

CURRICULUM ABREVIADO

A. DATOS PERSONALES

Fecha	09/03/2026
-------	------------

Nombre y apellidos	MARIA LUISA ANDREU SIMO	
Núm. identificación del investigador	Open Researcher and Contributor ID (ORCID)	0000-0001-8852-6506
	Scopus Author ID	24464377300
	Researcher ID	K-8428-2014

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universitat de València		
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	2022
Área	Comercialización e Investigación de Mercados		

A.2. Formación académica

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Lic. Ciencias Empresariales	Universidad de Valencia	1995
Doc. Dirección de Empresas	Universidad de Valencia	2001

A.3. Situación profesional anterior

- Profesora Asociada, Florida Universitaria (adscrita a Universitat de València), 1995-96
- Ayudante de Escuela Universitaria, Universitat Jaume I, curso 1998-2000
- Ayudante de Facultad y E.T.S, Universitat Jaume I curso 2000-01
- Ayudante de Facultad de primer período, Universitat de València, 2001-02
- Ayudante de Facultad de segundo período, Universitat de València, 2002-04
- Ayudante Doctor, Universitat de València, 2004-2006
- Titular de Universidad, 2006-2022

A.4. Indicadores generales de calidad de la producción científica

- *Número de sexenios: 4 (fecha de la evolución positiva del 4º sexenio: 9 de mayo 2024)*
- *Número de tesis doctorales dirigidas: 6*
- *80 artículos en revistas indexadas; 65% son artículos internacionales; 60% indexados en WOS y Scopus; 20 artículos son Q1 y Q2 (WOS); 7 artículos en decil 1 (WOS).*
- *Participación en 130 ponencias en congresos; de ellos, 95 internacionales (ej. AMS, EMAC, ATMC, AEMARK).*

B. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

Se acredita una experiencia investigadora de carácter internacional en el área de Comercialización e Investigación de Mercados. A lo largo de su trayectoria investigadora, la solicitante ha tenido un papel de liderazgo en los trabajos realizados en marketing turístico, comportamiento del consumidor y marketing de servicios. Con el fin de impulsar la investigación académica en marketing turístico, la solicitante fue investigadora responsable de la organización del 2007 "Advances in Tourism Marketing Conference" (ATMC) en la Universitat de València. Con relación a la participación en proyectos obtenidos en convocatorias competitivas, la solicitante ha participado de forma continuada como miembro del equipo investigador de 16 proyectos en convocatorias competitivas.

C. MÉRITOS DE DOCENCIA MÁS RELEVANTES

C.1. Coordinación Académica

- Coordinadora académica del Doble Grado Turismo y ADE (TADE) en la Universitat de València desde su implantación en el curso 2014-15.
- Directora del Master oficial en Gestión de Negocios Internacionales, Universitat de València, cursos 2009-10, 2010-11 y 2011-12.

C.2. Miembro de Comisión Académica de Títulos

- Miembro de la Comisión Académica de Títulos en el Grado en Turismo.
- Miembro de la Comisión Académica de Títulos en el Grado en Administración y Dirección de Empresas.

C.3. Participación en proyectos de innovación educativa

- Participación en proyectos de innovación educativa de la Facultad d' Economía de la Universitat de València: “Talleres de Competencias Profesionales en Turismo” (desde el curso 2015-16 se realiza anualmente esta actividad docente de innovación educativa: www.uv.es/tallertur)
- Participación en proyecto de la UE Erasmus + “Future-proof your classroom – teaching skills 2030” (TEACHING 2030), dirigido por Dr. Petra Hauptfeld-Göllner (University of Applied Sciences Burgenland, Austria).

C.4. Participación en congresos internacionales de calidad e innovación educativa

- Andreu, L., Bigné, E., Hauptfeld, P., & Pérez-Cabañero, C. (2024). Designing a Sustainable Communication Campaign by Implementing Agile Methodologies. In *INTED2024 Proceedings* (pp. 7177-7185). IATED.
- Andreu, L., Arenas, S., Soler, A., & Porcuna, R. (2023). Simulating an Instagram employer branding campaign by implementing agile methodologies. In *INTED2023 Proceedings* (pp. 7961-7964). IATED.
- Pérez-Cabañero, C., Andreu, L., & Bigné, E. (2021). Blended tutoring of higher education students developing their master thesis. In *INTED 2021 proceedings* (pp. 9244-9251). IATED.
- Bigne, E.; Andreu, L.; Ruiz, C.; Badenes, A. (2018). Virtual classroom: beyond brick-and-mortar learning. *12th International Technology, Education and Development Conference (INTED)*, Valencia, 5-7 Marzo. Publicación: 12th International Technology, Education and Development Conference Book Series: INTED Proceedings, pp. 5596-5604

D. MÉRITOS DE INVESTIGACIÓN MÁS RELEVANTES

D.1. Publicaciones

1. Font, X., Andreu, L., Mattila, A. S., & Aldas-Manzano, J. (2025). Sustainability information overload: Its effect on customers' greenwashing perceptions, perceived value, and behavioral intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 62, 196-204.
2. Bigne, E., Zanfardini, M., & Andreu, L. (2025). Destination online reviews: lexicons and thematic arguments on social responsibility. *Tourism Review*, 80(4), 944-965.
3. Gao, Y., Mattila, A. S., & Andreu, L. (2024). Current knowledge and research directions of responsible tourism and hospitality: A review and research agenda. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(4), 783-798.
4. Bigne, E., Curras-Perez, R., Ruiz, C., & Andreu, L. (2024). I want to travel to the past! The role of creative style and historical reconstructions as antecedents of informativeness in a virtual visit to a heritage tourist destination. *Current Issues in Tourism*, 27(20), 3369-3384.
5. Stadlthanner, K. A., Andreu, L., Ribeiro, M. A., Font, X., & Mattila, A. S. (2022). The effects of message framing in CSR advertising on consumers' emotions, attitudes, and behavioral intentions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(7), 777-796.
6. Nicolau, J. L., Stadlthanner, K. A., Andreu, L., & Font, X. (2022). Explaining the willingness of consumers to bring their own reusable coffee cups under the condition of monetary incentives. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102908.
7. Bigné, E., Oltra, E., Andreu, L. (2019). Harnessing stakeholder input on Twitter: A case study of short breaks in Spanish tourist cities. *Tourism Management*, 71, April, pp. 490-503.

8. Ruiz-Alba, J.L., Nazarian, A., Rodríguez-Molina, M.A., & Andreu, L. (2019). Museum visitors' heterogeneity and experience processing. *International Journal of Hospitality Management*, 78, April, pp. 131-141.
9. Casado-Díaz, A.B., Andreu, L., Beckmann, S. C. & Miller, C. (2018). Negative online reviews and webcare strategies in social media: effects on hotel attitude and booking intentions. *Current issues in Tourism*, published online in 2018, <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1546675>.
10. Amaro, S., Andreu, L., Huang, S. (2018). Millennials' intentions to book on Airbnb. Published online, *Current Issues in Tourism*, published online in 2018, <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1448368>
11. Bigné, E., Andreu, L., Hernández, B., Ruiz, C. (2018). The impact of social media and offline influences on consumer behaviour. An analysis of the low-cost airline industry. *Current Issues in Tourism*, 21 (9), pp. 1014-1032.
12. Stojanovic, I., Andreu, L., & Currás, R. (2018). "Effects of the intensity of use of social media on brand equity: An empirical study in a tourist destination." *European Journal of Management and Business Economics* 27.1, 83-100.
13. Okazaki, S., Andreu, L., & Campo, S. (2017). Knowledge Sharing Among Tourists via Social Media: A Comparison Between Facebook and TripAdvisor. *International Journal of Tourism Research*, 19(1), 107-119.
14. Andreu, L., Casado-Díaz, A. B., & Mattila, A. S. (2015). Effects of message appeal and service type in CSR communication strategies. *Journal of Business Research*, 68(7), 1488-1495.
15. Bigné, E., Ruiz, C., Andreu, L., & Hernandez, B. (2015). The role of social motivations, ability, and opportunity in online know-how exchanges: evidence from the airline services industry. *Service Business*, 9(2), 209-232.
16. Okazaki, S., Campo, S., Andreu, L., & Romero, J. (2015). A Latent Class Analysis of Spanish Travelers' Mobile Internet Usage in Travel Planning and Execution. *Cornell Hospitality Quarterly*, vol. 56 no. 2 191-201

D.2. Proyectos

1. Referencia: GV06/374. Título del proyecto: Integración de las TIC en los procesos empresariales, creación de valor y competitividad. Projectes d'Investigació (Generalitat Valenciana). Conselleria d'Empresa, Universitat i Ciència de la Generalitat Valenciana. Duración, desde: 2006 hasta: 2008. Investigador/s responsable/s: María Luisa Andreu Simo
2. Referencia: MITC2007-79119 / ANDREU SIMO, M.L. Título: 2007 Advances in Tourism Marketing Conference. Entidad financiadora: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Investigador principal: María Luisa Andreu Simo (Universitat de València). Duración, desde: 2007 hasta: 2007
3. Referencia: ECO2008-01557/ECON. Título: Difusión y utilización de Internet en teléfono móvil en la comercialización de productos y servicios. Proyectos de Investigación del Plan Nacional de I+D+I. Ministerio de Ciencia e Innovación, Dirección General de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+i. Duración, desde: 2009 hasta: 2011. Investigador responsable: Shintaro Okazaki (Universidad Autónoma de Madrid).
4. Referencia: PSI2010-21891. Título del proyecto: Antecedentes de la confianza mutua entre profesionales y familias y su impacto sobre la autonomía y la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual. Proyectos de Investigación del Plan Nacional de I+D+I. Ministerio de Ciencia e Innovación, Dirección General de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+i. Duración, desde: 2011 hasta: 2013. Investigador responsable: Martínez-Tur, V. (Universitat de València).
5. Referencia: ECO2011-30105. Título del proyecto: Desafíos y oportunidades para el comercio electrónico mediante Internet móvil. Proyectos de Investigación del Plan Nacional de I+D+I. Ministerio de Ciencia e Innovación, Dirección General de

- Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+i. Duración, desde: 2012 hasta: 2014. Investigador/s responsable/s: Shintaro Okazaki.
6. Referencia: ECO2014-53837-R. Título del proyecto: Comunicaciones boca-oído y comercio electrónico en la web 2.0. Retos y oportunidades para el sector turismo. Ministerio de Economía y Competitividad. Duración, desde: 2015 hasta: 2017. Investigadores responsables: Enrique Bigné; Carla Ruiz (Universitat de València)
 7. Referencia: PID2019-111195RB-I00, Impacto de las comunicaciones digitales en la elección de marca. Análisis experimental y neurocientífico en servicios. Ministerio de Ciencia e Innovación. Dirección General de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+i. Enrique Bigne y Carla Ruiz. (Universitat de València). 30/06/2020- 31/05/2024.

D.3. Editora invitada de Revistas Académicas

- *European Management Journal*. Volume 30, Issue 5, October 2012. Special Issue: Research perspectives in the management of complex service systems. Editores: Ng, I. & Andreu, L.
- *International Journal of Tourism Research*. Volume 13, Issue 4, July 2011. Special issue: Marketing Innovations for Sustainable Destinations. Editores: Fyall, A., Kozak, M., Andreu, L., Gnoth, J., Lebe, S.S.
- *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. Volume 3, Issue 2, June 2009. Special issue: Consumer behavior in tourism destinations. Editores: Gnoth, J., Andreu, L., Kozak, M.
- *Tourism Review*. Volume 63, Issue 2, 20 June 2008. Special issue: Destination management: Thinking laterally. Editores: Kozak, M., Gnoth, J., Andreu, L.

D.4. Miembro de Comités Editoriales

Actualmente participa en el Comité Editorial de las siguientes revistas internacionales:

- *Tourism Review*, desde 2020.
- *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, desde 2011.
- *Journal of Hospitality and Tourism Research*, desde 2008.
- *ANATOLIA: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, desde 2005.
- *Journal of Destination Marketing & Management*, desde 2012.

D.5. Premios de investigación:

A lo largo de la trayectoria académica, ha recibido premio como los siguientes:

- Premio de Investigación de Marketing, ESIC-Bancaja 6ª convocatoria, 2002-03.
- Premio Turismo a la investigación turística en la modalidad de tesis doctorales, 2002.
- XIV Premio Tribuna Fitur-Jorge Vila Fradera, 2013.
- "Best paper award", para el trabajo "Tourism Destinations tweets predict hotel occupancy: An artificial Neural Network Study", International Marketing Trends Conference. Venice, 2016.

D.6. Estancias de investigación postdoctorales:

- Pennsylvania State University (USA), agosto-noviembre 2008. Tema: Service Marketing. Director: Anna Mattila.
- University of Cambridge - Institute for Manufacturing, febrero 2011. Tema: Participación en actividades de investigación en temas relacionados a 'Sistemas de Servicios Complejos' junto a la Dra. Irene Ng en la red de investigación 'Cambridge Service Alliance'. Se obtuvo una Beca para estancias otorgada por la Generalitat Valenciana (BEST/2011)
- Université catholique de Louvain, julio-septiembre 2018. Tema: Sustainable value co-creation. Director: Valerie Swaen.
- University of Surrey, julio-diciembre 2012. Tema: Sustainable Tourism. Director: Xavier Font.