnet, Latindex, Google Scholars, RACO.

---

**AUTORES (p.o. de firma): M. E. López, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** DOES SPECIFIC CSR TRAINING FOR MANAGERS IMPACT SHAREHOLDER VALUE? IMPLICATIONS FOR EDUCATION IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**AÑO: 2017**

*REF. REVISTA/LIBRO: Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 24 (5), pp. 435-448.

**JCR 2017: 4.918, Q1 (17/209) Management.** Esta revista se sitúa en el primer decil de su categoría.

---

**AUTORES (p.o. de firma): M. E. López, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** MANAGEMENT FOR SUSTAINABILITY AND ITS IMPACT ON FIRM VALUE IN THE SMES CONTEXT: DOES SIZE MATTER?

**AÑO: 2017**

*REF. REVISTA/LIBRO: Business Strategy and the Environment*, Vol. 26 (7), 985-999.

**JCR 2017: 5.355, Q1 (14/209) Management.** Esta revista se sitúa en el primer decil de su categoría.

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** ONLINE CUSTOMER INITIATED CONTACTS AND THE DEVELOPMENT OF PROFITABLE RELATIONSHIPS

**AÑO: 2017**

*REF. REVISTA/LIBRO: Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 26, pp. 13-22.

**JCR 2017: 2.582 (58/140) Q2, Computer Science, Information Systems.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro e I. Melero-Polo**

**TITULO:** COMPLAINT-HANDLING AS ANTECEDENT OF CUSTOMER ENGAGEMENT: DO CONSUMER CHARACTERISTICS MATTER?

**AÑO: 2017**

*REF. REVISTA/LIBRO: Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 35, Issue 2, pp. 277-295.

**SJR 2017: 0.58, Q2 Marketing.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): I. Melero-Polo y Montaner-Gutiérrez T.**

**TITULO:** CAUSE-RELATED MARKETING: AN EXPERIMENTAL STUDY ABOUT HOW THE PRODUCT TYPE AND THE PERCEIVED FIT MAY INFLUENCE THE CONSUMER RESPONSE

**AÑO: 2016**

*REF. REVISTA/LIBRO: European Journal of Management and Business Economics*, Vol. 25 (3), págs 161-167.

**SJR 2016: 0.173, Q3 Marketing.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): I. Melero-Polo, F. Javier Sese y P. Verhoef**

**TITULO:** RECASTING THE CUSTOMER EXPERIENCE IN TODAY'S OMNI-CHANNEL ENVIRONMENT

**AÑO: 2016**

*REF. REVISTA/LIBRO: Universia Business Review, Vol. 2, págs. 18-37.*

**SJR 2016: 0.169, Q3 Marketing.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** CAN COMPLAINT-HANDLING EFFORTS PROMOTE CUSTOMER ENGAGEMENT?

**AÑO: 2016**

*REF. REVISTA/LIBRO: Service Business, Vol. 10 (4), págs. 847-866.*

**JCR 2016: 1.812, Q2 (91/193) Management.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, W. Kamakura, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** ARE MULTICHANNEL CUSTOMERS REALLY MORE VALUABLE? AN ANALYSIS OF BANKING SERVICES

**AÑO: 2016**

*REF. REVISTA/LIBRO: International Journal of Research in Marketing, Vol. 33, págs. 208–212.*

**JCR 2016: 1.775, Q3 (71/121) Business.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** Does the nature of the relationship really matter? An analysis of the roles of loyalty and involvement in service recovery processes

**AÑO: 2015**

*REF. REVISTA/LIBRO: Service Business, Vol. 9 (2), págs 297-320.*

**JCR 2015: 0,985, Business 84/120.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): E. Fraj-Andrés; J. Matute-Vallejo e I. Melero-Polo**

**TITULO:** ENVIRONMENTAL STRATEGIES AND ORGANIZATIONAL COMPETITIVENESS IN THE HOTEL INDUSTRY: THE ROLE OF LEARNING AND INNOVATION AS DETERMINANTS OF ENVIRONMENTAL SUCCESS

**AÑO: 2015**

*REF. REVISTA/LIBRO: Tourism Management, Vol. 46, págs. 30-42.*

**JCR 2015: 3,140, Q1, Management 23/192.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** A CONTINGENCY FRAMEWORK FOR A PROFITABLE COMPLAINT MANAGEMENT

**AÑO: 2015**

*REF. REVISTA/LIBRO: Journal of Retailing, Vol. 91 (1), págs. 109-124.*

**JCR 2015: 2,014, Q2 Business 43/120.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** From Dissatisfied Customers to Evangelists of the Firm: A Study of the Spanish Mobile Service Sector

**AÑO: 2014**

*REF. REVISTA/LIBRO: Business Research Quarterly, Vol. 17, págs. 191-204.*

**JCR 2014: 0.293, Business 105/115**

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y R. Vázquez-Carrasco**

**TITULO:** The role of frontline employees in customer engagement.

**AÑO: 2014**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, Vol. 18, págs. 67-77.

---

**AUTORES (p.o. de firma): E. Fraj-Andrés; J. Matute-Vallejo e I. Melero-Polo**

**TITULO:** El aprendizaje y la innovación como determinantes del desarrollo de una capacidad de gestión medioambiental proactiva

**AÑO: 2013**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresa*, Vol. 16 (3), págs. 180-193.

**JCR 2013: 0.286, Business 100/110**

---

**AUTORES: J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y R. Vázquez-Carrasco**

**TITULO:** Customer engagement: innovation in non-technical marketing processes

**AÑO: 2013**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Innovation. Management Policy & Practice*, Vol. 15 (3), págs. 326-336.

**JCR 2013: 0.439, Management 147/172**

---

**AUTORES (p.o. de firma): E. Fraj-Andrés; M.E. López-Pérez; I. Melero-Polo y R.**

**Vázquez-Carrasco**

**TITULO:** Company Image and Corporate Social Responsibility: talking with SME Managers

**AÑO: 2012**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 30 (2), págs. 266-280.

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** Aproximación al concepto de *engagement*: un estudio exploratorio en el sector de la telefonía móvil

**AÑO: 2012**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Universia Business Review*, Vol. 33 (1), págs. 84-103.

**JCR 2012: 0.138, Business**

---

**AUTORES (p.o. de firma): I. Buil-Carrasco, I. Melero-Polo y T. Montaner-Gutiérrez**

**TITULO:** La estrategia de marketing con causa: factores determinantes de su éxito

**AÑO: 2012**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Universia Business Review*, Vol. 36 (4), págs. 90-107.

**JCR 2012: 0.138, Business**

---

## CONGRESOS DE INVESTIGACIÓN

---

**AUTORES:** *Melero-Polo, I., Pérez-López, R., & Romeo-Lavilla, D.*

**TÍTULO:** The double-edged sword of loving Replika: An empirical study

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXXVI International Marketing Conference AEMARK 2025

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Murcia

**AÑO:** Septiembre, 2025

---

**AUTORES:** *Farjas-Ramo, C., Herrando-Soria, C., & Melero-Polo, I.*

**TÍTULO:** Human After All? Rethinking Customer Experience in Text-Based Chatbots

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXXVI International Marketing Conference AEMARK 2025

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Murcia

**AÑO:** Septiembre, 2025

---

**AUTORES:** *González Vallejo, R., Lucia-Palacios, L., Melero-Polo, I., Pérez-López, R., & Trifú, A.*

**TÍTULO:** CHATGPT's credibility: Its anthropomorphic drivers and its consequences on students' perceived learning

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXXVI International Marketing Conference AEMARK 2025

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Murcia

**AÑO:** Septiembre, 2025

---

**AUTORES:** *Fernández López-Zuazo, I., Gago-García, M., & Melero-Polo, I.*

**TÍTULO:** Designing for student well-being: a marketing-based approach to transform higher education

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXXVI International Marketing Conference AEMARK 2025

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Murcia

**AÑO:** Septiembre, 2025

---

**AUTORES:** *Alexeeva-Alexeev, I., & Melero-Polo, I.*

**TÍTULO:** Beyond reports: What consumers really think about banks' sustainability efforts

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXXVI International Marketing Conference AEMARK 2025

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Murcia

**AÑO:** Septiembre, 2025

---

**AUTORES:** *Melero-Polo, I., Pérez-López, R., & Romeo-Lavilla, D.*

**TÍTULO:** I'M IN LOVE WITH MY REPLIKA: THE FRAGILE LINE BETWEEN EMOTIONAL REFUGE AND PSYCHOLOGICLAD DEPENDENCY

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XII Workshop de Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Teruel.

---

**AÑO: Agosto, 2025**

---

**AUTORES: Farjas-Ramo, C., Herrando-Soria, C., & Melero-Polo, I.**

**TÍTULO:** LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR EN EVOLUCIÓN: UN ENFOQUE EMPÍRICO PARA SU MEDICIÓN EN NUEVOS CONTEXTOS

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XII Workshop de Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Teruel.

**AÑO: Agosto, 2025**

---

**AUTORES: Farjas-Ramo, C., Herrando-Soria, C., & Melero-Polo, I.**

**TÍTULO:** Shaping Customer Experience Through Chatbots: A Study of Trends and Opportunities

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXXIV Congreso Internacional de ACEDE

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Pamplona.

**AÑO: Junio, 2025**

---

**AUTORES: Farjas-Ramo, C., Herrando-Soria, C., & Melero-Polo, I.**

**TÍTULO:** Customer experience in the age of chatbots: The value of humanness social cues

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** 54th Annual Conference of the European Marketing Academy. EMAC Spring Conference 2025

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Pozuelo de Alarcón, Madrid.

**AÑO: Mayo, 2025**

---

**AUTORES: Farjas-Ramo, C., Herrando-Soria, C., & Melero-Polo, I.**

**TÍTULO:** Mapping the Current Landscape and Future Research Needs of CX in the Age of Chatbots

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** 2025 Winter AMA Conference

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Phoenix, EEUU.

**AÑO: Febrero, 2025**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J., Gao, L. X., & Melero-Polo, I.**

**TÍTULO:** To be mechanical or to be human? Analyzing how chatbots reinforce customer experience

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** EMAC ANNUAL CONFERENCE 2024

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Bucharest, Rumanía

**AÑO: Mayo, 2024**

---

**AUTORES: Gao, L. X., Huang, Y., & Melero-Polo, I.**

**TÍTULO:** From Good to Great: Enhancing Customer Experience Quality with Chatbots

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

---

**CONGRESO: XXXIV Congreso Internacional de Marketing, AEMARK**  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN: ESIC University, Madrid**  
**AÑO: Septiembre, 2023**

---

**AUTORES:** *Gao, L. X., Huang, Y., & Melero-Polo, I.*  
**TÍTULO:** The Next Level of Customer experience: How Chatbots Can help?  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** X Workshop de Jóvenes Investigadores (WJI)  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Huesca  
**AÑO:** Agosto, 2023

---

**AUTORES:** *Gao, L. X., De Haan, E., Melero-Polo, I., & Sese, F. J.*  
**TÍTULO:** Social Insights Through Text Mining: Investigating How Book Promotion on Online Reading Communities Improve Literacy  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** The 45th ISMS Marketing Science Conference  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Miami (EEUU)  
**AÑO:** Junio, 2023

---

**AUTORES:** *Cambra-Fierro, J., Gao, L. X., & Melero-Polo, I.*  
**TÍTULO:** Improving Firm Growth Through the Recency, Peak, and Trend Effects of Customer Experience  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** 32nd International Conference ACEDE  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Alicante  
**AÑO:** Junio, 2023

---

**AUTORES:** *Gao, L. X., De Haan, E., Melero-Polo, I., & Sese, F. J.*  
**TÍTULO:** Social Insights through Text Mining: Investigating How Book Promotion on Online Reading Communities Improve Literacy  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** EMAC ANNUAL CONFERENCE 2023  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** University of Southern Denmark, Odense, Dinamarca  
**AÑO:** Mayo, 2023

---

**AUTORES:** *Gao, L. X., Melero-Polo, I., Raithel Sascha & Tang Qiong*  
**TÍTULO:** The Power of CMO in the Digital Age: From a Deep Learning Perspective  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** EMAC ANNUAL CONFERENCE 2023  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Odense, Dinamarca  
**AÑO:** Mayo, 2023

---

**AUTORES:** *Gao, L. X., Melero-Polo, I., & Sese, F. J.*  
**TÍTULO:** Customer Experience Management: Expanding our Understanding of the Drivers and Consequences of Customer Experience  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

---

**CONGRESO:** International Marketing Trends Conference (IMTC 2023)

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** París

**AÑO:** Enero, 2023

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J., Gao, L. X., & Melero-Polo, I.

**TÍTULO:** Decoding the role of impactful customer experiences to fuel firm growth

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** 2nd International Workshop on Current Trends in Customer Experience in the Retail and Services Industries (CTCEX 2022)

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Universidad de Zaragoza (virtual)

**AÑO:** Noviembre, 2022

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J., Gao, L. X., & Melero-Polo, I.

**TÍTULO:** Moving Towards Impactful Customer Experiences to Fuel Firm Growth

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXXIII AEMARK

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Valencia

**AÑO:** Septiembre, 2022

---

**AUTORES:** Jesús Cambra-Fierro; Agapito Dora; María Fuentes-Blasco; Lily (Xuehui) Gao; Mª Eugenia López-Pérez; Iguácel Melero-Polo; Patricia Pinto

**TÍTULO:** LINKS BETWEEN COMMUNICATION AND TOURIST DESTINATION PERCEPTION AFTER COVID- 19 PANDEMIC: A CROSS-NATIONAL STUDY

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXXIII AEMARK

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Valencia

**AÑO:** Septiembre, 2022

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Gao, L.; y Melero-Polo, I.

**TITULO:** Diversity of touch points along a dynamic customer journey loop

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** The 17th International research symposium on service excellence in management (QUIS17)

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Valencia

**AÑO:** Enero, 2022

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Gao, L.; Melero-Polo, I.; y A. Trifu

**TITULO:** Understanding the dynamic patterns of customer experience from a competitive standpoint: Their impact on customer choice

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXXII AEMARK

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Jaén

**AÑO:** Septiembre, 2021

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Gao, L.; Melero-Polo, I.; y A. Trifu

**TITULO:** *The unique role of customer experience variability and market turbulence in customer retention*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** **XXX ACEDE**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** online (organiza Cartagena)

**AÑO:** **Junio, 2021**

---

**AUTORES:** **Gao, L.; de Haan, E.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO:** *Listening to your Customer's Heart or Head? Uncovering the Trade-offs between Customer Experience and Lock-in*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *2021 Academy of Marketing Science Virtual Annual Conference*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** online

**AÑO:** **Junio, 2021**

---

**AUTORES:** **Gao, L.; Melero-Polo, I.; Ruz-Mendoza, M. A. y A. Trifu**

**TITULO:** *Analyzing the Powerful Impact of Touchpoints in a B2B Context*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *2021 Academy of Marketing Science Virtual Annual Conference*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** online

**AÑO:** **Junio, 2021**

---

**AUTORES:** **Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO:** *Capturing the hidden nature of customer relationship expansion: moving from the static to dynamic metrics of customer experience*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *EMAC 2021; ESIC Business & Marketing School*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** online

**AÑO:** **Mayo, 2021**

---

**AUTORES:** **Gao, L.; Melero-Polo, I.; Ruz-Mendoza, M. A. y A. Trifu**

**TITULO:** *Analyzing the reputational and profitable consequences of service touchpoints: A chain of effects model*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *EMAC 2021; ESIC Business & Marketing School*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** online

**AÑO:** **Mayo, 2021**

---

**AUTORES:** **Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO:** *Customer experience spillovers across product categories and the moderating role of lock-in strategies*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *EMAC Doctoral Colloquium*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** online

**AÑO:** **Septiembre, 2020**

---

**AUTORES:** **Gao, L., De Haan, E., Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO:** *Following my heart or my head? Managing customer retention through customer experience and lock-in*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** **EMAC Regional**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** online

**AÑO:** **Septiembre, 2020**

---

**AUTORES:** **Cambra-Fierro, J.; Gao, L. (Xuehui); Melero-Polo, I. y Polo-Redondo, Y.**

**TITULO:** *Are social influence and customer-initiated contacts valuable for firms? Measuring their impact on customer profitability*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *2019 Summer AMA Conference*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** **Chicago, EEUU**

**AÑO:** **Agosto, 2019**

---

**AUTORES:** **Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO:** *Managerial outcomes of customer habits in a multichannel context*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *26th Recent Advances in Retailing and Consumer Science Conference*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** **Tallín, Estonia.**

**AÑO:** **Julio, 2019**

---

**AUTORES:** **Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO:** *CUSTOMER EXPERIENCE SPILLOVERS ACROSS PRODUCT CATEGORIES: A DYNAMIC PERSPECTIVE*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *Marketing Science Conference*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** **Roma, Italia**

**AÑO:** **Junio, 2019**

---

**AUTORES:** **Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO:** *IMPROVING CUSTOMER EXPERIENCE IN E-COMMERCE THROUGH CUSTOMER EQUITY: THE MODERATING ROLE OF RELATIONSHIP PRONENESS*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *XXIX ACEDE*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** **A Coruña, España**

**AÑO:** **Junio, 2019**

---

**AUTORES:** **Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I.; Patricio, L. y Sesé-Oliván,**

**TITULO:** *Habits in Channel Choices and their Impact on Purchase Behavior*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *EMAC 2019*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** **Hamburgo, Alemania**

**AÑO:** **Mayo, 2019**

---

**AUTORES:** **Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO:** *Social Influence and the Customer Experience*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: AEMARK 2018**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Barcelona, España**

**AÑO: Septiembre, 2018**

---

**AUTORES: Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO: Multichannel Integration and the Customer Experience: Theoretical Perspective and Future Prospects**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: VI Workshop Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa 2018**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Teruel, España**

**AÑO: Agosto, 2018**

---

**AUTORES: Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO: Equity Drivers and the Customer Experience**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: China International Marketing Conference 2018**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Shanghai, China**

**AÑO: Julio, 2018**

---

**AUTORES: Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese**

**TITULO: Multichannel Integration and the Customer Experience**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: ICORIA 2018**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Valencia, España**

**AÑO: Junio, 2018**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO: RELATIONSHIP QUALITY AND VALUE CO-CREATION: IMPLICATIONS FOR CUSTOMER MANAGEMENT**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: XXVIII ACEDE**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Valladolid, España**

**AÑO: Junio, 2018**

---

**AUTORES: Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese.**

**TITULO: Equity Drivers and the Customer Experience: The Moderating Role of Social Influence**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: EMAC 2018**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Glasgow, Reino Unido**

**AÑO: Mayo, 2018**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. Polo-Redondo, Y. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO: THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER-INITIATED CONTACTS IN THE FIRMS' PROFITABILITY: AN ANALYSIS IN THE E-COMMERCE**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: International Conference of Internet Studies (NETs 2018).**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Takamatsu**

**AÑO: Abril, 2018**

---

**AUTORES: Gao, L.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO: The Impact of Multichannel Integration on the Customer Experience**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: 17th International Marketing Trends Conference**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: París**

**AÑO: Enero, 2018**

---

**AUTORES: Gao, L.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO: Equity drivers and the customer experience**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: XXIX AEMARK**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Sevilla**

**AÑO: Septiembre, 2017**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO: The role of social effects and perceived risk in driving profitable online customer interactions**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: XXIX AEMARK**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Sevilla**

**AÑO: Septiembre, 2017**

---

**AUTORES: Gao, L.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO: Equity Drivers and the Customer Experience: The Role of Social Effects**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: V Workshop de Jóvenes Investigadores**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Jaca**

**AÑO: Septiembre, 2017**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO: Proactive customers: the impact of online interactions on performance**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: XXVII ACEDE**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Aranjuez**

**AÑO: Junio, 2017**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO: Why do customers co-create? An empirical analysis from a dynamic perspective**

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: 15th International Research Symposium on Service Excellence in Management (QUIS 15)**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Oporto, Portugal

**AÑO:** Junio, 2017

---

**AUTORES:** Gao, L.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *Equity Drivers and the Customer Experience: The Role of Social Effects*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** *22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza

**AÑO:** Mayo, 2017

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *The roles of perceived risk and involvement to understand customer perceptions after interactions*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** *XXVIII AEMARK*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** León

**AÑO:** Septiembre, 2016

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *The relationship between interactions and customer perceptions depending on the perceived risk and involvement*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** *IV Workshop de Jóvenes Investigadores*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Huesca

**AÑO:** Septiembre, 2016

---

**AUTORES:** Melero-Polo, I. y Matute-Vallejo, J.

**TITULO:** *Evaluating the success of online business simulation games: an extended technology acceptance model with enjoyment, flow experience and personal innovativeness*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** *XXVI ACEDE*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Vigo

**AÑO:** Junio, 2016

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *The varying influence of relationship quality on customer co-creation over the relationship life-cycle*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** *XXVI ACEDE*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Vigo

**AÑO:** Junio, 2016

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *Customer co-creation over the relationship life cycle*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** *38<sup>th</sup> ISMS Marketing Science Conference*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Shanghai (China)

**AÑO:** Junio, 2016

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** Customer co-creation: Does the stage of the life-cycle matter?

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** 45th EMAC

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Oslo (Noruega)

**AÑO:** Mayo, 2016

---

**AUTORES:** Melero-Polo, I. y Matute-Vallejo, J.

**TITULO:** Predicting students' attitudes and behavioral intentions towards an online business simulation game: the role of enjoyment, flow experience and innovativeness

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** 45th EMAC

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Oslo (Noruega)

**AÑO:** Mayo, 2016

---

**AUTORES:** Melero-Polo, I.

**TITULO:** Analysis of customer-firm interactions as determinants of consumer relational perceptions, behaviors and profitability

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXVII AEMARK

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Pamplona

**AÑO:** Septiembre, 2015

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** Analysis of customer co-creation over the relationship life cycle

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXVII AEMARK

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Pamplona

**AÑO:** Septiembre, 2015

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** Customer-firm interactions and the path to profitability: A chain of effects model

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XXV ACEDE

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Jaén

**AÑO:** Junio, 2015

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I., Sesé-Oliván, J. y van Doorn, J.

**TITULO:** From interactions to customer profits: A causal Path

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** 44th EMAC

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Lovaina (Bélgica)

**AÑO:** Mayo, 2015

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *Managing customer initiated contacts: the impact on customer profitability*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *XXVI AEMARK*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** *Elche*

**AÑO:** *Septiembre, 2014*

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *Can service recovery efforts promote customer engagement? The mediating role of satisfaction*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *XXIV ACEDE*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** *Castellón*

**AÑO:** *Septiembre, 2014*

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *Measuring customer engagement after service recovery processes*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *II Workshop Jóvenes Investigadores*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** *Huesca*

**AÑO:** *Septiembre, 2014*

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *A contingency approach for a profitable complaint management*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *43rd EMAC*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** *Valencia*

**AÑO:** *Mayo, 2014*

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Vázquez-Carrasco, R.

**TITULO:** *El papel de los empleados de primera línea en el engagement de clientes*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *XXV AEMARK*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** *Barcelona*

**AÑO:** *Septiembre, 2013*

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *Managing complaints to improve customer profitability*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *XXIII ACEDE*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** *Málaga*

**AÑO:** *Septiembre, 2013*

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.

**TITULO:** *Complaint handling as a key tool to improve customer profitability*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *I Workshop Jóvenes Investigadores*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Teruel

**AÑO:** Septiembre, 2013

---

**AUTORES:** **Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, F. J.**

**TITULO:** *Integrating Relationship Marketing Activities into Organizational Complaint Handling*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *35<sup>th</sup> Marketing Science Conference*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Estambul, Turquía

**AÑO:** Julio, 2013

---

**AUTORES:** **Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, F. J.**

**TITULO:** *Managing complaints to improve customer profitability*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *42nd EMAC*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Estambul, Turquía

**AÑO:** Junio, 2013

---

**AUTORES:** **Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, F. J.**

**TITULO:** *Loyalty and involvement in service recovery processes*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *XII International Marketing Trends Conference*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** París, Francia

**AÑO:** Enero, 2013

---

**AUTORES:** **Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO:** *Customer Engagement tras un proceso de recuperación del servicio: ¿Influyen las características de los consumidores?*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *XXII ACEDE*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Cádiz

**AÑO:** Septiembre, 2012

---

**AUTORES:** **Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO:** *¿Importa la naturaleza de la relación? Análisis del papel de la lealtad y la implicación en los procesos de recuperación del servicio.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO:** *XXIV AEMARK*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Mallorca

**AÑO:** Septiembre, 2012

---

**AUTORES:** **Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Vázquez-Carrasco, R.**

**TITULO:** *Customer engagement: innovación en procesos de marketing no técnicos.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** **Ponencia**

**CONGRESO: XXIV AEMARK**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Mallorca**

**AÑO: Septiembre, 2012**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO:** *Customer Engagement after a Service Recovery Process: Evidence from the Mobile Communications Market.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: EIRASS**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Viena, Austria**

**AÑO: Julio, 2012**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO:** *The effect of service recovery processes on customer engagement.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: 41st EMAC**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Lisboa, Portugal**

**AÑO: Mayo, 2012**

---

**AUTORES: Fraj-Andrés, E.; Matute-Vallejo, J. y Melero-Polo, I.**

**TITULO:** *Environmental proactivity, learning orientation and innovativeness: building a path to corporate success.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: 41st EMAC**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Lisboa, Portugal**

**AÑO: Mayo, 2012**

---

**AUTORES: Buil, I., Melero, I. y Montaner, T.**

**TITULO:** *La respuesta cognitiva, afectiva y comportamental del consumidor hacia las campañas de marketing con causa: el efecto del ajuste y del tipo de producto.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: XI International Marketing Trends Conference**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Venecia, Italia**

**AÑO: Enero, 2012**

---

**AUTORES: Melero-Polo, I. y Sesé- Oliván, Javier.**

**TITULO:** *El engagement de los clientes aplicado al contexto pyme español.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: II Jornadas Iniciativas Empresariales, PYMES y Empresa Familiar**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Sevilla**

**AÑO: Noviembre, 2011**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J.; Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J.**

**TITULO:** *Engagement de clientes como consecuencia de procesos de recuperación del servicio: efecto de la severidad del fallo.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: XXIII AEMARK**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Castellón**

**AÑO: Septiembre, 2011**

---

**AUTORES: Fraj-Andrés, E.; Matute-Vallejo, J. y Melero-Polo, I.**

**TITULO:** *El aprendizaje y la innovación como capacidades determinantes de la proactividad medioambiental: un estudio en el sector hotelero.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: XXIII AEMARK**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Castellón**

**AÑO: Septiembre, 2011**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J.; e I. Melero-Polo**

**TITULO:** *Key Notions for the successfully management of the demand-supply chains: the case of Carrefour Spain.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: Academy of Marketing 2010 Conference**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Coventry, Reino Unido.**

**AÑO: Julio, 2010**

---

**AUTORES: Cambra-Fierro, J. e I. Melero-Polo**

**TITULO:** *Key Notions for the successfully management of the demand-supply chains.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia**

**CONGRESO: 2010 European Applied Business Research Conference**

**LUGAR DE CELEBRACIÓN: Dublín, Irlanda**

**AÑO: Junio, 2010**

---

## **ESTANCIAS EN CENTROS NACIONALES Y EXTRANJEROS**

Clave D=doctorado, P=postdoctoral. Y= invitado, C=contratado, O=otras (especificar)

---

**CENTRO:** Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia

**LOCALIDAD:** Valencia

**PAIS:** España

**AÑO:** 2020

**DURACIÓN:** 01-12-2019 hasta 29-02-2020

**TEMA:** Estancia de Investigación Post-doctoral

**CLAVE:** P

**SUPERVISOR:** Natalia Vila e Inés Kuster

---

**CENTRO:** Faculty of Engineer

**LOCALIDAD:** Oporto

**PAIS:** Portugal

**AÑO:** 2017

**DURACIÓN:** 15-05-2017 hasta 30-09-2017

**TEMA:** Estancia de Investigación Post-Doctoral

**CLAVE:** P

**SUPERVISOR:** Lia Patrício

---

**CENTRO:** Departamento de Marketing de la Facultad de Económicas de la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla)

**LOCALIDAD:** Sevilla

**PAIS:** España

**AÑO:** 2015

**DURACIÓN:** 01-06-2015 hasta 01-09-2015

**TEMA:** Estancia de Investigación Post-doctoral

**CLAVE:** D

**SUPERVISOR:** Jesús Cambra Fierro

---

**CENTRO:** Faculty of Economics and Business. Department of Marketing

**LOCALIDAD:** Groningen

**PAIS:** Holanda

**AÑO:** 2013

**DURACIÓN:** 01-05-2013 hasta 01-08-2013

**TEMA:** Estancia de Investigación Pre-doctoral

**CLAVE:** D

**SUPERVISOR:** Jenny van Doorn

---

**CENTRO:** Marketing Center Münster, University of Münster

**LOCALIDAD:** Münster

**PAIS:** Alemania

**AÑO:** 2013

**DURACIÓN:** 01-01-2013 hasta 31-01-2013

**TEMA:** Estancia de Investigación Pre-doctoral

**CLAVE:** D

**SUPERVISOR:** Manfred Krafft

---

**CENTRO:** Departamento de Marketing de la Facultad de Económicas de la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla)

**LOCALIDAD:** Sevilla

**PAIS:** España

**AÑO:** 2012

**DURACIÓN:** 01-03-2012 hasta 01-07-2012

**TEMA:** Estancia de Investigación Pre-doctoral

*CLAVE: D*

**SUPERVISOR: Jesús Cambra Fierro**

---

## PREMIOS DE INVESTIGACIÓN

---

Lily (Xuehui) Gao, Evert de Haan, Iguácel Melero-Polo, y F. Javier Sesé **HAN RECIBIDO EL PREMIO AEMARK AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN PUBLICADO EN 2023 (AEMARK, 2024)** por el artículo titulado: “Winning your customers’ minds and hearts: Disentangling the effects of lock-in and affective customer experience on retention”. Cuenca, septiembre de 2024.

---

Jesús Cambra-Fierro, Lily (Xuehui) Gao, e Iguácel Melero-Polo **HAN RECIBIDO EL PREMIO AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN DE LA SECCIÓN DE MARKETING DEL XXXII CONGRESO INTERNACIONAL DE ACEDE 2023** por el artículo titulado: “Improving Firm Growth through the Recency, Peak, and Trend Effects of Customer Experience”. Alicante, junio de 2023.

---

Jesús Cambra-Fierro, Lily (Xuehui) Gao, e Iguácel Melero-Polo **HAN RECIBIDO EL ACCÉSIT AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN DEL XXXIII CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AEMARK** por el artículo titulado: “The power of social influence and customer-firm interactions in predicting non-transactional behaviors, immediate customer profitability, and long-term customer value” que concede la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK. Valencia, septiembre de 2022.

---

Jesús Cambra-Fierro, Iguácel Melero-Polo, Lia Patrício y F. Javier Sese **HAN RECIBIDO EL ACCÉSIT AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN** por el artículo titulado: “Channel Habits and the Development of Successful Customer-Firm Relationships in Services” que concede la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK. Jaén, septiembre de 2021.

---

**PREMIO RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN DE LA SECCIÓN DE MARKETING DEL XXX CONGRESO DE ACEDE** por el artículo titulado: “THE UNIQUE ROLE OF CUSTOMER EXPERIENCE VARIABILITY AND MARKET TURBULENCE IN CUSTOMER RETENTION”, realizado por: Cambra-Fierro, J., Gao, Xuehui (Lily), Melero-Polo, I. y Trifu, A. León, junio de 2021.

---

Accésit en el área de *Marketing y Publicidad* del PREMIO ESTUDIOS FINANCIEROS 2019 convocado anualmente por el CEF, con carácter nacional, y con el fin de “reconocer y estimular la labor creadora y de investigación, y valorando su carácter práctico”, por el trabajo “La experiencia del cliente como modelo de negocio en la era digital: El caso del sector financiero”. Julio de 2019.

---

El proyecto “El Consumo Responsable desde la perspectiva del Joven Consumidor: Un análisis sobre el Desperdicio de Alimentos en Aragón”, **premiado como Mejor Proyecto de Investigación en materia de consumo responsable**, en el marco del Convenio de Colaboración suscrito entre el Gobierno de Aragón y la Universidad de Zaragoza para la realización de actuaciones de educación y formación para un consumo responsable durante el año 2018. A fecha de abril de 2019.

---

**First prize of “Best Student Paper Award” in China Marketing International Conference 2018. PREMIO CMIC AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN** (CONVOCATORIA 2018) por el artículo titulado: “Equity Drivers and the Customer Experience: The role of Social Influence”, realizado por: Gao, L., Melero-Polo, I. y Sese, F. J. Shanghai, julio de 2018.

---

**PRIMER ACCÉSIT DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CENTROS Y PARQUES COMERCIALES (AECC) A LA MEJOR TESIS DOCTORAL defendida entre el 1 de enero de 2014 y el 31 de diciembre de 2015**, Alicante 2016.

Dotación económica: 1.000€

---

**PREMIO AEMARK AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN PUBLICADO EN 2015** (XXVIII AEMARK, CONVOCATORIA 2016) por el artículo titulado: “Managing complaints to improve customer profitability”, realizado por: Cambra-Fierro, J., Melero-Polo, I. y Sese, F. J. León, septiembre de 2016.

---

**FINALISTA DEL PREMIO NOVEL DEL CONGRESO NACIONAL DE ACEDE** por la ponencia titulada: “The varying influence of relationship quality on customer co-creation over the relationship life-cycle”. Vigo, junio de 2016.

---

**COMUNICACIÓN FINALISTA DEL XXVI CONGRESO NACIONAL DE ACEDE** por la ponencia titulada: “Evaluating the success of online business simulation games: An extended Technology Acceptance Model with enjoyment, flow experience and personal innovativeness”, presentada por: Matute-Vallejo, J. e Melero-Polo. Vigo, junio de 2016.

---

**COMUNICACIÓN FINALISTA DE LA SECCIÓN DE MARKETING DEL XXVI CONGRESO NACIONAL DE ACEDE** por la ponencia titulada: “Evaluating the success of online business simulation games: An extended Technology Acceptance Model with enjoyment, flow experience and personal innovativeness”, presentada por: Matute-Vallejo, J. e Melero-Polo. Vigo, junio de 2016.

---

**PREMIO EXTRAORDINARIO DE DOCTORADO en la rama de CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS** concedido por la Comisión Permanente del Consejo de Gobierno de la Universidad a fecha 23 de febrero de 2016.

---

**PREMIO AEMARK A LA MEJOR TESIS DOCTORAL (CONVOCATORIA 2015)** titulada: “Analysis of customer-firm interactions as determinants of consumer relational perceptions, behaviors and profitability”, realizada por: Melero-Polo, I. Pamplona, septiembre de 2015. XXVII AEMARK.

Dotación económica: 3.000€

---

**COMUNICACIÓN FINALISTA DE LA SECCIÓN DE MARKETING DEL XXV CONGRESO NACIONAL DE ACEDE** por la ponencia titulada: “Customer-firm interactions and the path to profitability: a chain of effects model”, presentada por: Cambra-Fierro, J., Melero-Polo, I., Sese, F. J. y van Doorn, J. Jaén, junio de 2015.

---

**COMUNICACIÓN SELECCIONADA ENTRE LAS 20 MEJORES DEL 43<sup>rd</sup> CONGRESO EUROPEAN MARKETING ACADEMY** por la ponencia titulada: “A contingency approach for a profitable complaint management”, presentada por: Cambra-Fierro, J., Melero-Polo, I. y Sese, F. J. Valencia, Junio de 2014.

---

**COMUNICACIÓN GANADORA DEL PREMIO DE LA SECCIÓN DE MARKETING** por la ponencia titulada: “Managing complaints to improve customer profitability”, presentada por: Cambra-Fierro, J., Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, J., en el XXIII Congreso Nacional de ACEDE. Málaga, Septiembre de 2013.

---

**MENCIÓN DE CALIDAD** a la ponencia titulada: “El *engagement* de los clientes aplicado al contexto pyme español”, presentada por: Melero-Polo, I. y Sesé-Oliván, Javier, en las **II Jornadas Iniciativas Empresariales, PYMES y Empresa Familiar**, organizadas por el Departamento de Dirección de Empresas de la Universidad Pablo de Olavide. Sevilla, Noviembre de 2011.

---

Miembro Titular de la Comisión de Selección de Profesores Asociados del Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Curso 2023-2024.

---

Miembro Titular de la Comisión de Selección de Profesores Ayudantes Doctores, Profesores Interinos, Interinos de Urgencia, Sustitutos y Profesores Asociados del Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Curso 2022-2023.

---

Miembro Titular del Tribunal de pruebas evaluación, revisión y reclamación de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza durante los cursos 2022-2023 y 2023-2024 (nombramiento desde noviembre del 2022 hasta la actualidad).

---

Miembro Titular de los Tribunales TFM Dirección, Estrategia y Marketing durante los cursos 2022-2023 y 2023-2024 (nombramiento desde noviembre del 2022).

---

Comité Organizador del ***II International Workshop on Current Trends in Customer Experience in the Retail and Services Industries (CTCEX 2022)***, organizado de forma virtual por el Grupo de Investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Noviembre, 2022.

---

Comité Organizador del ***I International Workshop on Current Trends in Customer Experience in the Retail and Services Industries (CTCEX 2021)***, organizado de forma virtual por el Grupo de Investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Octubre, 2021.

---

Comité Organizador del ***I Virtual International Workshop titulado: “Smart Service Innovation along the Customer Journey in the new age of technology”***, organizado por el Grupo de Investigación Generés por parte de la Universidad de Zaragoza, y por la profesora Lia Patrício por parte de la Faculdade de Engenharia de la Universidad do Porto. Mayo, 2021.

---

Comité Organizador del congreso de investigación: ***20th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution***, organizado por parte del Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados, de la Universidad de Zaragoza. Julio, 2019.

---

Secretaria de la Sección de Marketing del congreso de ACEDE (Junio 2017- Junio 2019).

---

---

Coordinadora del Seminario “A MULTILEVEL UNDERSTANDING OF THE CUSTOMER EXPERIENCE”, organizado por el Grupo Generés de la Universidad de Zaragoza. Febrero de 2018.

---

Coordinadora del Seminario “MULTICHANNEL MARKETING: RECASTING THE CUSTOMER EXPERIENCE”, organizado por el Grupo Generés de la Universidad de Zaragoza. Mayo de 2016.

---

Coordinadora del Seminario de Modelos de Elección organizado por el Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza (Octubre, 2014).

---

Coordinadora de las VII Jornadas de Marketing realizadas por el Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza (Abril, 2014).

---

Miembro de la Comisión Permanente de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza (Abril 2013- Octubre 2014).

---

Miembro de la Comisión de Garantía de la Calidad de los Másteres Oficiales de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza (Junio-Noviembre 2011), en representación de los alumnos de tercer ciclo.

---

### **EDITORIA ASOCIADA DE REVISTAS INTERNACIONALES**

---

UCJC Business and Society Review (Sección de Marketing) (JCR=0.06 (Q4 en BUSINESS (posición 264/285)) (Q3 en Scopus). Marzo 2021-Noviembre 2021.

---

### **EQUIPO EDITORIAL DE REVISTAS INTERNACIONALES**

---

Service Business: An International Journal recorded the Impact Factor of 2.791 (The 5-Year IF of 3.315) and CiteScore of 5.4 in 2020. 6-Diciembre 2021-.



**OTROS MÉRITOS DE INVESTIGACIÓN**  
**SEMINARIOS IMPARTIDOS INVESTIGACIÓN**

- Seminario de Investigación: “Customer Journey: Interactions & dynamics” impartido para la Universidad de Mondragón. Noviembre, 2022.
- Seminario de Investigación: “Introducción a la Investigación Académica con el análisis de un estudio sobre procesos de recuperación del servicio” impartido para la Universidad Autónoma de Madrid. Octubre, 2022.
- Seminario de Investigación: “Regresión Sur con STATA” impartido para la Universidad de Castilla La Mancha. Junio, 2021.
- Seminario de Investigación: “Un análisis detallado de las interacciones cliente-empresa que tienen lugar a lo largo del *customer journey* desde una perspectiva dinámica” impartido para la CATEDRA FUNDACION RAMON ARECES DE DISTRIBUCION COMERCIAL, de la Universidad de Oviedo. Marzo, 2021.
- Seminario de investigación impartido en el Máster Universitario de Dirección de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid, con una ponencia titulada: “Managing complaints to improve customer profitability”. Diciembre de 2020, llevado a cabo virtualmente.
- Seminario de investigación impartido en el grupo de investigación Marketing Aplicado al Comportamiento del Consumidor -MarkAp UV (INV\_GIUV13)- de la Universidad de Valencia, con una ponencia titulada: “El comportamiento de quejas del consumidor: Propuesta de resolución”. Febrero 2020, Valencia.
- Seminario de investigación impartido en el grupo de investigación POMA (GIUV2018-437) de la Universidad de Valencia, con una ponencia titulada: “Nuevos retos de investigación en gestión de quejas y recuperación de clientes”. Febrero 2020, Valencia.
- Seminario de metodología de Investigación titulado: “Cómo estructurar y desarrollar una investigación científica”, impartido en el Programa Interuniversitario de Doctorado en Marketing de la Universidad de Valencia. Febrero 2020, Valencia.
- Seminario de investigación impartido en el Máster Universitario de Dirección de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid, con una ponencia titulada: “La eficiente gestión de las quejas”. Noviembre de 2019, Madrid.
- Seminario de investigación impartido en el Máster de Dirección, Estrategia y Marketing, titulado “Gestión de las quejas: una herramienta imprescindible para el éxito de las empresas”, que tuvo lugar el 6 de mayo de 2019 en la Universidad de Zaragoza.

- Seminario de investigación impartido en el Máster Universitario de Dirección de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid, con una ponencia titulada: “Customer profitability”. Diciembre de 2018, Madrid.
- Seminario de investigación impartido en la Universidad Pablo de Olavide, titulado “Value Co-creation over the relationship life cycle” (Sevilla, Diciembre, 2017).
- Seminario de investigación impartido en el Máster de Dirección, Estrategia y Marketing, titulado “Cómo abordar un artículo de investigación: Enfoque desde el marketing” (Zaragoza, octubre, 2017).
- Seminario impartido en Facultad de Ingeniería de Oporto (*Departamento de Engenharia e Gestão Industrial*), titulado: “Customer–firm interactions and the path to profitability: A chain-of-effects model”. Junio de 2017, Oporto (Portugal).
- Seminario de investigación impartido en el Máster de Dirección, Estrategia y Marketing de la Universidad de Zaragoza, titulado “Managing Complaints to Improve Customer Profitability” (Zaragoza, abril, 2017).
- Seminario de investigación impartido en el workshop “Social Influence, WOM and beyond: Future Trends in Digital Media” organizado por el Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza (Zaragoza, marzo, 2017).
- Seminario de investigación titulado “Marketing and family firms: Do values determine actions?” en las *Jornadas sobre Empresas Familiares: Nuevas perspectivas en la investigación sobre empresas familiares* (Sevilla, enero 2017).
- Seminario de investigación titulado “CSR and family firms” en las *Jornadas sobre Empresas Familiares: Nuevas perspectivas en la investigación sobre empresas familiares* (Sevilla, enero 2017).
- Seminario de investigación impartido en la Universidad Pablo de Olavide, titulado “Why do customers co-create? An empirical analysis from a dynamic perspective” (Sevilla, Noviembre, 2016).
- Seminario de investigación impartido en el Máster de Dirección, Estrategia y Marketing de la Universidad de Zaragoza, titulado “Managing Complaints to Improve Customer Profitability” (Zaragoza, abril, 2016).
- Participación en el seminario de investigación “Relationship marketing: Value creation under the service dominant logic” impartido en la Universidad Autónoma de Madrid, con una ponencia titulada: A chain of effects model: From customer-firm interactions to customer profitability. Noviembre de 2015, Madrid.

- Seminario impartido en el Ciclo de Conferencias de Investigación del Máster en Gestión de las Organizaciones de la Universidad de Zaragoza, titulado: *¿Afectan interacciones cliente-empresa a la rentabilidad de la empresa?* Abril de 2015, Zaragoza.
- Seminario impartido en la VII Reunión Científica de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial organizada por la Universidad de Oviedo y titulado: Análisis de las interacciones cliente-empresa como determinantes de las percepciones relacionales de los clientes, de sus comportamientos y de la rentabilidad empresarial. Abril de 2015, Oviedo.
- Seminario impartido en el Ciclo de Conferencias de Investigación del Máster en Gestión de las Organizaciones de la Universidad de Zaragoza, titulado: Análisis de las interacciones cliente-empresa como determinantes de los comportamientos transaccionales y no transaccionales de los clientes. Mayo de 2014, Zaragoza.
- Seminario impartido en el Institute of Marketing, University of Muenster (Alemania), titulado: *Managing complaints to improve customer profitability*. Enero de 2013, Muenster (Alemania).
- Seminario impartido en la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla), titulado: *La gestión de las relaciones con los clientes en un contexto multicanal*. Septiembre, 2012.
- Seminario impartido en la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla), titulado: *Customer engagement: innovación en procesos de marketing no técnicos*. Junio, 2012.

## **EVALUADORA DE REVISTAS CIENTÍFICAS Y CONGRESOS**

### **REVISTAS CIENTÍFICAS:**

- Journal of Services Marketing. Noviembre, 2024.
- Journal of Retailing & Consumer Services. Octubre, 2024
- Journal of Retailing & Consumer Services. Enero+Mayo, 2022.
- Service Business. Noviembre 2021+Abril+Septiembre 2022.
- Journal of Services Marketing. Noviembre, 2021.
- Journal of International Marketing. Junio, 2021.
- Journal of Retailing & Consumer Services. Enero, 2021.
- Journal of Service Marketing. Septiembre, 2020.
- Universia Business Review. Junio, 2020.
- Business Research Quarterly. Febrero 2020.
- Corporate Social Responsibility and Environmental Management. Enero 2020.
- Sustainable Development. Julio 2019
- Electronic Commerce Research and Applications. Febrero 2019
- Online Information Review. Febrero 2019
- Journal of Business Economics and Management. Abril 2018.
- Journal of Retailing and Consumer Services. Diciembre 2017.
- Spanish Journal of Marketing. Noviembre 2017.
- Food Quality and Preference. Julio 2017.
- Industrial Marketing Management. Diciembre 2016.
- Online Information Review. Diciembre 2016.
- Information & Management. Diciembre 2016.
- Electronic Commerce Research and Applications. Diciembre 2016.
- Spanish Journal of Marketing. Noviembre 2016.
- Universia Business Review. Septiembre 2015.
- Journal of Strategic Marketing. Agosto de 2014.
- African Journal of Marketing Management. Agosto de 2014.
- Journal of Business Ethics. Febrero de 2014.
- African Journal of Marketing Management. Enero de 2014.
- Journal of Business Ethics. Diciembre de 2013.
- Cuadernos de Gestión. Mayo de 2013.
- Journal of Business Ethics. Abril de 2013.
- Cuadernos de Gestión. Febrero de 2013.
- Quality Technology and Quantitative Management. Febrero de 2013.
- Universia Business Review. Enero de 2013.
- Asian Journal of Business Ethics. Diciembre de 2012.
- The Service Industries Journal. Septiembre de 2012.

### **CONGRESOS INTERNACIONALES:**

- R&D Management Conference 2023 (Track 9 – Strategic Marketing and Consumer Behaviour)
- 49th European Marketing Academy (Budapest, 2020)
- 20th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution (Zaragoza, 2019)
- 48th European Marketing Academy (Hamburg, 2019)
- 47<sup>th</sup> European Marketing Academy (Glasgow, 2018)
- 46<sup>th</sup> European Marketing Academy (Groningen, 2017)
- 22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications (Zaragoza, 2017)
- 44<sup>th</sup> European Marketing Academy (Lovaina, 2015)
- 43<sup>rd</sup> European Marketing Academy (Valencia, 2014)
- 42<sup>nd</sup> European Marketing Academy (Estambul, 2013)
- International Marketing Trends Conference (París, 2012)
- Jornadas Hispano-Lusas (2012)

### **CONGRESOS NACIONALES:**

- XXIX Congreso Nacional de ACEDE. A Coruña, 2019.
- XXVIII Congreso Nacional de ACEDE. Valladolid, 2018.
- XXVII Congreso Nacional de ACEDE. Aranjuez, 2017.
- XXVII Congreso de AEMARK, Pamplona, septiembre de 2015.
- Congreso Internacional Multidisciplinar en Investigación Educativa (CIMIE 2015). Abril de 2015.

### **RELATOR EN CONGRESOS Y JORNADAS**

- Relatora en el XXIX Congreso Nacional de ACEDE. A Coruña, 2019.
- Relatora en el XXVI Congreso de ACEDE, Vigo, junio de 2016.
- Relatora en el XXV Congreso de ACEDE, Jaén, junio de 2015.
- Relatora en las II Jornadas Iniciativas Empresariales, PYMES y Empresa Familiar, Sevilla, noviembre de 2011.

### **SESSION CHAIR/MODERADORA DE SESIÓN:**

- *20th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution* (Zaragoza, 2019).
- *II International Workshop on Current Trends in Customer Experience in the Retail and Services Industries* (CTCEX 2022), organizado de forma virtual por el Grupo de Investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Noviembre, 2022.

### **EVALUADORA Agencia Estatal de Investigación (antigua base de datos de expertos ANEP)**

- 3 PROYECTOS EVALUADOS en la Convocatoria: Proyectos de Generación de Conocimiento 2022 Investigación Orientada, Tipo B

## **FORMACION ACADEMICA COMPLEMENTARIA** **(Asistencia a Jornadas, Cursos y Seminarios)**

1. Asistencia al seminario titulado: "Medición empírica de la Experiencia del Consumidor en contextos digitales" presentado por Cristina Farjas Ramo y celebrado en la Facultad de Economía y Empresa (Campus Paraíso), en el marco del Programa de Doctorado en Economía y Gestión de las Organizaciones de la Universidad de Zaragoza, el 16 de mayo de 2025.
2. Asistencia al seminario titulado: "Iteration in B2B sales interactions" presentado por David Fehrenbach y celebrado en la Facultad de Economía y Empresa (Campus Paraíso), en el marco del Programa de Doctorado en Economía y Gestión de las Organizaciones de la Universidad de Zaragoza, el 16 de mayo de 2025.
3. Asistencia al XXXIII Congreso Internacional de ACEDE. Valencia, junio 2024.
4. Asistencia al XXXII Congreso Internacional de ACEDE. Alicante, junio 2023.
5. Asistencia a los *III Extraordinary BBS Sessions*, realizado en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza en mayo del 2023.
6. Asistencia al Seminario de Investigación en Marketing: "Managing Customer Relationships While Providing for Customer Wellbeing" impartido por la profesora Agata Leszkiewicz (University of Twente, Holanda) organizado por el Grupo de Investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Noviembre, 2022.
7. Asistencia al *II International Workshop on Current Trends in Customer Experience in the Retail and Services Industries* (CTCEX 2022), organizado de forma virtual por el Grupo de Investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Noviembre, 2022.
8. Asistencia al Seminario de Investigación en Marketing: "What's in Your Mobile Wallet? Purchase Effects of Downloading versus Adopting Branded Apps on Digital Payments", impartido por el profesor Evert de Haan (University of Groningen, Holanda) organizado por el Grupo de Investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Octubre, 2022.
9. Asistencia al XXXIII Congreso Internacional de Marketing AEMARK. Valencia, septiembre 2022.
10. Asistencia al *I International Workshop on Current Trends in Customer Experience in the Retail and Services Industries* (CTCEX 2021), organizado de forma virtual por el Grupo de Investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Octubre, 2021.
11. Asistencia al *I Virtual International Workshop* titulado: "Smart Service Innovation along the Customer Journey in the new age of technology", organizado por parte del Grupo de Investigación Generés de la Universidad de Zaragoza, y por la profesora Lia Patrício por parte de la Faculdade de Engenharia de la Universidad do Porto. Mayo, 2021.
12. Asistencia al Seminario de Investigación "Técnicas avanzadas de investigación de mercados. Aplicaciones de los modelos multinivel en estudios longitudinales con R", impartido en la Universidad de Oviedo por parte de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial. Junio, 2021.
13. Asistencia al Congreso de EMAC, 2021. ESIC Business & Marketing School. Mayo, 2021.
14. Asistencia al seminario titulado: "La importancia de la redefinición de la identidad en el sector bancario. Un estudio aplicado a Banco Sabadell", de 1 hora de duración, el 10 de mayo de 2021, impartida por Beatriz Tirado Soriano, en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza.
15. Asistencia al seminario titulado: "Experiencias inteligentes con los asistentes virtuales de voz: Cómo generar apego en el cliente y engagement hacia la marca", de 1 hora de duración, el 10 de mayo de 2021, impartida por Ivani Ferreira, en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza.
16. Asistencia al seminario titulado: "Standardized vs. Customized firm-initiated interactions: Their effect on customer gratitude and performance in a B2B context", de 1 hora de duración, el 5 de mayo de 2021, impartida por Andreea Trifu, en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza.
17. Asistencia al seminario titulado: "Smart home speakers: Privacy-personalisation paradox and the relevance of humanisation", de 1 hora de duración, el 5 de mayo de

- 2021, impartida por Natalia Lavado Nalvaiz, en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza.
18. Asistencia al seminario titulado: "Listening to your Customer's Heart or Head? Distinguishing the Roles of Customer Experience and Lock-in", de 1 hora de duración, el 10 de marzo de 2021, impartida por Xuehui Gao, en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza.
19. Asistencia al seminario titulado: "The Role of Gamification in Facilitating the Management of Personal Finances Through Mobile Apps", de 1 hora de duración, el 10 de marzo de 2021, impartida por Paula Bitrián Arcas, en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza.
20. Asistencia al IV Workshop (online) de la Sección de Marketing de ACEDE Asociación "Insights Analytics: Nuevas orientaciones en la investigación de marketing digital". Enero, 2021.
21. Asistencia al curso "Análisis de Datos Avanzados", de 25 horas de duración e impartido en el marco del Doctorado en Marketing de la Universidad de Valencia. Febrero 2020, Valencia.
22. Asistencia a la VII Jornada sobre Metodologías Actuales de Investigación Científica en Marketing: "Análisis de Perfiles Latentes", impartido en el marco del Doctorado en Marketing de la Universidad de Valencia y con una duración de 4 horas. Febrero 2020, Valencia.
23. Asistencia a la 2019 Summer AMA Conference. Chicago, Agosto de 2019.
24. Asistencia al 20th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution. Zaragoza, Julio de 2019.
25. Asistencia al XXIX Congreso Nacional de ACEDE. A Coruña, junio 2019.
26. Asistencia al 48th Annual Conference European Marketing Academy. Hamburgo, Mayo de 2019.
27. Asistencia al curso "Quantitative analysis for multnivel data" impartido por el profesor José Luis González Pernía (Universidad de Deusto), de una duración de 12 horas, en la Universidad de Zaragoza. Noviembre, 2018.
28. Asistencia al XXX Congreso Nacional de Marketing AEMARK. Barcelona, septiembre 2018.
29. Asistencia al XXVIII Congreso Nacional de ACEDE. Valladolid, junio 2018.
30. Asistencia al *International Conference of Internet Studies (NETs 2018)*. Takamatsu, Japón. Abril, 2018.
31. Asistencia a un seminario de investigación impartido por la profesora Lia Patrício de la Porto University en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza, febrero de 2018.
32. Asistencia a un seminario de investigación impartido por el profesor Eric Boyd de la James Madison University (Estados Unidos) en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza, octubre de 2017.
33. Asistencia a un seminario de investigación de *Service Design for Innovation Network (SDIN)* impartido en Facultad de Ingeniería de Oporto (*Departamento de Engenharia e Gestão Industrial*), junio de 2017.
34. Asistencia al 15th International Research Symposium on Service Excellence in Management (QUIS 15). Oporto, junio 2017.
35. Asistencia al seminario: "Social Influence, WOM and beyond: Future Trends in Digital Media" organizado por el Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Zaragoza, marzo 2017.
36. Asistencia a las *Jornadas sobre Empresas Familiares: Nuevas perspectivas en la investigación sobre empresas familiares*. Sevilla, enero 2017.
37. Asistencia al XXVIII Congreso Nacional de Marketing AEMARK. León, septiembre 2016.
38. Asistencia al IV Workshop de Jóvenes Investigadores. Huesca, septiembre 2016.
39. Asistencia al XXVI Congreso Nacional de ACEDE. Vigo, junio 2016.
40. Asistencia al 38th ISMS Marketing Science Conference. Shanghai, junio de 2016.
41. Asistencia al 45th Annual Conference European Marketing Academy, organizado por BI Norwegian Business School. Oslo, 24-27 Mayo de 2016.

42. Asistencia al seminario de investigación “MULTICHANNEL MARKETING: RECASTING THE CUSTOMER EXPERIENCE”, impartido en la Universidad de Zaragoza. Mayo de 2016.
43. Asistencia al II Congreso Económico del Alto Aragón organizado por la Confederación Empresarial de la Provincia De Huesca. Noviembre de 2015, Huesca.
44. Asistencia al seminario de investigación “Relationship marketing: Value creation under the service dominant logic”, impartido en la Universidad Autónoma de Madrid. Noviembre de 2015.
45. Asistencia al XXVII Congreso Nacional de Marketing AEMARK. Pamplona, septiembre 2015.
46. Asistencia al XXV Congreso Nacional de ACEDE. Jaén, julio 2015.
47. Asistencia al 44<sup>th</sup> Annual Conference European Marketing Academy, organizado por ISCTE Business School. Lovaina, 26-29 Mayo de 2015.
48. Asistencia al Seminario de Investigación en Marketing: “*A picture is worth a 1000 words: Translating product reviews into a brand positioning map*” impartido por Wagner A. Kamakura y organizado por el grupo de investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Mayo, 2015.
49. Asistencia al Seminario de Investigación en Marketing: “*From Latent Class to hidden Markov: Handling heterogeneity and non-stationarity in customer behavior*” impartido por Wagner A. Kamakura y organizado por el grupo de investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Mayo, 2015.
50. Asistencia al Seminario de Investigación: “How to get Publisher in marketing: an example”, impartido por el profesor Alan Wilson (University of Strathclyde, Scotland) y organizado por el grupo de investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Diciembre, 2014.
51. Asistencia al Seminario de: “Investigación en Marketing basada en diseños experimentales”, organizado por el grupo de investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Noviembre, 2014.
52. Asistencia al Seminario: “Modelos de Elección”, organizado por el grupo de investigación Generés de la Universidad de Zaragoza. Octubre, 2014.
53. Asistencia al XXIV Congreso Nacional de ACEDE. Castellón, septiembre 2014.
54. Asistencia al seminario “Meta-Análisis” enmarcado dentro del XXVI Congreso Nacional de Marketing (AEMARK). Elche, septiembre 2014.
55. Asistencia al XXVI Congreso Nacional de Marketing (AEMARK). Elche, septiembre 2014.
56. Asistencia al II Workshop Jóvenes Investigadores. Huesca, Septiembre, 2014.
57. Asistencia al 43<sup>th</sup> Annual Conference European Marketing Academy, organizado por ISCTE Business School. Valencia, Junio de 2014.
58. Asistencia a las VII Jornadas de Marketing, organizadas por el departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza. Abril, 2014.
59. Asistencia al curso: Introduction to latent class modeling. Enero, 2014. (20 horas).
60. Asistencia al XXIII Congreso Nacional de ACEDE. Málaga, septiembre 2013.
61. Asistencia al XXV Congreso Nacional de Marketing (AEMARK). Barcelona, septiembre 2013.
62. Workshop de Jóvenes Investigadores. Teruel, Septiembre 2013.
63. 42<sup>nd</sup> Annual Conference European Marketing Academy, organizado por ISCTE Business School. Estambul, 4-7 Junio de 2013.
64. XII International Marketing Trends Conference, París (Francia). Enero de 2013.
65. Asistencia al ciclo: Social-learning, Mobile-learning y comunicación audiovisual en Red. Cátedra Banco Santander, Universidad de Zaragoza. Diciembre de 2012.
66. Asistencia a las VI Jornadas de Marketing, organizadas por el departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza. Octubre, 2012.
67. XXII Congreso Nacional de ACEDE. Cádiz, septiembre 2012.
68. XXIV Congreso Nacional de Marketing (AEMARK). Mallorca, septiembre 2012.
69. 19th Recent Advances in Retailing & Service Science Conference, European Institute of Retailing and Service Studies. Viena (Austria), 9-12 de Julio de 2012

70. 41<sup>st</sup> Annual Conference European Marketing Academy, organizado por ISCTE Business School. Lisboa 22-25 mayo de 2012.
71. I Workshop "Bridging the gap between marketing theory and practice". Impartido por el professor Manfred Krafft y organizado por la Sección de Marketing de ACEDE el 20 de marzo, 2012, Zaragoza.
72. XI International Marketing Trends Conference, Venecia (Italia). Enero, 2012.
73. Workshop "Estrategia, Tecnología y Resultados en la Empresa Española. Evaluación de Modelos de Elección Discreta y Datos de Panel". Zaragoza 18 y 19 de enero de 2012.
74. Análisis Micro-económico con STATA. Impartido por Cristina Suárez Gálvez, organizado por la Facultad de Economía y Empresa. Zaragoza, 5 y 18 de noviembre de 2011 (6 horas).
75. Asistencia a las V Jornadas de Marketing, organizadas por el departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza. Octubre, 2011.
76. II Jornadas Iniciativas Empresariales, PYMES y Empresa Familiar. Organizado por el Departamento de Dirección de Empresas de la Universidad Pablo de Olavide. Sevilla, 4 de noviembre de 2011.
77. Modelos de elección jerárquicos. Impartido por el profesor Juan Luis Nicolau de la Universidad de Alicante y organizado por el Grupo Generés de la Universidad de Zaragoza. Zaragoza, octubre 2011 (20 horas).
78. Asistencia al XXI Congreso Nacional de ACEDE. Barcelona, septiembre 2011.
79. Asistencia al XXIII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK). Castellón, septiembre 2011.
80. Curso introductorio a los modelos de elección discreta: Logit y Probit. Organizado por la Fundación Empresa de la Universidad de Granada. Granada, septiembre 2011.
81. Seminario de Modelización Estructural con PLS. Impartido por los profesores L. Lucia (Universidad de Zaragoza) y J. L. Roldán y G. Cegarra (Universidad de Sevilla) y organizado por el Grupo Generés de la Universidad de Zaragoza. Junio 2011 (20 horas).
82. Seminario "The preservation of socioemotional wealth in family controlled firms", impartido por el profesor L. Gómez Mejías (Texas A&M University) y organizado por la cátedra de empresa familiar de la Universidad de Zaragoza. Junio 2011.
83. Curso de especialización "Introducción al análisis estadístico y económico con STATA". Organizado por el Centro de Estudios Andaluces. Sevilla. Marzo 2011 (16 horas).
84. Workshop "Increasing marketing accountability within the firm: the role of customer value". Impartido por el profesor V.K. Kumar de Georgia University (Atlanta) y el profesor P. Verhoef (Groningen University) y organizado por el Grupo Generés de la Universidad de Zaragoza. Universidad de Zaragoza. Marzo 2011 (10 horas).
85. First Multilevel Regression Workshop. Organizado por la Asociación Española de profesores de marketing e impartido por Ad de Jong (Eindhoven University). Universidad Autónoma de Madrid, febrero 2011.
86. Asistencia a las IV Jornadas de Marketing, organizadas por el departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza. Octubre, 2010.
87. Asistencia al XXII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK). Oviedo, septiembre 2010.
88. Asistencia al XII Congreso de Centros Comerciales, organizado en Bilbao por la Asociación Nacional de Centros Comerciales. Julio de 2010.
89. Asistencia al I Workshop "Hacia un enfoque integrado de Marketing y Supply Chain Management", organizado por el Departamento de Gestión de Empresas de la Universidad Pablo de Olavide y el Grupo Generés de la Universidad de Zaragoza. Sevilla, Junio de 2010.
90. Asistencia a las III Jornadas de Marketing, organizadas por el departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza. Octubre, 2009.

91. Asistencia a las II Jornadas de Marketing, organizadas por el departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza. Enero-mayo, 2009.
92. VIII Congreso Nacional de Economía “Mercados Globales e Innovación Económica”, organizado por el Consejo General de Colegios de Economistas de España. Zaragoza Noviembre 2008.
93. Jornadas sobre los Orígenes del Estado del Bienestar en España, 1900-1945: los seguros de accidentes, vejez, desempleo y enfermedad, organizadas por el Departamento de Estructura e Historia Económica de la Facultad de Económicas. Institución Fernando el Católico. Noviembre de 2008.
94. XI Congreso de Centros Comerciales, organizado en Zaragoza por la Asociación Nacional de Centros Comerciales y realizado en la Feria de Muestras de Zaragoza. Septiembre de 2008.
95. Asistencia a las I Jornadas de Marketing, organizadas por el departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza. Año 2008.

# ACTIVIDAD DOCENTE

## DOCENCIA IMPARTIDA

FECHAS	ASIGNATURA	GRADO UNIVERSITARIO	EVALUACIÓN ACT. DOCENTE
Febrero 2013 – Mayo 2013	Fundamentos de Marketing (60h.)	GRADO en ECONOMÍA Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2013 - Enero 2014	Decisiones Comerciales (40h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2013 - Enero 2014	Dirección de Marketing (20h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2014 - Enero 2015	Decisiones Comerciales (16h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2014 - Enero 2015	Marketing y RSC (8h.)	GRADO en Marketing e Investigación de Mercados Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2014 - Enero 2015	Dirección Comercial I (4h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2014 - Enero 2015	Dirección Estratégica (48h.)	GRADO en TURISMO Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2014 - Enero 2015	Organización y Dirección de Empresas (72h.)	GRADO en TURISMO Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2015 - Junio 2015	Dirección Estratégica (60h.)	GRADO en TURISMO Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2015 - Junio 2015	Fundamentos de Estadística y Gestión Financiera (90h.)	GRADO en TURISMO Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2015 - Enero 2016	Calidad y Marketing de los Servicios Públicos (30h.)	GRADO en Gestión y Administración Pública Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2015 - Junio 2016	Dirección de las organizaciones y Gestión de Recursos Humanos (108h.)	GRADO en Gestión y Administración Pública Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Noviembre 2015 - Febrero 2016	Gestión de empresas culturales y del medio natural (72h.)	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2016 - Enero 2017	Calidad y Marketing de los Servicios Públicos (30h.)	GRADO en Gestión y Administración Pública Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2016 - Junio 2017	Dirección de las organizaciones y Gestión de Recursos Humanos (120h.)	GRADO en Gestión y Administración Pública Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Enero 2017 – Marzo 2017	Gestión de empresas culturales y del medio natural (72h.)	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2017 – Junio 2017	Política de Empresa (8h. -P6-)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2017 - Enero 2018	Introducción al Marketing (30h.)	GRADO en MIM Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2017 - Enero 2018	Marketing y RSC (50h.)	GRADO en MIM Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2018 – Junio 2018	Dirección Comercial I (50h.)	GRADO en DADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2018 – Junio 2018	Decisiones de Distribución Comercial (86h.)	GRADO en MIM Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2018 - Enero 2019	Dirección Comercial I (110h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2019 – Junio 2019	Dirección Comercial I (60h.)	GRADO en DADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA

Febrero 2019 – Junio 2019	Comportamiento del Consumidor (10h.)	Máster en Dirección, Estrategia y Marketing	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2018 – Junio 2019	<b>TFGs</b> (36h.)	GRADOS DE ADE, ECO, Y MIM	
Septiembre 2019 – Enero 2020	Dirección Comercial I (90h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2020 – Junio 2020	Dirección Comercial I (78h.)	GRADO en DADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2020 – Junio 2020	Comportamiento del Consumidor (15h.)	Máster en Dirección, Estrategia y Marketing	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2019 - Junio 2020	<b>TFGs</b> (54h.)	GRADOS DE ADE, DADE, Y ECO	
Septiembre 2020 – Enero 2021	Dirección Comercial I (110h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2020 – Enero 2021	Experiencia del cliente (16h.)	Máster Propio en Gestión de la Experiencia del cliente	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2021 – Junio 2021	Dirección Comercial I (62h.)	GRADO en DADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2021 – Junio 2021	Comportamiento del Consumidor (15h.)	Máster en Dirección, Estrategia y Marketing	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2020- Junio 2021	Módulo de Dirección Estratégica y Plan de Negocio (5h.)	Máster en Dirección y Administración de Empresas Hosteleras	
Septiembre 2020 – Junio 2021	<b>TFGs</b> (45h.)	GRADO DE ADE	
Septiembre 2020 – Junio 2021	<b>Prácticas en Empresa</b> (7,2h.)	GRADO DE ADE	
Septiembre 2021- Enero 2022	Dirección Comercial I (164h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2021- Enero 2022	<b>TFGs</b> (18h.)	GRADO DE ADE	
Febrero 2022- Junio 2022	PERMISO POR MATERNIDAD		
Septiembre 2022- Diciembre 2022	Dirección Comercial I (112h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2023- Junio 2023	Comportamiento del Consumidor (15h.)	Máster en Dirección, Estrategia y Marketing	POSITIVA DESTACADA
Febrero 2023- Junio 2023	Dirección Comercial I (55h.)	GRADO en DADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Septiembre 2023- Junio 2024	<b>TFGs</b> (12h.)	GRADO DE ADE	
Septiembre 2023- Junio 2024	<b>TFM</b> (18h.)	Máster en Dirección, Estrategia y Marketing	
Enero 2024- Junio 2024	PERMISO POR MATERNIDAD		
Septiembre 2024- Diciembre 2024	Dirección Comercial I (90h.)	GRADO en ADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Enero 2025- Mayo 2025	Dirección Comercial I (45h.)	GRADO en DADE Universidad de Zaragoza	POSITIVA DESTACADA
Enero 2025- Mayo 2025	Comportamiento del Consumidor (15h.)	Máster en Dirección, Estrategia y Marketing	POSITIVA DESTACADA
<b>TOTAL HORAS</b>	<b>2408,6 horas</b>		<b>Valoración:</b> <b>POSITIVA DESTACADA</b>

## TUTORIZACIÓN TFGS / TFMS

### **TFG DIRIGIDOS: 19**

#### **CURSO 2024-2025: 2**

NATALIA CABEZA BELARRA, CALIFICACIÓN: 10 MATRÍCULA DE HONOR  
MÓNICA PALACIO GONZÁLEZ, CALIFICACIÓN: 9.5 SOBRESALIENTE

#### **CURSO 2023-2024: 2**

DIEGO ROMEO LAVILLA, CALIFICACIÓN: 10 MATRÍCULA DE HONOR  
INÉS GRACIA BARBERÁN, CALIFICACIÓN: 10 MATRÍCULA DE HONOR

#### **CURSO 2022-2023: 3**

MÓNICA SATORRES ÁLVAREZ, CALIFICACIÓN: 9,5 SOBRESALIENTE  
CARLA VIÑALS MARCOS, CALIFICACIÓN: 9 SOBRESALIENTE  
JARA LAVILLA MARTÍN: CALIFICACIÓN: 8,5

#### **CURSO 2021-2022: 2**

AITANA PÉREZ GAUXAX, CALIFICACIÓN: 9 SOBRESALIENTE  
 PILAR VILLAGRASA VILLAGRASA, CALIFICACIÓN: 7

#### **CURSO 2020-2021: 3**

MARÍA AURORA BRETOS LANA, CALIFICACIÓN: 10 MATRÍCULA DE HONOR  
RAQUEL MANUEL VILLOSLADA, CALIFICACIÓN: 9 SOBRESALIENTE  
LUCIA LACILLA GARCÍA, CALIFICACIÓN: 9 SOBRESALIENTE

#### **CURSO 2019-2020: 3**

CYNTHIA PASCUAL REAL, CALIFICACIÓN: 9 SOBRESALIENTE  
NOEMÍ ROMERO ABENOZA, CALIFICACIÓN: 9 SOBRESALIENTE  
CRISTINA PERALTA, CALIFICACIÓN: 8

#### **CURSO 2018-2019: 3**

ANDREA EXPÓSITO CRESPO, CALIFICACIÓN: 8  
FERNANDA ROCHA MEDINA, CALIFICACIÓN: 9 SOBRESALIENTE  
LAURA CASALES MURCIANO, CALIFICACIÓN: 8,5

#### **CURSO 2014-2015: 3**

ÓSCAR NAVARRO MACAYA Y CARMEN MARCO DE PABLOS, CALIFICACIÓN:  
APROBADO  
ANDRÉS MILLÁN NEGRO, CALIFICACIÓN: NOTABLE  
IGNACIO SERRANO SALVO, CALIFICACIÓN: APROBADO

### **TFM DIRIGIDOS: 9**

#### **CURSO 2024-2025: 2 (Máster en Dirección, Estrategia y Marketing)**

Patricia Martínez Francisco  
Diego Romeo Lavilla

#### **CURSO 2023-2024: 1 (Máster en Dirección, Estrategia y Marketing)**

CRISTINA FARJAS RAMO: 9,4 SOBRESALIENTE

#### **CURSO 2020-2021: 3 (Máster en Dirección y Administración de Empresas Hosteleras)**

BLANCA CABRERA FERNÁNDEZ, CALIFICACIÓN: 8,5  
PABLO JURADO GONZÁLEZ, CALIFICACIÓN: 9  
MARTA PLAZA CRESPO, CALIFICACIÓN: 8,5

**CURSO 2016-2017: 1** (Máster en Dirección, Estrategia y Marketing)

LILY (XUEHUI) GAO, CALIFICACIÓN: 9,3

Línea de investigación: “Los Antecedentes de Equidad y la Experiencia del Consumidor: el Papel de los Efectos Sociales”.

Dirigida por los Drs. F. Javier Sesé y Iguácel Melero Polo

**CURSO 2015-2016: 2** (Máster de Gestión Cultural, Facultad de Economía y Gestión Pública)

LOURDES LÓPEZ SÁNCHEZ, CALIFICACIÓN: 7,5

OMARA PELLEJERO OCHOA, CALIFICACIÓN: 6

**PROYECTO TUTOR:** CURSO 2015-2016 (Facultad de Economía y Gestión Pública)

#### **PRÁCTICAS CURRICULARES EN EMPRESA:**

**CURSO 2024-2025: 1**

PAULA CARDIEL ASENSIO (MIM), CALIFICACIÓN: 9 SOBRESALIENTE

**CURSO 2021-2022: 2**

MARÍA AURORA BRETOS LANA (ADE), CALIFICACIÓN: 10 MATRÍCULA DE HONOR

LUCIA LACILLA GARCÍA (ADE), CALIFICACIÓN: 9 SOBRESALIENTE

## PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Los efectos del uso de ChatGPT en el aprendizaje del estudiante universitario. Una aplicación a una actividad de expresión escrita. (PIIDUZ\_1 Emergentes 5170)

**CONCEDIDO POR:** Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** Junio/2024

**HASTA:** Julio/2025

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Raúl Pérez López

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

Dotación económica: 314 euros

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Flipping class como herramienta para la didáctica de Historia del Arte en el Grado de Turismo

**CONCEDIDO POR:** Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** Octubre/2017

**HASTA:** Junio/2018

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Lara Íñiguez Berrozpe

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Una experiencia de aprendizaje interdisciplinar en segundo curso del Grado de Gestión y Administración Pública

**CONCEDIDO POR:** Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** 12/12/2016

**HASTA:** Junio/2017

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Isabel Artero Escartín

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** La adquisición de competencias para fomentar el éxito en las entrevistas de trabajo de los futuros egresados a través del "Concurso job interview interuniversitario".

**CONCEDIDO POR:** Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** 23/12/2015

**HASTA:** Junio/2016

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Iguácel Melero Polo

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Metodologías activas. Las salidas de campo autogestionadas en el Grado de Turismo (III): un proyecto combinado de las asignaturas de Recursos Patrimoniales, Inglés y Francés turístico.

**CONCEDIDO POR:** Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** 23/12/2015

**HASTA:** Junio/2016

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Lara Íñiguez Berrozpe

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Elaboración de un glosario inglés-español por áreas de conocimiento para el Grado de Turismo (FASE II).

**CONCEDIDO POR:** Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** 23/12/2015

**HASTA:** Junio/2016

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Carmen Aznárez Alonso  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** El uso de las técnicas de comunicación verbal y no verbal para la mejora de la expresión oral y corporal de los guías turísticos.

**CONCEDIDO POR:** Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** 18/12/2014

**HASTA:** Junio/2015

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Lara Íñiguez Berrozpe

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Elaboración de un glosario inglés-español por áreas de conocimiento para el Grado de Turismo.

**CONCEDIDO POR:** Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** 18/12/2014

**HASTA:** Junio/2015

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Carmen Aznárez Alonso

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

**TÍTULO DEL PROYECTO:** Nuevas tecnologías en el Grado en ADE: Integración de un juego de simulación online en la asignatura "Decisiones Comerciales"

**CONCEDIDO POR:** Universidad de Zaragoza.

**DURACIÓN DESDE:** 15/01/2014

**HASTA:** 11/07/2014

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Dr. Jorge Matute Vallejo

**TIPO DE PARTICIPACIÓN DEL SOLICITANTE:** Miembro investigador

---

## PUBLICACIONES DE INNOVACIÓN DOCENTE

### CAPÍTULOS DE LIBRO

---

**AUTORES:** *J. Cambra-Fierro, Lily Gao, M<sup>a</sup> Eugenia López-Pérez e Iguácel Melero-Polo*

**TITULO:** *Modelos híbridos de docencia en un contexto universitario: percepción del profesorado tras una adopción disruptiva durante la pandemia*

**AÑO:** 2023

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Innovaciones Tecnológicas para la Enseñanza Superior. Contribuciones y Resultados. Prensas de la Universidad de Zaragoza.*

---

**AUTORES:** *J. Cambra-Fierro, Lily Gao, M<sup>a</sup> Eugenia López-Pérez e Iguácel Melero-Polo*

**TITULO:** *Impacto de modelos híbridos de docencia en la productividad del profesorado y alumnado universitario: Apoyo en las TIC*

**AÑO:** 2022

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Buenas Prácticas en la Docencia Universitaria con apoyo de TIC. Experiencias en 2022*

---

**AUTORES:** *Íñiguez Berrozpe, Lara, y Melero Polo, Iguácel*

**TITULO:** *Flipped-teaching como herramienta para la didáctica de Historia del Arte en el Grado de Turismo.*

**AÑO:** 2019

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Libro Jornadas Innovación Docente 2019: Materiales e Innovación Educativa en la Sociedad del Conocimiento*

---

**AUTORES (p.o. de firma):** *J. Cambra-Fierro, E. Centenero, I. Melero-Polo y R. Vázquez Carrasco*

**TITULO:** *Calidad y precio: La apuesta de COVAP por maximizar el valor del cliente*

**AÑO:** 2018

**REF. REVISTA/LIBRO:** *P. Kotler/Principios de marketing. 17<sup>a</sup> edición (2018). Editado por Pearson Education S.A.*

SPI (Q1 en Economía) ICEE 25

---

**AUTORES:** *María del Mar Villagrasa; Isabel Artero Escartín; e Iguácel Melero Polo.*

**TITULO:** *La necesidad de ofrecer un aprendizaje multidisciplinar: Caso de éxito en el grado en Gestión y Administración Pública.*

**AÑO:** 2017

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Experiencias en 2017.*

---

**AUTORES (p.o. de firma):** *J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y F. Javier Sese*

**TITULO:** *Análisis de las interacciones cliente-empresa y de sus consecuencias: oportunidades de investigación*

**AÑO:** 2015

**REF. REVISTA/LIBRO:** *En la Piel del Cliente: Escuchar, Atraer, Retener; págs. 43-62 Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial.*

**(ISBN: 978-84-8367-503-8)**

---

**AUTORES:** *Íñiguez Berrozpe, Lara; Melero Polo, Iguácel; del Campo Millán, Marisol; Aznárez Alonso, Carmen.*

**TITULO:** *El uso de las TIC para la mejora de la comunicación verbal y no verbal.*

*Método orientado para los alumnos del Grado en Turismo*

**AÑO:** **2015**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Experiencias en 2015.*

---

**AUTORES:** *Bordonaba-Yuste, V.; Martín-De Hoyos, M.J.; Martínez-Salinas, E.; Matute-Vallejo, J.; Melero-Polo, I. y Pina-Pérez, J.M.*

**TITULO:** *Nuevas tecnologías en el Grado ADE: Integración de un juego de simulación online en la asignatura "Decisiones Comerciales"*

**AÑO:** **2014**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Experiencias en 2014.*

---

**AUTORES (p.o. de firma):** **Cambra-Fierro, J., Melero-Polo, I., Sesé-Oliván. F. Javier, Vázquez-Carrasco, Rosario**

**TITULO:** *S.O.S. ¿Por qué se van mis clientes?*

**AÑO:** **2013**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Casos de comportamiento del consumidor, reflexiones para la dirección de marketing.* ESIC Editorial. Págs. 299-306 (**ISBN 13: 9788473569569**).

---

**AUTORES (p.o. de firma):** **J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y R. Vázquez-Carrasco.**

**TITULO:** *Quejas de clientes: ¿Amenazas u oportunidades?*

**AÑO:** **2013**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Estrategias de Distribución y Comportamiento de Compra Multicanal. Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial*, págs. 33-44. (ISBN: 978-84-8367-431-4).

---

**AUTORES (p.o. de firma):** **J. Cambra-Fierro, I. Melero-Polo y J. Sesé-Oliván.**

**TITULO:** *La gestión de las relaciones con los clientes en un contexto multicanal*

**AÑO:** **2012**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial*, págs. 46-62.

---

## **ARTÍCULOS**

---

**AUTORES (p.o. de firma):** **Bravo, R., Melero, I. y Pérez, R.**

**TITULO:** *Shopping resorts as vehicles of city marketing: The case of Puerto Venecia*

**AÑO:** **2020**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Place Branding and Public Diplomacy* 16, 187–194.

**SJR 2020: 0,295 (117/185) Q3, Marketing.**

---

**AUTORES (p.o. de firma): L (Xuehui). Gao, I. Melero-Polo y F. Javier Sese**

**TITULO:** La experiencia del cliente como modelo de negocio en la era digital: El caso del sector financiero

**AÑO: 2019**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Revista de Marketing y Publicidad, CEF 2, 36-66.*

---

**AUTORES: Lara Íñiguez Berrozpe, Tatiana Íñiguez Berrozpe e Iguácel Melero Polo**

**TITULO:** *Un análisis de las salidas de campo autogestionadas en el Grado en Turismo tras tres años de experiencia*

**AÑO: 2017**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Revista CLIO, History and History teaching (en prensa)*

---

**AUTORES: Lara Íñiguez Berrozpe e Iguácel Melero Polo**

**TITULO:** *Diseño y puesta en práctica del concurso inter facultades “Job Interview” para la adquisición de herramientas de actuación en las entrevistas de trabajo para futuros egresados*

**AÑO: 2017**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Revista Íber, Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia (en prensa)*

---

**AUTORES (p.o. de firma): J. Matute-Vallejo e I. Melero-Polo**

**TITULO:** APRENDER JUGANDO: LA UTILIZACIÓN DE SIMULADORES EMPRESARIALES EN EL AULA UNIVERSITARIA

**AÑO: 2016**

**REF. REVISTA/LIBRO:** *Universia Business Review (in press)*

**SJR 2016: 0.169, Q3 Marketing.**

---

## CONGRESOS DE DOCENCIA

---

**AUTORES:** Lily (Xuehui) Gao, Iguácel Melero-Polo, María Eugenia López-Pérez y Andreea Trifu

**TÍTULO:** CHATGPT: UN NUEVO HORIZONTE PARA EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE EN LA ERA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XIV Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Cátedra Santander y Universidad de Zaragoza

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Universidad de Zaragoza

**AÑO:** Septiembre, 2023

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J., Gao, L. X., López-Pérez, M.E., & Melero-Polo, I.

**TÍTULO:** El impacto de las TICS en la productividad del profesorado y alumnado universitario: Una perspectiva post-pandemia

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XV Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Universidad de Zaragoza

**AÑO:** Enero, 2023

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J., Gao, L. X., López-Pérez, M.E., & Melero-Polo, I.

**TÍTULO:** Impacto de modelos híbridos de docencia en la productividad del profesorado y alumnado universitario: apoyo en las tics

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XIII Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Cátedra Santander y Universidad de Zaragoza

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Universidad de Zaragoza

**AÑO:** Septiembre, 2022

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J., Gao, L. X., López-Pérez, M.E., & Melero-Polo, I.

**TÍTULO:** Modelos Híbridos de Docencia en un Contexto Universitario: Percepción del Profesorado tras una Adopción Disruptiva Durante la Pandemia

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** USATIC2022

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Online

**AÑO:** Junio, 2022

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J., Gao, L. X., López-Pérez, M.E., & Melero-Polo, I.

**TÍTULO:** Modelos Híbridos y Desempeño del Profesorado Universitario: Un Análisis en el Contexto de Estudios de Economía y Dirección de Empresas

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** USATIC2022

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** online

**AÑO:** Junio, 2022

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J., Gao, Lily (Xuehui), López-Pérez, M. E., y Melero-Polo, I.

**TITULO:** Adopción de Modelos Híbridos de docencia en tiempos de post-COVID: Impacto en la productividad y felicidad del profesorado

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** VI Congreso Internacional sobre Innovación Pedagógica y Práxis Educativa – INNOVAGOGÍA 2022.

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Sevilla

**AÑO:** 2022 (Mayo)

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J., Gao, Lily (Xuehui), López-Pérez, M. E., y Melero-Polo, I.

**TITULO:** Impacto de los modelos híbridos de docencia en la productividad del profesorado universitario: Un estudio de caso en un centro universitario privado.

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** VI Congreso Internacional sobre Innovación Pedagógica y Práxis Educativa – INNOVAGOGÍA 2022.

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Sevilla

**AÑO:** 2022 (Mayo)

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Gao, L.; Melero-Polo, I. y F. Javier Sese

**TITULO:** MANAGING ONLINE CHANNEL CUSTOMER EXPERIENCE: THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP PRONENESS AS MODERATOR

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** 20th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza, España

**AÑO:** Julio, 2019

---

**AUTORES:** Íñiguez-Berrozpe, L., y Melero-Polo, I.

**TITULO:** Flipped-teaching como herramienta para la didáctica de Historia del Arte en el Grado de Turismo

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XII Jornada de Innovación Docente e Investigación Educativa UZ

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza

**AÑO:** 2018 (Noviembre)

---

**AUTORES:** Isabel Artero, María Villagrasa e Iguácel Melero

**TITULO:** Aprendizaje interdisciplinar en 2º curso de Gestión y Administración Pública

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** XI Jornada de Innovación Docente e Investigación Educativa UZ

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza

**AÑO:** 2017 (Septiembre)

---

**AUTORES:** María Villagrasa, Isabel Artero e Iguácel Melero

**TITULO:** La necesidad de ofrecer un aprendizaje interdisciplinar: Un caso de éxito en el grado de Gestión y Administración Pública

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia

**CONGRESO:** VIII Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Cátedra Banco Santander

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza

**AÑO:** 2017 (Septiembre)

---

**AUTORES:** *Íñiguez-Berrozpe, L., y Melero-Polo, I.*

**TITULO:** *Experiencia piloto a través del concurso "Job interview" para la adquisición de competencias que garanticen el éxito en las entrevistas de trabajo de los futuros egresados*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *VII Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Cátedra Banco Santander*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza

**AÑO:** 2016 (Septiembre)

---

**AUTORES:** *Íñiguez Berrozpe, Lara; Melero Polo, Iguácel; del Campo Millán, Marisol; Aznárez Alonso, Carmen.*

**TITULO:** *El uso de las TIC para la mejora de la comunicación verbal y no verbal de los guías turísticos*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *VI Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Cátedra Banco Santander*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza

**AÑO:** 2015 (Septiembre)

---

**AUTORES:** *Íñiguez Berrozpe, Lara; Melero Polo, Iguácel; del Campo Millán, Marisol; Aznárez Alonso, Carmen.*

**TITULO:** *El uso de las técnicas de comunicación verbal y no verbal para la mejora de la expresión oral y corporal de los guías turísticos*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *I Jornadas de Innovación docente Campo Iberus y IX Jornada de Innovación Docente e Investigación Educativa UZ*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza

**AÑO:** 2015 (Septiembre)

---

**AUTORES:** *Bordonaba-Yuste, V.; Martín-De Hoyos, M.J.; Martínez-Salinas, E.; Matute-Vallejo, J.; Melero-Polo, I. y Pina-Pérez, J.M.*

**TITULO:** *Nuevas tecnologías en el Grado ADE: Integración de un juego de simulación online en la asignatura "Decisiones Comerciales"*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *V Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC.*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza

**AÑO:** 2014 (Septiembre)

---

**AUTORES:** *Bordonaba-Juste, V.; Matute-Vallejo, J. y Melero-Polo, I.*

**TITULO:** *Utilización de juegos de simulación en docencia.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** *VIII Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza

**AÑO:** 2014 (Septiembre)

---

**AUTORES:** Cambra-Fierro, J.; Cambra-Berdún, J. y Melero-Polo, I.

**TITULO:** *Looking for the successfully transition from pre-university to university contexts: the role of self-assessment processes and maturity.*

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** *Ponencia*

**CONGRESO:** INNOVAGOGIA 2012. *Primer Congreso Virtual Internacional sobre Innovación Pedagógica y Praxis Educativa.*

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Virtual

**AÑO:** Noviembre, 2012

---

## PREMIOS DE INVESTIGACIÓN DOCENTE

---

**PRIMER PREMIO DE LA VII EDICIÓN DE LA CÁTEDRA BANCO SANTANDER DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA** por el proyecto titulado: “*Nuevas tecnologías en el grado de ADE: integración de un juego de simulación online en la asignatura: decisiones comerciales*”, desarrollada por: Jorge Matute Vallejo, Victoria Bordonaba Juste, María José Martín De Hoyos, Eva Martínez Salinas, Iguácel Melero Polo y José Miguel Pina Pérez. Julio de 2015.

**DOTACIÓN ECONÓMICA:** 4.000 euros.

---

## PREMIOS DE DOCENCIA

---

SEGUNDO PREMIO de los **PREMIOS SANTANDER A COMPETENCIAS DIGITALES EN TRABAJOS FIN DE ESTUDIOS DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA** correspondientes al año 2021 a la estudiante María Aurora Bretos Lana por su TFG titulado: “*¿Qué impulsa al consumidor a pedir comida a domicilio? Análisis del contexto actual y variables influyentes en la compra y calidad delivery*”. Realizado en el Grado de **Administración y Dirección de Empresas** y dirigido por la Profesora Iguácel Melero Polo.

---

## **OTROS MÉRITOS DOCENTES**

### **PREPARACIÓN DE MATERIAL DOCENTE PARA EL GRADO DE ADE Y DADE**

- Manual de la asignatura Dirección Comercial I (curso 2023-2024). ISBN: 978-84-126076-8-0
- Manual de la asignatura Dirección Comercial I (curso 2022-2023). ISBN: 978-84-125045-7-6
- Manual de la asignatura Dirección Comercial I (curso 2021-2022). ISBN: 978-84-122578-5-4
- Manual de la asignatura Dirección Comercial I (curso 2020-2021). ISBN: 978-84-121747-8-6
- Manual de la asignatura Dirección Comercial I (curso 2019-2020). ISBN: 978-84-948481-6-2

### **SEMINARIOS IMPARTIDOS DE DOCENCIA**

- Impartición del curso “Soft skills y comunicación efectiva en la docencia universitaria” junto con las profesoras Ana Rodríguez Martínez, María Zúñiga Antón, y Lara Íñiguez Berrozpe, de 9 horas de duración y organizado por el Centro de Innovación, Formación e Investigación en Ciencias de la Educación (CIFICE) de la Universidad de Zaragoza. Febrero, 2022.
- Seminario docente impartido en el tercer curso del grado de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Pablo de Olavide, titulado “Marca Personal” con carga lectiva de 0,5 ECTS (Sevilla, Diciembre, 2017).
- Seminario docente impartido en la X edición del máster en Dirección y Administración de Empresas Hoteleras en el módulo “Plan de Negocio y Creación de Empresa” con carga lectiva de 2 ECTS (Sevilla, Diciembre, 2017).

**FORMACION PARA LA DOCENCIA COMPLEMENTARIA**  
**(Asistencia a Jornadas, Cursos y Seminarios)**

1. Asistencia a las XV Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa de la Universidad de Zaragoza. Enero, 2023.
2. Asistencia a las *XIII Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC*. Cátedra Santander y Universidad de Zaragoza, organizadas por la Universidad de Zaragoza. Septiembre, 2022.
3. Asistencia al VI Congreso Internacional sobre Innovación Pedagógica y Práxis Educativa – INNOVAGOGÍA 2022. Mayo, 2022.
4. Asistencia a las XII Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa, organizadas por la Universidad de Zaragoza. Noviembre, 2018.
5. Asistencia a las XI Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa, organizadas por la Universidad de Zaragoza. Septiembre, 2017.
6. Asistencia a la VIII Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC, organizadas por la Cátedra Banco Santander de la Universidad de Zaragoza. Septiembre, 2017.
7. Asistencia a la VII Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC, organizadas por la Cátedra Banco Santander de la Universidad de Zaragoza. 12 Septiembre, 2016.
8. Asistencia al curso: “Plan de Orientación Universitaria de la Universidad de Zaragoza (POUZ). Características e implementación”. 21 de enero de 2016 (**2 horas**).
9. Asistencia a la I Jornadas de Innovación docente Campo Iberus y a la IX Jornada de Innovación Docente e Investigación Educativa UZ, organizadas por la Universidad de Zaragoza. 17-18 Septiembre, 2015.
10. Asistencia a la VI Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC, organizadas por la Cátedra Banco Santander de la Universidad de Zaragoza. 16 Septiembre, 2015.
11. Asistencia a la V Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC, organizadas por la Cátedra Banco Santander de la Universidad de Zaragoza. 12 Septiembre, 2014.
12. Asistencia a las VIII Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa, organizadas por la Universidad de Zaragoza. 10-11 Septiembre, 2014.
13. Taller: El portafolio, una herramienta para la evaluación. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, enero y febrero de 2014 (**20 horas**).
14. Moodle 2 en la Universidad de Zaragoza. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, marzo de 2013 (**2 horas**).
15. Los proyectos de innovación docente como instrumento de mejora de la enseñanza. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, abril de 2013 (**25 horas**).
16. Evaluación por medio de rúbricas. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, febrero de 2013 (**6 horas**).
17. Guías Docentes: contenido y elaboración. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, enero de 2013 (**20 horas**).
18. Inglés: Discurso académico oral. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, Octubre-Noviembre de 2012 (**30 horas**).
19. Asistencia a las III Jornadas de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Cátedra Banco Santander, Universidad de Zaragoza. Septiembre de 2012.
20. I Jornadas de Innovación Docente en Marketing, organizadas por el Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Zaragoza, junio de 2012.
21. Materiales curriculares: cómo elaborarlos, seleccionarlos y usarlos. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, febrero de 2012 (**16 horas**).
22. Aprender a pensar y enseñar a pensar: desarrollo del pensamiento creativo. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, febrero de 2012 (**12 horas**).

23. Evaluación de los aprendizajes: nuevos enfoques. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, enero de 2012 (**12 horas**).
24. Herramientas Google y su aplicación a la docencia: Formularios Google Docs y Calendar. Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, diciembre de 2011 (**8 horas**).

## **TRANSFERENCIA**

### **SEMINARIOS IMPARTIDOS EN EL ÁMBITO PROFESIONAL**

- Seminario impartido en las II Jornadas de Comunicación #comunicando(nos) para responsables de comunicación de los CAAFF celebradas los días 15 y 16 de marzo de 2019 en Zaragoza. La ponencia realizada se tituló: “¿Qué dice lo que no decimos? El lenguaje no verbal en público”.