



---

**Comisión Interministerial de Ciencia y  
Tecnología**

---

## **Curriculum vitae**

Nombre: Julio JIMÉNEZ MARTÍNEZ

Fecha: 25 de enero de 2025

Apellidos: JIMÉNEZ MARTÍNEZ

Nombre: JULIO

DNI:

Fecha de nacimiento :

Sexo:

Researcher ID K-8146-2014

Código Orcid

0000-0001-7805-3354

### Situación profesional actual

Organismo: UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Facultad, Escuela o Instituto: FACULTAD DE CC. ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Depto./Secc./Unidad estr.: DPTO. DE DIRECCIÓN DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Dirección postal: GRAN VÍA 2, 50005 ZARAGOZA

Teléfono (indicar prefijo, número y extensión): Correo electrónico:

Especialización (Códigos UNESCO): 5311

Categoría profesional: CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD Fecha de inicio: 23-JULIO-2007

Situación administrativa

Plantilla

Contratado

Interino

Becario

Dedicación

A tiempo completo

A tiempo parcial

### Líneas de investigación

Breve descripción, por medio de palabras claves, de la especialización y líneas de investigación actuales.

Aceptación de innovaciones, difusión de TIC; co-creación de valor

### Formación Académica

Titulación Superior	Centro	Fecha
Ciencias Ec. y Empresariales	Facultad de CC. EE. y Empresariales (UZ)	Junio 1988
Doctorado	Centro	Fecha
Ciencias Ec. y Empresariales	Universidad de Zaragoza	11 – 09 - 1996

### Actividades anteriores de carácter científico profesional

Puesto	Institución	Fechas
Becario de Investigación	Universidad de Zaragoza	01-10-88/30-09-89
Profesor Ayudante	Universidad de Zaragoza	01-10-89/31-10-90
Profesor Asociado TC	Universidad de Zaragoza	01-11-90/07-11-99
Titular de Universidad	Universidad de Zaragoza	08-11-99/22-07-07

### Idiomas (R = regular, B = bien, C = correctamente)

Idioma	Habla	Lee	Escribe
Inglés	B	B	B
Francés	R	R	R
Italiano	R	R	R

## **Indicadores generales de calidad de la producción científica\***

5 sexenios.

4 tesis doctorales.

Citas totales: 675 (en 68 artículos), Research ID; 2323 (en 55 artículos) Google Scholar

Publicaciones Q1: 8 Q2:

Índice h: 13, Research ID; 22, Google Scholar

\*La información aquí incluida corresponde a la suma de todas las publicaciones del investigador, las cuales han sido firmadas con diferentes nombres (ej. un apellido, dos apellidos sin guión, dos apellidos con guión, 2º apellido).

## Publicaciones o Documentos Científico-Técnicos

### Revistas indexadas en Journal Citation Reports

---

**AUTORES** (p.o. de firma): C.Fandos, C. Herrando, J. Jiménez-Martínez, J.M. Pina

**TITULO:** Discuss to learn: A student-focused learning strategy.

**REVISTA:** Education + Training, vol.65, no.5, pp.697-710, 2023.

JCR: 3.2 Q1 Education&Educational Research.

2 citas en Google Scholar

0 citas en Scopus

0 citas en JCR

---

**AUTORES** (p.o. de firma): C.Fandos, J. Jiménez-Martínez, C. Orús, A. Pérez-Rueda, J.M. Pina

**TITULO:** The Influence of Personality on Learning Outcomes and Attitudes: The Case of Discussants in the Classroom

**REVISTA:** International Journal of Management Education, vol.21, 1, pp.1599-1617, 2023. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100754>

JCR: 6.0 Q1 Education&Educational Research; Q1 Management; Q1 Business

38 citas en Google Scholar

0 citas en Scopus

9 citas en JCR

---

**AUTORES** (p.o. de firma): C.Herrando, J. Jiménez-Martínez y M.J. Martín-De Hoyos

**TITULO:** Emotional responses in online social interactions: the mediating role of flow

**REVISTA:** Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, vol.35, no.7, pp., 2023.

JCR: 3,9 Q3, Business.

17 citas en Google Scholar

0 citas en Scopus

8 citas en JCR

---

**AUTORES** (p.o. de firma): C.Herrando, J. Jiménez-Martínez, M.J. Martín-De Hoyos y E. Constantinides.

**TITULO:** Emotional contagion triggered by online consumer reviews: Evidence from a neuroscience study

**REVISTA:** Journal of Retailing and Consumer Services, vol.67, pp., 2022.

DOI: [10.1016/j.jretconser.2022.102973](https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102973)

JCR: 10.4 Q1, Business.

42 citas en Google Scholar

0 citas en Scopus

22 citas en JCR

---

**AUTORES** (p.o. de firma): C.Herrando, J. Jiménez-Martínez y M.J. Martín-De Hoyos

**TITULO:** Social commerce users' optimal experience: stimuli, response and culture

**REVISTA:** Journal of Electronic Commerce Research, vol.20(4), pp. 199-218, 2019.

JCR: 1.875 Q3, Business.

23 citas en Google Scholar

0 citas en Scopus  
50 citas en JCR

---

**AUTORES (p.o. de firma):** C.Herrando, J. Jiménez-Martínez y M.J. Martín-De Hoyos  
**TITULO:** Tell me your age and I tell you what you trust: the moderating effect of generations

**REVISTA:** Internet Research vol. 29 no. 4, pp. 799-817. 2019

DOI: 10.1108/IntR-03-2017-0135

JCR: 4.708 Q1, Business, Computer Science (42/152, Q1) y Telecommunications (15/90, Q1)

147 citas en Google Scholar

0 citas en Scopus

59 citas en JCR

---

**AUTORES (p.o. de firma):** C. Fandos, J. Jiménez, C. Orús y J.M. Pina

**TITULO:** Introducing the discussant role to stimulate debate in the classroom: effects on interactivity, learning outcomes, satisfaction and attitudes

**REVISTA:** Studies in Higher Education 44(2), pp. 380-396, 2019

<http://dx.doi.org/10.1080/03075079.2017.1366437>

JCR: 3,00; Q1 Education & Educational Research 30/263

12 citas en Google Scholar

0 citas en Scopus

3 citas en JCR

---

**AUTORES (p.o. de firma):** C. Herrando, J. Jiménez y M.J. Martín

**TITULO:** From sPassion to sWOM: The role of flow

**REVISTA:** Online Information Review, vol.42, nº 2, pp.191-204, 2018

<https://doi.org/10.1108/OIR-09-2016-0243>

JCR: 1,928, Q2 Information Science and Library Science 31/85; Q3 Computer Science, Information Systems 86/146;

23 citas en Google Scholar

2 citas en Scopus

13 citas en JCR

---

**AUTORES (p.o. de firma):** C. Herrando, J. Jiménez y M.J. Martín

**TITULO:** Passion at first sight: how to engage users in social commerce contexts

**REVISTA:** Electronic Commerce Research, vol.17, nº 4, pp 701-720, 2017.

DOI 10.1007/s10660-016-9251-6

JCR: 1,489, Q3 Business 96/140 y Management, 136/210;

66 citas en Google Scholar

14 citas en Scopus

42 citas en JCR

---

**AUTORES (p.o. de firma):** L. Blasco, B. Hernández y J. Jiménez

**TITULO:** Engagement platforms: the role of emotions to foster customer engagement and brand image in interactive media

**REVISTA:** Journal of Service Theory and Practice, vol. 26, nº 5, pp. 559-589, 2016  
DOI 10.1108/JSTP-12-2014-0286

JCR: 1,098, Q3 Management, 103/185;

2017 Highly Commended Paper Award for Excellence

215 citas en Google Scholar

28 citas en Scopus

82 citas en JCR

---

**AUTORES (p.o. de firma):** L. Blasco, B. Hernández y J. Jiménez

**TITULO:** The online purchase as a context for co-creating experiences: drivers of and consequences for customer behavior

**REVISTA:** Internet Research, vol. 24, nº 3, pp. 393-412, 2014

JCR: 1,661, Q2 Business, 46/115; Q2 Computer Science, Information Systems 37/135; Q2 Telecommunications 22/78

127 citas en Google Scholar

22 citas en Scopus

57 citas en JCR

---

**AUTORES (p.o. de firma):** L. Blasco, B. Hernández y J. Jiménez

**TITULO:** Collaborating Online: The Role of Interactivity and Personalization

**REVISTA:** The Services Industries Journal, Vol. 34, nº 8, pp. 677-698, 2014

DOI 10.1080/02642069.2014.886190

JCR: 0,832, Q3 Management 128/185

34 citas en Google Scholar

4 citas en Scopus

15 citas en JCR

---

**AUTORES (p.o. de firma):** L. Blasco, B. Hernández y J. Jiménez

**TITULO:** Adopting Television as a New Channel for E-Commerce. The Influence of Interactive Technologies on Consumer Behavior

**REVISTA:** Electronic Commerce Research Journal, Vol. 13, nº 4, pp 457-475, 2013.

DOI 10.1007/s10660-013-9132-1

JCR: 1,632; Q2 Business 50/110; Q2 Management 58/172

58 citas en Google Scholar

25 citas en Scopus

29 citas en JCR

---

**AUTORES (p.o. de firma):** B. Hernández y J. Jiménez

**TITULO:** Performance of e-Invoicing in Spanish Firms

**REVISTA:** Information Systems and e-Business Management, vol. 11, nº 3, pp 457-480, 2013

DOI 10.1007/s10257-012-0203-y

JCR: 0,348; Q4 Business 98/110; Q4 Management 157/172

40 citas en Google Scholar

6 citas en Scopus

8 citas en JCR

AUTORES (p.o. de firma): B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
TITULO: Age, Gender and Income: Do they Really Moderate Online Shopping Behavior?  
REVISTA: Online Information Review, vol.35, nº 1, 2011, pp.113-133, 2011  
DOI 10.1108/14684521111113614  
JCR: 0,939; Q2 Computer Science, Information Systems 66/135; Q2 Information Science &Library 32/83  
789 citas en Google Scholar  
138 citas en Scopus  
220 citas en JCR

AUTORES (p.o. de firma): B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
TITULO: The Influence of Website Quality on its Traffic Rank. The Case of e-Banking in Spain  
REVISTA: Information Research, vol.15 nº 2, paper 429, 2010 <http://InformationR.net/ir/15-52/paper429.htm>  
DOI 10.1108/14684521111113614  
JCR: 0,822 Q2 Information Science &Library 38/77  
15 citas en Google Scholar  
9 citas en Scopus  
2 citas en JCR

AUTORES (p.o. de firma): B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
TITULO: Customer Behavior in Electronic Commerce: The Moderating Effect of e-Purchasing Experience  
REVISTA: Journal of Business Research, vol.63, nº 9-10, 2010 pp. 964-971  
DOI 10.1108/14684521111113614  
JCR: 1,773; Q2 Business 33/103  
516 citas en Google Scholar  
120 citas en Scopus  
155 citas en JCR

AUTORES (p.o. de firma): B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
TITULO: Business Management Software in High-Tech Firms: The Case of the IT Services Sector  
REVISTA: Journal of Business & Industrial Marketing, vol. 25, nº 2, pp. 132-146, 2010  
DOI 10.1108/14684521111113614  
JCR: 0,752; Q3 Business 75/103  
23 citas en Google Scholar  
11 citas en Scopus  
9 citas en JCR

---

AUTORES (p.o. de firma): B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
TITULO: Key Website Factors in e-Business Strategy  
REVISTA: International Journal of Information Management, Vol. 29, nº 5, 2009, pp 362-371  
DOI [10.1108/14684521111113614](https://doi.org/10.1108/14684521111113614)  
JCR: 0,723; Q3 Information Science &Library 34/66

391 citas en Google Scholar  
96 citas en Scopus  
111 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* The Impact of Self-Efficacy, Ease of Use and Usefulness on e-Purchasing: An Analysis of Experienced e-Shoppers  
*REVISTA:* Interacting with Computers, vol. 21, nº 1-2, pp.146-156, 2009  
JCR: 1,698 Q1; Ergonomics 2/14; Q2 Computer Science, Cybernetics 7/19  
199 citas en Google Scholar  
58 citas en Scopus  
60 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.  
*TITULO:* Future Use Intentions versus Intensity of Use: An Analysis of Corporate Technology Acceptance  
*REVISTA:* Industrial Marketing Management, vol.38, pp.338-354, 2009  
JCR: 1,333; Q2 Management 50/112; Q3 Business 44/87  
46 citas en Google Scholar  
12 citas en Scopus  
10 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.  
*TITULO:* Adoption vs Acceptance of e-Commerce: Two Different Decisions  
*REVISTA:* European Journal of Marketing, vol.43, nº 9/10, pp. 1232-1245, 2009  
JCR: 0,756; Q3 Business 65/87  
224 citas en Google Scholar  
54 citas en Scopus  
58 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.  
*TITULO:* Differences between Potential, New and Experience e-Customers: Analysis of e-Purchasing Behaviour  
*REVISTA:* Internet Research, vol. 18, nº 3, 2008, pp. 248-265  
JCR: 0,800 Q3 Telecommunications 35/67; Q3 Information Science, Information Systems 68/99 ;  
71 citas en Google Scholar  
26 citas en Scopus  
26 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Extending the Technology Acceptance Model to Include the IT Decision-Maker: A Study of Business Management Software  
*REVISTA:* Technovation, vol. 28, nº 3, pp.112-121, 2008  
JCR: 1,907; Q1 Engineering, Industrial 4/33; Q1 Operations Research&Management Science 9/64; Q2 Business 28/89  
220 citas en Google Scholar  
64 citas en Scopus

76 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Analysis of the moderating effect of industry on online behaviour  
*REVISTA:* Online Information Review, vol. 30, nº 6, pp. 681-698, 2006  
JCR: 0,750 Q2 Information Science & Library Science 23/53; Q3 Computer Science, Information Systems 50/87  
40 citas en Google Scholar  
12 citas en Scopus  
9 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y Y. Polo  
*TITULO:* The Influence of EDI Adoption over its Perceived Benefits  
*REVISTA:* Technovation, vol 24, nº 1, pp. 73-79, 2004  
JCR: 0,231 Q4 Engineering Industrial 25/33; Q4 Operations REsearch & Management Science 49/56  
70 citas en Google Scholar  
30 citas en Scopus  
28 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y Y. Polo  
*TITULO:* Key Variables in the EDI Adoption by Retail Firms  
*REVISTA:* Technovation, vol. 21, nº 6 , pp. 385-394, 2001  
JCR: 0,283; Q3 Engineering Industrial 18/30; Operations Research & Management Science 39/53  
33 citas en Google Scholar  
14 citas en Scopus  
11 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y Y. Polo  
*TITULO:* Kalman Filtering as a Tool to Study the Technological Substitution in the Telecommunications Sector  
*REVISTA:* Technovation, vol. 19, nº 12, pp.735-746, 1999  
JCR: 0,283; Q2 Engineering Industrial 15/31; Operations Research & Management Science 32/50.  
5 citas en Google Scholar  
1 citas en Scopus  
2 cita en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y Y. Polo  
*TITULO:* International Diffusion of a New Tool: The Case of electronic data interchange in the retailing sector  
*REVISTA:* Research Policy, vol.26, nº 7-8, pp. 811-827, 1998  
JCR: 1,162 Q1, 10/61 Management; 4/38 Planning&Development  
56 citas en Google Scholar  
21 citas en Scopus  
18 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* Jiménez, A. Martínez, L. Navarro, Y. Polo y L. Tomás  
*TITULO:* The Process of Implementing Industrial Robots in Spanish Industry  
*REVISTA:* International Journal of Operations & Production Management, vol. 12, nº 5, pp. 21-38, 1992  
1996 JCR: 0,359 N/A 38 Management  
11 citas en Google Scholar  
0 citas en Scopus

### Otras revistas

---

*AUTORES (p.o. de firma):* C.Herrando, J. Jiménez-Martínez y M.J. Martín-De Hoyos  
*TITULO:* The Mediated Effect of Social Presence on Social Commerce WOM Behavior  
*REVISTA:* Information, vol.12, nº 12, 2021 <https://doi.org/10.3390/info12120498>  
SJR: 0,349 Q3  
8 citas en Google Scholar  
3 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* C.Herrando, J. Jiménez-Martínez y M.J. Martín-De Hoyos  
*TITULO:* Surfing or flowing? How to retain e-Customers on the Internet  
*REVISTA:* Spanish Journal of Marketing, vol. 22,nº 1, pp. 2-21, 2018  
DOI 10.1108/SJME-03-2018-006  
SJR: 2,9 Q2  
23 citas en Google Scholar  
2 citas en Scopus

---

*AUTORES (p.o. de firma):* C. Herrando, J. Jiménez y M.J. Martín-De Hoyos  
*TITULO:* The State of Flow in Social Commerce: The Importance of Flow Consciousness  
*REVISTA:* International Journal of Electronic Marketing and Retailing, vol.9, nº4, pp. 7-224, 2018  
SJR: 0,8 Q3  
2 citas en Google Scholar  
0 citas en Scopus

---

*AUTORES (p.o. de firma):* C. Fandos, J. Jiménez y J.M. Pina  
*TITULO:* Lacasa: un caso de éxito en la gestión de marcas y productos  
*REVISTA:* Perspectiva Empresarial, vol. 2, nº 2, pp. 7-22, 2016  
1 citas en Google Scholar  
0 citas en Scopus

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín

---

*TITULO:* The Effect of Experience on Web Procurement: An Intersectorial Analysis of Small Firms

*REVISTA:* International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, vol. 15, nº 1, pp. 7-24, 2009

6 citas en Google Scholar

0 citas en Scopus

3 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín

*TITULO:* The Role of Information Technology Knowledge in B2B Development

*REVISTA:* International Journal of Electronic Business Research, vol. 4, nº 1, pp. 40-54, 2008

32 citas en Google Scholar

5 citas en Scopus

11 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.

*TITULO:* Business Acceptance of Information Technology: Expanding TAM Using Industry Sector and Technological Compatibility

*REVISTA:* Int. Jrl. of Enterprise Information Systems, vol. 4, nº 4, 2008, pp.62-79

25 citas en Google Scholar

11 citas en Scopus

9 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.

*TITULO:* An analysis of web navigability in Spanish internet banking

*REVISTA:* Journal of Internet Banking and Commerce, vol. 12, nº 3, 2007

(<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>)

52 citas en Google Scholar

15 citas en Scopus

citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín

*TITULO:* Influence of the Business Technological Compatibility on the Acceptance of Innovations

*REVISTA:* European Journal of Innovation Management, vol. 10, nº 1, pp. 7-24, 2007

18 citas en Google Scholar

8 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín

*TITULO:* Business acceptance of information technologies: an study of the service sector

*REVISTA:* Journal of Information Systems and Technology Management, vol. 4, nº 1, pp. 3-22, 2007

6 citas en Google Scholar

0 citas en Scopus

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y M.J. Martín

*TITULO:* Comercio Electronico: Diferencias entre Compra e Intención de Compra  
*REVISTA:* Cuadernos Aragoneses de Economía, vol. 17, 1, 181-193, 2007  
5 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Indicadores y dimensiones que definen la actitud del consumidor hacia el uso del comercio electrónico.  
*REVISTA:* Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas, nº 31, pp. 7-30, 2007  
51 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Análisis de la empresa como usuaria de las nuevas tecnologías de la información: una aplicación al comercio B2B  
*REVISTA:* Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 16, nº 4, 2007  
7 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Ventajas en costes derivadas de la adopción del EDI: Análisis de la distribución comercial española  
*REVISTA:* Distribución y Consumo, nº 89, septiembre-octubre, 2006  
0 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Análisis del comportamiento empresarial en la adopción de tecnología  
*REVISTA:* Universia Business Review, nº 10, pp. 54-65, 2006  
34 citas en Google Scholar  
4 citas en JCR

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Estudio de las TIC en la empresa y su influencia en las relaciones con clientes y proveedores  
*REVISTA:* Teknokultura 6, septiembre <http://teknokultura.rrp.upr.edu/> 2006  
0 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma):* C. Flavián, R. Gurrea y J. Jiménez  
*TITULO:* Prensa digital y prensa tradicional: un análisis empírico del comportamiento del consumidor  
*REVISTA:* Investigación y Marketing, nº 92, septiembre, 2006  
1 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma):* C. Flavián, R. Gurrea y J. Jiménez  
*TITULO:* Periódicos electrónicos: ¿un complemento o una alternativa a la prensa digital?  
*REVISTA:* Estudios sobre Consumo, nº 78, pp. 49-58, 2006  
2 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Análisis y evolución de Internet como canal de compras

*REVISTA*: Estudios sobre Consumo, nº 74, pp. 21-32, 2005  
1 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma)*: J. Jiménez, Y. Polo y M. Salvador  
*TITULO*: La digitalización en las telecomunicaciones: análisis teórico y empírico  
*REVISTA*: Economía Industrial, nº 333, 161-170, 2001  
0 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma)*: J. Jiménez y Y. Polo  
*TITULO*: Influencia de la Adopción de una Tecnología sobre la Ventaja Relativa Percibida. Una Aplicación al Intercambio Electrónico de Documentos (EDI)  
*REVISTA*: ESIC-Market, nº 108, pp. 9-24., 2001  
1 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma)*: J. Jiménez y Y. Polo  
*TITULO*: Ventajas y Desventajas del Comercio Electrónico. Resultados de un estudio empírico entre empresas de Aragón  
*REVISTA*: Distribución y Consumo, nº 55, pp. 79-85,2000  
3 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma)*: C. Flavián, J. Jiménez y J. Lozano  
*TITULO*: La orientación al mercado como una nueva forma de entender el concepto de marketing  
*REVISTA*: Cuadernos Aragoneses de Economía 9, 1, pp. 243-253,1999  
0 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma)*: C. Flavián, J. Jiménez y J. Lozano  
*TITULO*: Algunas consideraciones sobre la relación entre orientación al mercado y rentabilidad  
*REVISTA*: Investigación y Marketing, nº64, septiembre, pp. 34-39,1999  
7 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma)*: J. Jiménez, E. Martínez y T. Montaner  
*TITULO*: La innovación y la I+D en la empresa aragonesa  
*REVISTA*: Cuadernos Aragoneses de Economía 9, 1, pp. 157-169, 1999  
1 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma)*: J. Jiménez, E. Martínez y J.F. Sáenz  
*TITULO*: La I+D en Aragón: Organismos y Centros  
*REVISTA*: Revista de Gestión Pública y Privada, vol. 2, pp. 83-108,1997  
0 citas en Google Scholar

---

*AUTORES (p.o. de firma)*: J. Jiménez, I. Naranjo y Y. Polo  
*TITULO*: Efectos de la digitalización en la difusión de nuevas tecnologías de información y sus implicaciones para la gestión comercial  
*REVISTA*: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 5, nº 2, pp. 45-56, 1996

0 citas en Google Scholar

---

**AUTORES (p.o. de firma):** J. Jiménez y Y. Polo  
**TITULO:** The International Diffusion of EDI  
**REVISTA:** *Journal of Internet Banking and Commerce*, vol. 1,  
<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/9604-6.htm> , 1996  
6 citas en Google Scholar

---

**AUTORES (p.o. de firma):** J. Jiménez y Y. Polo  
**TITULO:** Estrategias de adopción del Intercambio Electrónico de Datos (EDI): un análisis empírico para el sector de la distribución en España  
**REVISTA:** *Economía Industrial*, nº 307, pp. 49-62, 1996  
1 citas en Google Scholar

---

**AUTORES (p.o. de firma):** J. Jiménez y Y. Polo  
**TITULO:** Difusión Internacional de una Tecnología: el Intercambio Electrónico de Datos (EDI)  
**REVISTA:** *Papeles de Economía Española*, nº 66, pp. 64-83, 1996  
4 citas en Google Scholar

---

**AUTORES (p.o. de firma):** J. Jiménez, A. Martínez, L. Navarro, Y. Polo y L. Tomás  
**TITULO:** La gestión de los proyectos de robotización de las empresas españolas  
**REVISTA:** *Automatización Integrada Revista de Robótica*, enero-febrero, pp. 93-101, 1991  
0 citas en Google Scholar

---

**AUTORES (p.o. de firma):** E. Giner, J. Hernández, J. Jiménez y A. Molina.  
**TITULO:** Sistemas de demanda para las importaciones españolas  
**REVISTA:** *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 14, pp. 101-118, 1990  
0 citas en Google Scholar

---

## Capítulos de libros

---

**AUTORES (p.o. de firma):** C. Blasco-Arcas, B. Hernández-Ortega y J. Jiménez-Martínez.  
**TITULO:** Let me see how others socialize to co-create my own experiences: the importance of C2C interactions-related cues in IT-service environments.  
**LIBRO:** *Omnichannel Marketing: Las nuevas reglas de la distribución y el consumo en un mundo multicanal*. J.A. Trespalacios, R. Vázquez, E. Estrada y C. González (ed.)  
Cátedra Fundación Ramón Areces, pp.49-76, 2019

---

**AUTORES (p.o. de firma):** C. Herrando, J. Jiménez-Martínez, M.J Martín-De Hoyos, K Akasawa y K. Yana.  
**TITULO:** The role of active and passive s-WOM: Does participation affect loyalty?  
**LIBRO:** *Marketing Insights: La respuesta del comercio a las tendencias de comportamiento social del consumidor*. J.A. Trespalacios, R. Vázquez, E. Estrada y C. González (ed.)  
Cátedra Fundación Ramón Areces, pp.15-32, 2017

---

*AUTORES (p.o. de firma):* L. Blasco, B. Hernández, J. Jiménez y J. Mas  
*TITULO:* La televisión como nuevo canal de distribución  
*LIBRO:* *Experiencia y Comportamiento del Ciente en un Entorno Multicanal: Claves de Éxito para Fabricantes y Detallistas*, R. Vázquez, J.A. Trespacios, E. Estrada y C. González (ed.) Cátedra Fundación Ramón Areces, pp.251-272, 2014

---

*AUTORES (p.o. de firma):* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Analysis of the relationship existing between business commercial IT  
*LIBRO:* *Transforming e-Business practices and Applications: Emerging technologies and concepts*, I. Lee (ed.) Hershey P.A. Information Science Ref. pp250-276, 2009

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* The role of enterprise perceptions in acceptance of information systems.  
*LIBRO:* *Organizational advancements through enterprise information systems: emerging applications and developments* pp. 156-173, 2009  
*EDITORIAL:* IGI GLOBAL.

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y Y. Polo  
*TITULO:* Futuro y Perspectivas del Comercio Electrónico en la Comunidad Autónoma Aragonesa  
*LIBRO:* *Innovación y Empresa Innovadora. Aspectos económicos y jurídicos*, R.Vallejo (coord.), 2001

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez, E. Martínez y Y. Polo  
*TITULO:* Diffusion and Adoption of New Products  
*LIBRO:* *The Current State of Business Disciplines*; editor: Shri Bhagwan Dahiya. 2000

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y Y. Polo  
*TITULO:* Importancia de las comunicaciones y su impacto en la gestión comercial  
*LIBRO:* *Noves tendències en Administració d'Empreses davant el canvi de segle. Perspectives empresarials a Lleida*; editor: M. Ruiz, 2000

---

*AUTORES (p.o. de firma):* C. Flavián, J. Jiménez, E. Martínez y Y. Polo  
*TITULO:* The Introduction of Information Technologies in Retailing. An Application to some European Countries  
*LIBRO:* *Contemporary Problems of International Economy*; editora: Ewa Oziewicz 1999

---

*AUTORES (p.o. de firma):* J. Jiménez y Y. Polo  
*TITULO:* Adoption of EDI: A Causal Analysis for the Spanish Retailing Sector  
*LIBRO:* *COST A3. Vol. 5: Management and Technology*; editores: C.E García y L. Sanz, 1998

---

## Participación en Proyectos de I+D financiados en Convocatorias públicas.

(nacionales y/o internacionales)

---

**TITULO DEL PROYECTO:** “Las emociones del consumidor en la compra online: Analisis del rol de las consumer reviews y los asistentes virtuales en la transmisión y percepción emocional del consumidor”.

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Ministerio de Ciencia e Innovación

**DURACION DESDE:** 1/09/2021 **HASTA:** 31/08/2025

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Blanca Hernández y M<sup>a</sup> José Martín

---

**TITULO DEL PROYECTO:** “El emprendimiento innovador y tecnológico: el gran reto de las zonas rurales”.

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Cátedra Emprender. Universidad de Zaragoza

**DURACION DESDE:** 1/01/2022 **HASTA:** 31/12/2022

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Consuelo González Gil

---

**TITULO DEL PROYECTO:** El social commerce y su influencia en el valor del cliente

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Ministerio de Economía y Competitividad

**DURACION DESDE:** 1/01/2016 **HASTA:** 31/12/2018

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Julio Jiménez Martínez

---

**TITULO DEL PROYECTO:** Hacia un nuevo modelo de gestión de las relaciones: integrando comportamientos transaccionales y no transaccionales para explicar el valor del cliente

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Ministerio de Educación y Ciencia

**DURACION DESDE:** 1/01/2012 **HASTA:** 31/12/2014

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Yolanda Polo Redondo

---

**TITULO DEL PROYECTO:** Country Of Origin (Co) Effect: An International Comparative Analysis On Customer Buying Behaviour

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Italian banking Foundation (Fondazione Cassa di Risparmio di Modena)

**DURACION DESDE:** 1/01/2009 **HASTA:** 1/05/2011

**ENTIDADES PARTICIPANTES:** Università degli studi di Modena e Reggio Emilia; University Jaume I of Castellón; University of Zaragoza; Saint-Petersburg State University of Technology and Design; Peking University

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Tiziano Bursi (Universidad de Módena)

**INVESTIGADOR PRINCIPAL EN ESPAÑA:** Julio Jiménez Martínez

---

**TITULO DEL PROYECTO:** Análisis de la dinámica de las relaciones entre proveedor y cliente: el papel de los costes de cambio y los efectos de red en los servicios.

**ENTIDAD FINANCIADORA:** Ministerio de Ciencia e Innovación

**DURACION DESDE:** 1/01/2009 **HASTA:** 31/012/2011

**INVESTIGADOR PRINCIPAL:** Yolanda Polo Redondo

---

**TITULO DEL PROYECTO:** Las relaciones con las administraciones públicas a través de las TIC, beneficios y barreras percibidos en la aceptación por parte de los ciudadanos.

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Dpto. de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón

*DURACION DESDE:* 1/10/2008 *HASTA:* 30/09/2010

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Julio Jiménez Martínez

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Difusión, adopción y uso de la banca electrónica. Perspectivas para Aragón

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Dpto. de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón

*DURACION DESDE:* 1/10/2006 *HASTA:* 30/09/2008

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Análisis del perfil del usuario de Tecnologías de la Información y la Comunicación en Teruel

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Instituto de Estudios Turolenses

*DURACION DESDE:* 1/05/2007 *HASTA:* 30/04/2008

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Juan Pablo Maícas

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Análisis estratégico del impacto de los costes de cambio en las tecnologías de información y las comunicaciones: aproximación a la satisfacción como mecanismo de retención de los clientes

*ENTIDAD FINANCIADORA:* CICYT, Programa Sectorial de Promoción General del Conocimiento

*DURACION DESDE:* 1/01/2006 *HASTA:* 31/12/2008

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Análisis estratégico del impacto de los costes de cambio en las tecnologías de información y las comunicaciones

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Dpto. de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón

*DURACION DESDE:* 1/01/2004 *HASTA:* 31/12/2005

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Grupo de Investigación de Excelencia "GENERÉS"

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Dpto. de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón

*DURACION DESDE:* 1/01/2003 *HASTA:* 31/12/2007

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Análisis del impacto de las nuevas tecnologías de la información en las relaciones comerciales a largo plazo. Una aplicación para el sector bancario en España

*ENTIDAD FINANCIADORA:* CICYT, Programa Sectorial de Promoción General del Conocimiento

*DURACION DESDE:* 1/01/2003 *HASTA:* 31/12/2005

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Análisis del impacto de las nuevas tecnologías de la información en las relaciones comerciales a largo plazo. Estudio de las actividades desarrolladas por las empresas aragonesas

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Consejo Superior de Investigación y Desarrollo, Gobierno de Aragón

*DURACION DESDE:* 1/01/2002 *HASTA:* 31/12/2003

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Julio Jiménez Martínez

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Estrategia y competencia en el sector bancario español: expansión geográfica, tecnología y resultados

*ENTIDAD FINANCIADORA:* CICYT, Programa Sectorial de Promoción General del Conocimiento

*DURACION DESDE:* 1/01/2000 *HASTA:* 31/12/2002

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Análisis de factores que afectan a la estrategia de fidelización de clientes: el caso del comercio electrónico

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Universidad de Zaragoza (Programa de apoyo a la investigación)

*DURACION DESDE:* 1/01/2000 *HASTA:* 31/12/2000

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Julio Jiménez Martínez

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Influencia del comercio electrónico en las empresas aragonesas

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Universidad de Zaragoza (Programa de apoyo a la investigación)

*DURACION DESDE:* 1/01/1999 *HASTA:* 31/12/1999

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Julio Jiménez Martínez

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Aplicación de las nuevas tecnologías de información y comunicación a la empresa aragonesa. Estrategias de adopción del Intercambio Electrónico de Datos (EDI)

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Consejo Superior de Investigación y Desarrollo, Gobierno de Aragón

*DURACION DESDE:* 1/01/1998 *HASTA:* 31/12/1999

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Adopción y gestión empresarial del EDI. Un estudio aplicado al sector de la distribución comercial

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología

*DURACION DESDE:* 1/01/1997 *HASTA:* 31/12/1998

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Aceptación y difusión de nuevas tecnologías de información y de comunicación

*ENTIDAD FINANCIADORA:* Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología

*DURACION DESDE:* 1/01/1993 *HASTA:* 31/12/1994

*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

---

---

*TITULO DEL PROYECTO:* Difusión de nuevas tecnologías de fabricación en España: la robótica industrial  
*ENTIDAD FINANCIADORA:* Universidad de Zaragoza (Programa de apoyo a la investigación)  
*DURACION DESDE:* 1/10/1989                      *HASTA:* 30/09/1990  
*INVESTIGADOR PRINCIPAL:* Yolanda Polo Redondo

## **Estancias en Centros extranjeros** (estancias continuadas superiores a un mes)

CLAVE: D = doctorado, P = postdoctoral, I = invitado, C = contratado, O = otras (especificar).

---

Centro: **Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia**

Localidad: Módena                      País Italia                      Fecha: 2009                      Duración (semanas): 20  
Tema: Country of Origin Effect  
Clave: P

---

Centro: **Erasmus Universiteit, University Research Institute for Information and Decision Systems**

Localidad: Rotterdam                      País Países Bajos                      Fecha: 1997                      Duración (semanas): 22  
Tema: Difusión del EDI en Europa  
Clave: P

---

Centro: **Universidad de Strathclyde. Departamento de Marketing**

Localidad: Glasgow                      País Reino Unido                      Fecha: 1991                      Duración (semanas): 8  
Tema: Difusión de innovaciones  
Clave: D

---

## Contribuciones a Congresos

Autores: Vidal-Portés, E., Fandos-Herrera, C., Jiménez-Martínez, J. & Gallego-Hidalgo, V.

Título: "From Target Identification to AIEnabled Communication: State of the Art and the Role of CoCreation".

Tipo de participación: Comunicación

Congreso: Actas del Blanquerna-Emerson 11th Global Communication Summit 2025. "The Future of Europe, Technology and Sports from a Communication Perspective"

Lugar de celebración: Barcelona Fecha: octubre de 2025

---

**AUTORES:** Abarca, V., Conejos, A., Fuentelsaz, L., Jiménez, J., Pinilla, V., Sáez, L.A.

**TITULO:** "Análisis del papel del dinero en efectivo en áreas despobladas"

**CONGRESO:** XLVI Reunión de Estudios Regionales

**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Madrid

**AÑO:** 24-26 noviembre

**AÑO:** 2021

---

**AUTORES:** Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J., M.J., Constantinides, E., van't Klooster, J.W., Slijkhuis, P.J.H.

**TITULO:** "States of mood transferred through OCR in social commerce: A Neuromarketing experiment"

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Premio Best Paper Award 2019

**CONGRESO:** Emerging Trends in Marketing and Management

**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Bucharest

**AÑO:** 26-28 septiembre

**AÑO:** 2019

---

1. Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J., Constantinides, E., van t' Klooster, J.W., Slijkhuis, P.J.H. (2019) "Emotional contagion in social commerce: A neuromarketing experiment", **XXXI Congreso de Marketing AEMARK 2019**, Cáceres, 11-13 de septiembre. ISBN: 978-84-16701-48-3

2. Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J. (2019) "Does cultural background matters in social commerce?", **XXXI Congreso de Marketing AEMARK 2019**, Cáceres, 11-13 de septiembre. ISBN: 978-84-16701-48-3

3. Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J., Constantinides, E., van t' Klooster, J.W., Slijkhuis, P. J.H. (2019) "Effects of online consumer reviews' valence on users' experience: A neuromarketing experiment", 2019 **NeuroPsychoEconomics Conference**, Rome 6-7 June. ISSN 1861-8243.

---

**AUTORES:** Herrando C.; Jiménez J. y Martín, M.J.

**TITULO:** "Does your heart say you are in flow? A physiological study to understand online consumer behavior"

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación

**CONGRESO:** XXX Congreso Nacional de Marketing

**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Barcelona

**AÑO:** septiembre 2018

---

**AUTORES:** Fandos, C., Jiménez, J., Orús, C., Herrando, C. y Pina, J.M.

**TITULO:** "Discuss to learn: a student-focused learning strategy"

**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación

**CONGRESO:** XXX Congreso Nacional de Marketing

**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso

**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Barcelona

**AÑO:** septiembre 2018

---

Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J. (2018) "A physiological work in progress to understand online consumer behavior", VI Workshop Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa 2018, Teruel, 30-31 de agosto

---

**AUTORES:** Herrando, C., Jiménez, J., Martín, M.J., Asakawa, K., Yana, K., Kaseda, Y., Shiraishi, K.  
**TÍTULO:** "What can your body tell about your flow state? Dimensionality and heart rate variability analyses of flow"  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** International Marketing Trends Conference  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Paris  
**AÑO:** Enero 2018  
**AÑO:** 2018

---

**AUTORES:** Herrando C.; Jiménez J. y Martín  
**TÍTULO:** "Does social presence mediate between the intention and the behavior?"  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** XXIX Congreso de Marketing AEMARK 2017  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Sevilla  
**AÑO:**2017

---

**AUTORES:** Fandos, C., Jiménez, J., Orús, C., Perez, A. y Pina, J.M  
**TÍTULO:** "Good vibrations: impacto del clima en el aula y de las habilidades sociales en experiencias de aprendizaje colaborativo"  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** XXIX Congreso de Marketing AEMARK 2017  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Sevilla  
**AÑO:**2017

---

**AUTORES:** Herrando C.; Jiménez J. y Martín  
**TÍTULO:** "How intentions are converted into actions: An attitude.intention-behavior-based model"  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** V Workshop Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Jaca  
**AÑO:**2017

---

**AUTORES:** Herrando C.; Jiménez J. y Martín  
**TÍTULO:** "A matter of age: the moderating effects of generation X, Y and Z in boosting trust"  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** International Marketing Trends Conference  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Madrid:  
**AÑO:**2017

---

**AUTORES:** Fandos, C., Jiménez, J., Orús, C., Pérez, A. y Pina, J.M.  
**TÍTULO:** La influencia de la personalidad del estudiante en su actitud hacia la actividad de relator  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** X Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza  
**AÑO:** septiembre 2016

---

**AUTORES:** Blasco L.; Haenlein, M.; Hernández, B y Jiménez J.  
**TÍTULO:** Social influence and co-creation intensity: an analysis of indirect interactions in digital media

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: XXVIII Congreso Nacional de Marketing  
PUBLICACIÓN: Actas del Congreso  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: León  
AÑO: septiembre 2016

---

*AUTORES:* Herrando C.; Jiménez J. y Martín, M.J.  
*TITULO:* Structure, dimensionality and consciousness of the state of flow in social commerce.  
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: XXVIII Congreso Nacional de Marketing  
PUBLICACIÓN: Actas del Congreso  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: León  
AÑO: septiembre 2016

---

*AUTORES:* Fandos, C., Jiménez, J., Orús, C., Pérez, A. y Pina, J.M.  
*TITULO:* ¿Cómo influye la personalidad del alumno en su actitud hacia la actividad de relator?  
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: XXVIII Congreso Nacional de Marketing  
PUBLICACIÓN: Actas del Congreso  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: León  
AÑO: septiembre 2016

---

*AUTORES:* Herrando C.; Jiménez J. y Martín, M.J.  
*TITULO:* Boosting purchase intention and online participation through passion  
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: International Conference on Internet Studies (NETSs)  
PUBLICACIÓN: Actas del Congreso  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Osaka (Japón)  
AÑO: julio 2016

---

**Autor(es):** Blasco, L., Hernández, B., Jiménez, J. Haenlein, M.  
**Título:** “I See You Interacting with Others”: The Importance of C2c Interactions-Related Cues in Service Environments  
**Congreso:** FRONTIERS IN SERVICES CONFERENCE  
**Lugar Y Fecha:** Bergen (Noruega), 2016  
SMITH SCHOOL'S CENTER FOR EXCELLENCE IN SERVICE

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Haenlein, M.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
*TÍTULO:* Social influence and co-creation experiences in digital media: the influence of indirect C2C interactions in co-creation intensity  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia  
*CONGRESO:* 45<sup>th</sup> EMAC Annual Conference  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Oslo  
*AÑO:* mayo 2016

---

*AUTORES:* Azuara, G., Fernández, J., Ruiz, J., Salaza, J., Saldaña., J.M., Hernández, B., Jiménez, J., Martín, M.J.

TITULO: Optimización y securización de servicios multimedia interactivos: Impacto en las relaciones comerciales online  
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: I Workshop QoS y QoE en Comunicación Multimedia (QQCM)  
PUBLICACIÓN: Actas del Congreso  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Palma de Mallorca  
AÑO: octubre 2015

---

*AUTORES:* Fandos, C., Jiménez, J., Orús, C., Peligero, M. y Pina, J.M.  
TITULO: ¿Prefiero hacer de relator o que me relaten? análisis de las estrategias de aprendizaje, expectativas y actitud hacia la actividad del relator  
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: Jornadas de Innovación del Campus Iberus  
PUBLICACIÓN: Actas del Congreso  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Zaragoza  
AÑO: septiembre 2015

---

*AUTORES:* Herrando C.; Jiménez J. y Martín, M.J.  
TITULO: The Engagement Generation Process in Social Commerce Context  
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: XXVII Congreso Nacional de Marketing  
PUBLICACIÓN: Actas del Congreso  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Pamplona  
AÑO: septiembre 2015

---

*AUTORES:* Fandos, C., Jiménez, J., Orús, C., Peligero, M. y Pina, J.M.  
TITULO: Estrategias de aprendizaje, expectativas y actitud: ¿me gusta hacer de relator o prefiero que me relaten?  
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: XXVII Congreso Nacional de Marketing  
PUBLICACIÓN: Actas del Congreso  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Pamplona  
AÑO: septiembre 2015

---

*AUTORES:* Herrando C.; Jiménez J. y Martín, M.J.  
TITULO: Engagement in social commerce: cognitive, affective and behavioral dimensions"  
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: III Workshop Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Teruel  
AÑO: septiembre 2015

---

*AUTORES:* Herrando C.; Jiménez J. y Martín  
TITULO: La búsqueda del estado de flow en entornos social commerce  
TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación  
CONGRESO: XXVI Congreso Nacional de Marketing  
PUBLICACIÓN: Actas del Congreso  
LUGAR DE CELEBRACIÓN: Elche

AÑO: 2014

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.

*TÍTULO:* Branding in Interactive media: brand connection and their influence on customer engagement and brand image.

*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación

*CONGRESO:* XXVI Congreso Nacional de Marketing

*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso

*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Elche

*AÑO:* 2014

---

*AUTORES:* Herrando C.; Jiménez J. y Martín

*TÍTULO:* Designing a user flow experience in a social commerce context

*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación

*CONGRESO:* II Workshop Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa

*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Huesca

*AÑO:* 2014

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.

*TÍTULO:* Fostering The Co-Creation Experience And Customer Engagement In Transactional Contexts

*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia

*CONGRESO:* Frontiers in Service Conference

*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Miami (EE.UU)

*AÑO:* 2014

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.

*TÍTULO:* IPTV as an Engagement Platform: Customer Acceptance and Participation

*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia

*CONGRESO:* AMA SERVSIG International Service Research Conference

*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Salónica (Grecia)

*AÑO:* 2014

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.

*TÍTULO:* Branding in Interactive Media: Engagement Platforms and Their Influence on Customer Engagement and Brand Image

*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia

*CONGRESO:* 43<sup>rd</sup> EMAC Annual Conference

*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Valencia

*AÑO:* 2014

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.

*TÍTULO:* Broadening possibilities to co-create experiences and foster Customer Engagement in Interactive Media: the Role of C2C Interactions

*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia

*CONGRESO:* 13<sup>th</sup> International Research Conference in Service Management

*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Lalonde les Maures (Francia)

*AÑO:* 2014

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** Interactive Technologies: key factors and consequences of their use as a shopping channel  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** XXV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Barcelona  
**AÑO:** 2013

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** The Co-Creation Experience in Interactive Media: Antecedents and Consequences  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** Workshop Publish or Perish: Finding the Right Direction  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Madrid  
**AÑO:** 2013

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** An empirical study of the co-creation experience in interactive media: antecedents and consequences  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** Naples Forum on Service- Service Dominant Logic  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Ischia (IT)  
**AÑO:** 2013

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** The influence of interactive technologies on consumer behavior. IPTV adoption as an e-commerce platform  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** 42<sup>nd</sup> EMAC Annual Conference  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Estambul  
**AÑO:** 2013

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** Co-creation experiences and engagement in the online environment: drivers and customer purchase behavior  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** XXIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Mallorca  
**AÑO:** 2012

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** IPTV as a services distribution channel  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** XXII Congreso Nacional ACEDE  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Cádiz  
**AÑO:** 2012

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** IPTV: AN ENGAGEMENT PLATFORM FOR CO-CREATION AND T-COMMERCE  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** AMA SERVSIG International Service Research Conference  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Helsinki  
**AÑO:** 2012

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** HOW TO ACHIEVE CUSTOMER PARTICIPATION AND INVOLVEMENT IN IP TELEVISION  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** The 12th International Research Conference in Service Management  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** La Londe les Maures (Francia)  
**AÑO:** 2012

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** CO-CREATING THE PURCHASE EXPERIENCE: INFLUENCE ON CUSTOMER ENGAGEMENT AND FUTURE BEHAVIOR  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** 41th Annual Conference of European Marketing Academy (EMAC)  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Lisboa  
**AÑO:** 2012

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** Do Consumers Perceive that They Co-Create Value? Insights from The Online Purchase Experience  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** XXIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Castellón  
**AÑO:** 2011

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** Personalization and Interactivity as Value Sources in the Online Environment: The Importance of Customer Participation  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** Academy of Marketing Conference  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Liverpool (Reino Unido)  
**AÑO:** 2011

---

**AUTORES:** Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
**TÍTULO:** Has Co-Creation of Value any Influence on Purchase Behavior? Insights from an Online Purchase Scenario.  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Ponencia  
**CONGRESO:** Frontiers in Service Conference  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Ohio (USA)  
**AÑO:** 2011

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
*TÍTULO:* Co-Creation Processes and Engagement: An Empirical Approach.  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia  
*CONGRESO:* Naples Forum on Service  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Capri (Italia)  
*AÑO:* 2011

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
*TÍTULO:* Co-Creation of Value in the Online Environment: The Role of Interaction and Coproduction EMAC 2011, LJUBLJANA, ESLOVENIA  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia  
*CONGRESO:* XXIII EMAC  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Ljubljana (Eslovenia)  
*AÑO:* 2011

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
*TÍTULO:* The role of habit in perceptions, trust and performance of firms when using e-invoicing.  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* trabajo en curso  
*CONGRESO:* XXII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Oviedo  
*AÑO:* 2010

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B. y Jiménez, J.  
*TÍTULO:* Co-creation processes and engagement development: a conceptual approach  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia  
*CONGRESO:* International Academy of Management and Business Summer Conference  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Madrid  
*AÑO:* 2010

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.  
*TÍTULO:* Efecto moderador de las características socioeconómicas en la aceptación del comercio electrónico. ¿Realmente influyen?  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia  
*CONGRESO:* 6th International Conference of the Iberoamerican Academy of Management  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Buenos Aires  
*AÑO:* 2009

---

*AUTORES:* Blasco, L.; Hernández, B.; Jiménez, J.  
*TÍTULO:* Influencia de la Personalización e Interactividad en el Comportamiento de Compra Electrónico. Desarrollo de un Modelo Conceptual  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* trabajo en curso  
*CONGRESO:* XXI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Bilbao  
*AÑO:* 2009

---

*AUTORES:* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.  
*TÍTULO:* Edad, Género y Poder Adquisitivo: ¿Moderan el Comportamiento de Compra Electrónica?  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia.  
*CONGRESO:* XIX Congreso de ACEDE  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Toledo  
*AÑO:* 2009

---

*AUTORES:* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.  
*TÍTULO:* Análisis del Comportamiento de Compra Electrónica por parte del Cliente Experimentado.  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia  
*CONGRESO:* XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Gran Canaria  
*AÑO:* 2008

---

*AUTORES:* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.  
*TÍTULO:* Gender and Electronic Commerce: Are Men and Women Really Different?  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia  
*CONGRESO:* XVIII Congreso de ACEDE  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* León  
*AÑO:* 2008

---

*AUTORES:* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.  
*TÍTULO:* B2c E-Commerce Acceptance: The Moderating Effect Of Gender  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia  
*CONGRESO:* 10th IBIMA  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Kuala Lumpur (Malasia)  
*AÑO:* 2008

---

*AUTORES:* Hernández, B.; Jiménez, J. y Martín, M.J.  
*TÍTULO:* Calidad de la Información Web en la Banca Electrónica  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Ponencia  
*CONGRESO:* 7th Congress Marketing Trends  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Venecia (Italia)  
*AÑO:* 2008

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Management Software Acceptance: Analysis of the Industry Effect  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 9th IBIMA  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Marrakech  
*AÑO:* 2008

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín

*TITULO:* Acceptance of New Information Technologies and the Moderating Effect of Industry  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 5th International Conference of the Iberoamerican Academy of Management  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Santo Domingo  
*AÑO:* 2007

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Is Gender Really Important?. Analysis of e-Purchasing Behaviour  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 4º Congreso Internacional Con-Visión Empresarial  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Sonora (Mexico)  
*AÑO:* 2007

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Análisis del comportamiento del comprador electrónico: aceptación vs adopción  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Vigo  
*AÑO:* 2007

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* An Intersectorial Analysis of Acceptance of Business Management Software  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XVII Congreso de ACEDE  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Sevilla  
*AÑO:* 2007

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* Synergies Derived from Experience with IT: Analysis of the B2B in Spain  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 14th EAERCD Conference  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Saarbrucken  
*AÑO:* 2007

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TITULO:* The Web Site Management in a E-Business Strategy: A Spanish Case Study  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 8th IBIMA  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Dublín

*AÑO: 2007*

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Determining Key Factors in a Web Site: The Case of Aceros de Hispania  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XXI Congreso de AEDEM  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Madrid  
*AÑO: 2007*

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Influencia de las TIC en la gestión de la información empresarial  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XVII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Logroño  
*AÑO: 2007*

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Importance of Technological Experience for the Adoption of Business to Business Electronic Commerce  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 22nd IMP Conference  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Milán  
*AÑO: 2006*

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Análisis de las motivaciones que influyen en la aceptación de los software de gestión empresarial.  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Almería  
*AÑO: 2006*

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Analysis of Moderating Effect of Industry on Technology Acceptance  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XVI Congreso de ACEDE  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Valencia  
*AÑO: 2006*

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Analysis of the Implementation of a New Technology in the Business Environment

*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 13th EIRASS  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Budapest  
*AÑO:* 2006

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Adoption of Technologies: An Analysis of the Telecommunication Sector  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 5th International Congress Marketing Trends  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Venecia  
*AÑO:* 2006

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Perceived Usefulness and Ease of Use in the Technological Organizational Behaviour  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 5th International Congress Marketing Trends  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Venecia  
*AÑO:* 2006

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Influence of the technological compatibility in the development of B2B  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* IV Iberoamerican Academy of Management  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Lisboa  
*AÑO:* 2005

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Influencia de la compatibilidad tecnológica en la adopción de Innovaciones. Una aplicación a las empresas del sector TIC  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Madrid  
*AÑO:* 2005

---

*AUTORES:* B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Influence of factors beyond price on an inefficient decision. A market research in the mobile sector  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* 4th International Congress Marketing Trends  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* París  
*AÑO:* 2005

---

**AUTORES:** B. Hernández, J. Jiménez y M.J. Martín  
**TÍTULO:** Análisis de las motivaciones que condicionan una decisión irracional.  
Aplicación al mercado de la telefonía móvil  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Alicante  
**AÑO:** 2004

---

**AUTORES:** J. Jiménez y M.J. Martín  
**TÍTULO:** The Evolution of Purchase Motivation in Electronic Markets: An Application to the Spanish Market  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** XXXIII Congreso de EMAC  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Murcia  
**AÑO:** 2004

---

**AUTORES:** J. Jiménez y M.J. Martín  
**TÍTULO:** Análisis de la compra por Internet. Un estudio empírico  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** I Seminario de Investigación sobre Contabilidad y Empresa Digital  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Zaragoza  
**AÑO:** 2003

---

**AUTORES:** J. Jiménez y M.J. Martín  
**TÍTULO:** Análisis de los factores determinantes en la decisión de compra a través de Internet, B2C  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** XV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Córdoba  
**AÑO:** 2003

---

**AUTORES:** J. Jiménez y M.J. Martín  
**TÍTULO:** Análisis discriminante de la compra a través de Internet, B2C  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** XIII Congreso de ACEDE  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Salamanca  
**AÑO:** 2003

---

**AUTORES:** J. Jiménez y M.J. Martín  
**TÍTULO:** An exploratory analysis of the motivation to buy through the Internet  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación

*CONGRESO:* XXXII Congreso de EMAC  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Glasgow  
*AÑO:* 2003

---

*AUTORES:* J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Un análisis exploratorio de la motivación a la compra por Internet  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* I Congreso Nacional sobre Comercio Electrónico Aplicado.  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Valencia  
*AÑO:* 2002

---

*AUTORES:* J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Factores motivadores y desmotivadores en la compra a través de Internet  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XII Congreso de ACEDE  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Palma de Mallorca  
*AÑO:* 2002

---

*AUTORES:* J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Una propuesta de modelo de unión del marketing relacional y las tecnologías de la información  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Granada  
*AÑO:* 2002

---

*AUTORES:* J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Is the Internet a Good Media for Relationship Marketing?  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XXIX Congreso de EMAC  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Rotterdam  
*AÑO:* 2000

---

*AUTORES:* J. Jiménez y M.J. Martín  
*TÍTULO:* Beneficios percibidos por el uso de tecnologías de la información: un caso práctico en la distribución comercial española  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* X Congreso de ACEDE  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Oviedo  
*AÑO:* 2000

---

**AUTORES:** J. Jiménez y M.J. Martín  
**TÍTULO:** ¿Es Internet un medio adecuado para el marketing relacional?  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** IX Congreso de ACEDE  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Burgos  
**AÑO:** 1999

---

**AUTORES:** C. Flavián, J. Jiménez y J. Lozano  
**TÍTULO:** El impacto de la orientación al mercado en el resultado empresarial  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** XIII Congreso Nacional AEDEM  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Logroño  
**AÑO:** 1999

---

**AUTORES:** C. Flavián, J. Jiménez y J. Lozano  
**TÍTULO:** El impacto de la orientación al mercado en el resultado empresarial  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** XIII Congreso Nacional AEDEM  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Logroño  
**AÑO:** 1999

---

**AUTORES:** J. Jiménez y Y. Polo  
**TÍTULO:** Importancia de las comunicaciones y su impacto en la gestión comercial  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** X Jornades Universitat Empresa: *Noves tendències en Administració d'Empreses davant el canvi de segle*  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Lérida  
**AÑO:** 1999

---

**AUTORES:** C. Flavián, J. Jiménez, E. Martínez y Y. Polo  
**TÍTULO:** The Development of Electronic Commerce in Spain. Results from a Survey to Potential and Real Suppliers  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** First International Conference on Telecommunications and Electronic Commerce  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso  
**LUGAR DE CELEBRACIÓN:** Nashville  
**AÑO:** 1998

---

**AUTORES:** J. Jiménez y Y. Polo  
**TÍTULO:** International Diffusion of a New Technology: The Case of EDI  
**TIPO DE PARTICIPACIÓN:** Comunicación  
**CONGRESO:** XXVI Congreso de EMAC  
**PUBLICACIÓN:** Actas del Congreso

*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Warwick University  
*AÑO:* 1997

---

*AUTORES:* J. Jiménez  
*TÍTULO:* Análisis comparativo de la adopción del EDI en el sector de la distribución comercial española  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* VIII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Zaragoza  
*AÑO:* 1996

---

*AUTORES:* J. Jiménez y Y. Polo  
*TÍTULO:* Adoption of EDI: A Causal Analysis for the Spanish Retailing Sector  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* COST A3 Final Conference on Management and Technology  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Madrid  
*AÑO:* 1996

---

*AUTORES:* J. Jiménez y Y. Polo  
*TÍTULO:* The Diffusion of the Telephone Service in Spain: A Forecast of Waiting Lists  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* XXIV Congreso de EMAC  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Cergy-Pontoise  
*AÑO:* 1995

---

*AUTORES:* J. Jiménez  
*TÍTULO:* Modelos de sustitución tecnológica. Aplicación a las telecomunicaciones  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* I V Congreso Nacional ACEDE  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* El Escorial  
*AÑO:* 1995

---

*AUTORES:* J. Jiménez, E. Martínez, y J. F. Sáenz  
*TÍTULO:* La Introducción de Innovaciones Tecnológicas. El Sistema de Ciencia y Tecnología en Aragón  
*TIPO DE PARTICIPACIÓN:* Comunicación  
*CONGRESO:* III Congreso de Economía Aragonesa  
*PUBLICACIÓN:* Actas del Congreso  
*LUGAR DE CELEBRACIÓN:* Zaragoza  
*AÑO:* 1994

---

## Tesis Doctorales dirigidas

---

**TITULO:** “Las Tecnologías de la Información en la Relación Empresa-Consumidor. Un Análisis Empírico del Caso del Comercio Electrónico B2C”

**DOCTORANDO:** María José Martín de Hoyos

**UNIVERSIDAD:** Zaragoza

**FACULTAD/ESCUELA:** CC. Económicas y Empresariales

**AÑO:** 2003 **CALIFICACION:** SOBRESALIENTE CUM LAUDE por UNANIMIDAD

Premio Cátedra Telefónica de la UZ, año 2004.

---

**TITULO:** “Estudio del proceso de aceptación tecnológica desde una doble perspectiva: la empresa y el consumidor”

**DOCTORANDO:** Blanca Hernández Ortega

**UNIVERSIDAD:** Zaragoza

**FACULTAD/ESCUELA:** CC. Económicas y Empresariales

**AÑO:** 2007 **CALIFICACION:** SOBRESALIENTE CUM LAUDE por UNANIMIDAD

---

**TITULO:** “Los procesos de co-creación y el *engagement* del cliente: un análisis empírico en medios interactivos”

**DOCTORANDO:** Lorena Blasco Arcas

**UNIVERSIDAD:** Zaragoza

**FACULTAD/ESCUELA:** Economía y Empresa

**AÑO:** 2014 **CALIFICACION:** SOBRESALIENTE CUM LAUDE por UNANIMIDAD

---

**TITULO:** “Optimal user experience in social commerce: The role of emotions, flow and user-oriented information”

**DOCTORANDO:** Carolina Herrando Soria

**UNIVERSIDAD:** Zaragoza

**FACULTAD/ESCUELA:** Economía y Empresa

**AÑO:** 2019 **CALIFICACION:** SOBRESALIENTE CUM LAUDE por UNANIMIDAD

---

## Periodos de actividad investigadora reconocidos

---

4 periodos

## Periodos de transferencia investigadora reconocidos

---

1 periodo

## Experiencia en organización de actividades de I+D

Organización de congresos, seminarios, jornadas, etc., científicos-tecnológicos

---

*TITULO:* "Internacional Conference on Education in Economics & Business: Transnacional Education and Research in the New Millenium"

*TIPO DE ACTIVIDAD:* Presidente del Comité Organizador *ÁMBITO:* Regional

*FECHA:* 2000

---

*TITULO:* "I Workshop on Teaching of e-Government: Legal, Economical and Technical Aspects"

*TIPO DE ACTIVIDAD:* Organización *ÁMBITO:* Internacional

*FECHA:* 2003

---

*TITULO:* "I Seminario de Investigación sobre Contabilidad y Empresa Digital"

*TIPO DE ACTIVIDAD:* Organización *ÁMBITO:* Nacional

*FECHA:* 2003

---

*TITULO:* "I Ciclo de Conferencias Aspectos Socioeconómicos de la Sociedad de la Información"

*TIPO DE ACTIVIDAD:* Organización *ÁMBITO:* Regional

*FECHA:* 2005

---

*TITULO:* "II Ciclo de Conferencias Aspectos Socioeconómicos de la Sociedad de la Información"

*TIPO DE ACTIVIDAD:* Organización *ÁMBITO:* Regional

*FECHA:* 2006

---

*TITULO:* Seminario "Nuevas Tendencias de Investigación en la Sociedad de la Información"

*TIPO DE ACTIVIDAD:* Organización *ÁMBITO:* Nacional

*FECHA:* 2007

---

Miembro del Comité Científico de Marketing Trends Conference, desde 2020.

---

## Otros méritos o aclaraciones que se desee hacer constar

### MERITOS DE INVESTIGACIÓN:

- Premio Extraordinario de Doctorado. Universidad de Zaragoza, curso 1995-96
- Premio a la mejor Tesis Doctoral de Marketing, IX Congreso Nacional AEMARK.
- Miembro de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE), desde 1995. De la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), desde 1999 hasta 2014. De la European Marketing Academy (EMAC), años 1993, 1995, 1997, 2000, 2003 y 2004. Miembro fundador de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) y de la Asociación para la Promoción de las Tecnologías de la Información y el Comercio Electrónico (APTICE)
- Evaluador anónimo de las revistas Cuadernos Aragoneses de Economía, Industrial Marketing Management, Revista Española de Investigación de Marketing-ESIC, Cuadernos de Economía y Dirección de Empresa, Universia Business Review, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, European Journal of Innovation Management, Internet Research, entre otras.
- Evaluador anónimo en congresos de ACEDE, Encuentros de Profesores de Marketing, European Academy of Marketing Conference (EMAC), International Conference of the Iberoamerican Academy of Management, International Congress Marketing Trends
- Evaluador de Proyectos de Investigación de la CICYT y de la Agencia para la Calidad del sistema universitario de Castilla y León y de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario Vasco.
- Moderador en los Encuentros de Profesores de Marketing (diversas ediciones).
- Relator en los congresos de ACEDE (diversas ediciones).
- Miembro de tribunales de tesis en las universidades de Zaragoza (6 ocasiones), Murcia (5), Alicante, Valencia, UNED, CEU San Pablo y Pública de Navarra.
- Beca del Ministerio de Ciencia y Tecnología, Programa Salvador de Madariaga (2009).

### MERITOS DOCENTES:

- Evaluaciones positivas de docencia en todos los cursos. Cinco tramos docentes.
- Docencia bajo el programa Erasmus en otras universidades europeas (ESC Pau, ESSCA Angers, IPAG Paris, ESC La Rochelle, ESC Rennes, Haarlem Hogeschool, Nottingham Trent University, Università di Modena e Reggio Emilia, Universidad de Macedonia, Fachhochschule Coburg, University of Applied Sciences Augsburg, EHSAL-Bruselas, Gdansk.
- Docencia en doctorado en Universidad de Tarapacá (Chile) y en la Universidad Centrooccidental Lisandro Alvarado de Barquisimeto (Venezuela).
- Director del Estudio Propio de la UZ "Master en Gestión de la Innovación" en colaboración con el Instituto Tecnológico de Aragón, curso 2007-08.
- Coordinador de la Cátedra Telefónica de la Universidad de Zaragoza, 2004-2014.

### GESTIÓN UNIVERSITARIA:

- Director del Departamento de Economía y Dirección de Empresas, 2004-2008.
- Secretario del Departamento de Economía y Dirección de Empresas, 2002-2004.
- Vicedecano para Relaciones Internacionales. Desde 1996-2002.
- Coordinador del Programa Sócrates/Erasmus de la Unión Europea, desde 1993.
- Coordinador de dos Programa Tempus con la Universidad de Gdansk (Polonia). Desde 1997 hasta 2001 para el establecimiento en la misma de un sistema de Garantía de Calidad Universitario (Quality Assurance in Higher Education).
- Miembro de distintas comisiones: Comisión de Contratación del Departamento, Junta de Facultad, Comisión para elaboración del Plan Estratégico de la Universidad de Zaragoza, Comisión Plan de Estudios del Grado en ADE, Comisión de Garantías del Grado en Economía, Comisión Permanente de la Facultad de Economía y Empresa.