
CURRICULUM VITAE

FRANCISCO JOSÉ MAS RUIZ

Alicante, 2 de marzo de 2026

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y nombre: Mas Ruiz, Francisco José

Categoría actual como profesor: Catedrático de Universidad

Número de Registro de Personal: 2198961802 A0500

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento: Marketing

Universidad: Alicante

2. TÍTULOS ACADÉMICOS

Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, expedido por el Ministerio de Educación y Ciencia, noviembre 1987, Calificación de Premio Extraordinario

Grado de Licenciatura en Ciencias Empresariales, Universidad de Alicante, expedido por el Ministerio de Educación y Ciencia, Abril 1991, Calificación de Sobresaliente por unanimidad

Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, expedido por el Ministerio de Educación y Ciencia, Marzo 1994, Calificación de Premio Extraordinario

3. PUESTOS DOCENTES DESEMPEÑADOS

Profesor Titular de Escuela Universitaria Interino, Universidad de Alicante, Escuela Universitaria de CC.EE. Germán Bernácer, dedicación en exclusiva. Actividad docente. Fecha de contrato: 1-10-1990. Fecha de terminación: 30-07-1992

Profesor Titular de Escuela Universitaria de Carrera, Universidad de Alicante, Escuela Universitaria de CC. EE. Germán Bernácer, dedicación en exclusiva. Actividad docente, Fecha de contrato: 31-7-1992. Fecha de terminación: 30-09-1994

Profesor Titular de Universidad Interino, Universidad de Alicante. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, dedicación en exclusiva. Actividad docente e investigadora.

Fecha de contrato: 1-10-1994. Fecha de terminación: 30-08-1995

Profesor Titular de Universidad, Universidad de Alicante. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, dedicación en exclusiva. Actividad docente e investigadora. Fecha de contrato: 1-09-1995. Fecha de terminación: 30-08-1999

Catedrático de Universidad, Universidad de Alicante. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, dedicación en exclusiva. Actividad docente e investigadora. Fecha de contrato: 24-09-1999

4. ACTIVIDAD DOCENTE DESEMPEÑADA

*** Docencia en 1º y 2º Ciclos:**

Asignatura “Análisis del Mercado” (3º curso, anual, 9 créditos), Diplomatura en Ciencias Empresariales, Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales Germán Bernácer, Universidad de Alicante, cursos académicos 1990-91, 1991-92, 1992-93, 1993-94, 1994-95 y 1995-96

Asignatura “Introducción al Marketing” (1º curso, 2º semestre, 4,5 créditos), Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, curso académico 1994-95

Asignatura “Dirección Comercial II” (2º curso, 2º semestre, 4,5 créditos), Diplomatura en Ciencias Empresariales, Escuela Universitaria en Ciencias Empresariales Germán Bernácer, Universidad de Alicante, curso académico 1995-96

Asignatura “Investigación Comercial” (3º curso, 1º semestre, 6 créditos), Diplomatura en Ciencias Empresariales, Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales Germán Bernácer, Universidad de Alicante, cursos académicos 1996-97, 1997-98 y 1998-99

Asignatura “Dirección Comercial II” (4º curso, 2º semestre, 3 créditos), Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y

Empresariales, Universidad de Alicante, curso académico: 1996-97

Asignatura “Dirección Comercial III” (4º curso, 2º semestre, 3 créditos), Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, curso académico 1996-97

Asignatura “Dirección Comercial II” (4º curso, 2º semestre, 6 créditos), Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 1998-99 y 1999-2000

Asignatura “Investigación Comercial” (3º curso, 1º semestre, 4 créditos teóricos y 2 créditos experimentalidad), Diplomatura en Ciencias Empresariales, Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales Germán Bernácer, Universidad de Alicante, curso académico 1999-2000

Asignatura “Investigación Comercial” (2º curso, 1º semestre, 3 créditos teóricos, 1,5 créditos experimentalidad, y 1,5 créditos experimentalidad), Diplomatura en Ciencias Empresariales, Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales Germán Bernácer, Universidad de Alicante, cursos académicos 2000-2001, 2001-2002, 2002-2003, 2003-2004, 2004-2005 y 2005-2006

Asignatura “Investigación Comercial” (2º curso, 1º semestre, 3 créditos teóricos, 1,5 créditos experimentalidad, y 1,5 créditos experimentalidad), Diplomatura en Ciencias Empresariales, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2010-2011 y 2011-2012

Asignatura “Investigación Comercial” (2º curso, 1º semestre, 3 créditos teóricos, y 1,5 créditos experimentalidad), Diplomatura en Ciencias Empresariales, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, curso académico 2009-2010

Asignatura “Dirección Comercial II” (3º curso, 2º semestre, 4,5 créditos teóricos, 1,5 créditos experimentalidad, y 1,5 créditos experimentalidad), Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2002-2003, 2007-2008 y

2009-2010

Asignatura “Dirección Comercial II” (5º curso, 2º semestre, 4,5 créditos teóricos y 1,5 créditos experimentalidad), Estudios Simultáneos de Derecho-Administración y Dirección de Empresas, Facultad de Derecho y Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2006-2007, 2008-2009, 2009-2010 y 2010-2011

Asignatura “Investigación Comercial” (2º curso, 2º semestre, 3 créditos ECTS de teoría y 3 créditos ECTS de prácticas), Grado en Administración y Dirección de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2011-2012, 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020 (2 grupos: 1 y 3), 2020-2021 (2 grupos: 1 y 3), 2021-2022 (2 grupos: 1 y 3), 2022-2023 (2 grupos: 1 y 3), 2023-2024 (grupo 3), 2024-2025 (grupo 3) y 2025-26 (grupo 3 y 1 crédito del grupo 1).

*** Docencia en 3º Ciclo:**

Asignatura “Marketing I” (1º curso, 3 créditos), Programa de Doctorado de Análisis Económico Aplicado, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, curso académico 1995-96

Asignatura “Marketing II” (2º curso, 3 créditos), Programa de Doctorado de Análisis Económico Aplicado, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 1995-96 y 1996-97

Asignatura “Marketing I” (1º curso, 3 créditos), Programa de Doctorado de Disciplinas Empresariales, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 1996-97, 1997-98, 1998-99 y 1999-2000

Asignatura “Marketing II” (2º curso, 3 créditos), Programa de Doctorado de Disciplinas Empresariales, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 1997-98, 1998-99 y 1999-2000

Asignatura “Marketing” (3 créditos), Programa de Doctorado de Disciplinas Empresariales, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2000-2001, 2001-2002, 2002-2003 y 2003-2004

Asignatura “Investigación en Marketing” (12 créditos), Programa de Doctorado de Disciplinas Empresariales, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2000-2001, 2001-2002, 2002-2003 y 2003-2004

Asignatura “Dirección de Marketing” (4 créditos), Programa de Doctorado Interuniversitario de Marketing, Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidades de Alicante, Valencia, Politécnica de Valencia y Jaime I de Castellón, cursos académicos 2003-2004, 2004-2005 y 2005-2006

Asignatura “Trabajos de Investigación I y II” (12 créditos), Programa de Doctorado Interuniversitario de Marketing, Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidades de Alicante, Valencia, Politécnica de Valencia y Jaime I de Castellón, cursos académicos 2004-2005, 2005-2006 y 2006-2007

Asignatura “Investigación de Mercados” (12 créditos ECTS, de los que 6 son impartidos por F. Mas y 6 por L. Palos). 1º curso. Máster Oficial Interuniversitario en Marketing e Investigación de Mercados, Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidades de Alicante, Valencia, Politécnica de Valencia y Jaime I de Castellón, cursos académicos 2007-2008 y 2008-2009

Asignatura “Proyecto fin de Master: Metodología Científica” (3 créditos ECTS). 2º curso. Máster Oficial Interuniversitario en Marketing e Investigación de Mercados, Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidades de Alicante, Valencia, Politécnica de Valencia y Jaime I de Castellón, cursos académicos 2008-2009 y 2009-2010

Asignatura “Análisis del Mercado” (1º curso, 1º semestre, 5 créditos ECTS, 2,5 créditos ECTS de teoría y 2,5 créditos ECTS de prácticas). Máster Oficial en Administración y Dirección de Empresas (MBA), Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015, 2015-

2016, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021, 2021-2022, 2022-2023
2023-2024, 2024-2025 y 2025-26

Seminario titulado "Investigación en Marketing: Temáticas, métodos, técnicas, fuentes de datos y aplicaciones" (0,2 créditos). Programa de Doctorado "Empresa, Economía y Sociedad" de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018 y 2018-2019

Seminario titulado "Técnicas de Investigación en Marketing" (0,2 créditos). Programa de Doctorado "Empresa, Economía y Sociedad" de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2020-2021 y 2021-2022

Seminario titulado "Técnicas de muestreo" (0,4 créditos). Programa de Doctorado "Empresa, Economía y Sociedad" de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante, cursos académicos 2022-2023, 2023-2024, 2024-2025 y 2025-2026.

5. PUBLICACIONES EN LIBROS

Mas, F.J., *Competencia y Dinámica de Grupos Estratégicos: Aplicación al Sector Bancario Español*, Universidad de Alicante, Alicante, 1996 (ISBN: 84-7908-280-1), 139 págs.

Mas, F.J., *Competencia y Dinámica de Grupos Estratégicos: Aplicación al Sector Bancario Español*, Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes (<http://cervantesvirtual.com>), Alicante, 1999 (ISBN: 84-688-1140-8): <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc5x272>

Mas, F.J., *Relaciones entre Fabricante y Distribuidor. Enfoque de Grupos Estratégicos*, Universidad de Alicante, Alicante, 2001 (ISBN: 84-7908-628-9), 142 págs.

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 1ª edición octubre 2002 (ISBN: 84-8454-207-6).

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 2ª edición octubre 2003 (ISBN: 84-8454-262-9).

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 3ª edición abril 2005 (ISBN: 84-8454-418-4).

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 4ª edición abril 2007 (ISBN: 978-84-8454-608-5).

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 5ª edición mayo 2010 (ISBN: 978-84-9948-223-1).

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 6ª edición octubre 2012 (ISBN: 978-84-9948-713-7).

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 6ª edición octubre 2012 (ISBN: 978-84-9948-386-3). Edición electrónica en pdf

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 7ª edición febrero 2016 (ISBN: 978-84-16704-80-4), 687 páginas.

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 8ª edición junio 2019 (ISBN: 978-84-17577-99-5), 732 páginas.

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 9ª edición febrero 2022 (ISBN: 978-84-125005-3-0), 804 páginas.

Mas, F.J., *Temas de Investigación Comercial*, Editorial Club Universitario, Alicante, 10ª edición octubre 2025 (ISBN: 979-13-87858-29-2), 862 páginas.

6. PUBLICACIONES EN COLABORACIONES EN LIBROS

Mas, F.J., J.C. Gómez Sala y J.L. Munuera, "La Internacionalización de las Ferias Españolas y la Actividad Comercial de las Empresas", en P. Taltavull (Ed.), *La*

Distribución Comercial en el 2000, Generalitat Valenciana, Valencia, 1992 (ISBN: 84-482-0030-6), págs. 117-148

Mas, F.J., J.C. Gómez Sala y J. Marhuenda, "Estrategias Competitivas en las Empresas Financieras Españolas", en J. Velarde, J.L. García Delgado y A. Pedreño (Eds.), *Empresas y Empresarios Españoles en la Encrucijada de los Noventa*, Civitas, Madrid, 1993 (ISBN: 84-470-0225-X), págs. 133-169

Mas, F.J., "Imagen y Atracción de Centros Comerciales Suburbanos", en J.F. Hair, R.E. Anderson, R.L. Tatham y W.C. Black (Eds.), *Análisis Multivariante*, Prentice Hall, Madrid, 5ª Edición 1999 (ISBN: 84-8322-035-0), págs. 399-405

Nicolau, J.L. and F.J. Mas, "Micro segmentation by individual tastes on attributes of tourist destinations", in T.V. Liu (Ed.), *Tourism Management: New research*, Nova Science Publishers, Inc., New York, 2006 (ISBN: 1-60021-058-9), pages 91-122

Ruiz, F., Nicolau, J.L. and F.J. Mas, "Nested choices in international markets", in H.V. Baines and J.R. Ursah (Eds.), *Globalization: Understanding, Management, and effects*, Nova Science Publishers, Inc., New York, 2009 (ISBN: 978-1-60456-994-0), pages 147-167.

Mas, F.J. y R. Sellers, "Productividad y eficiencia en distribución comercial: Principales corrientes de investigación", en R. Vázquez, J.A. Trespalacios, E. Estrada y C. González (Eds.), *Distribución comercial. Estrategias para competir por el consumidor*, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial Universidad de Oviedo, Oviedo, 2009 (ISBN: 978-84-8367-242-6), págs. 161-169.

Parreño, J., Ruiz, E. and F.J. Mas, "Marketing Models and Spain", in J.E. Wieringa, P.C. Verhoef and J.C. Hoekstra (Eds.), *Liber Amicorum in honor of Peter S.H. Leeflang*, Rijksuniversiteit, Groningen, 2011 (ISBN: 978-90-367-5049-3), págs. 183-192.

Parreño, J., F.J. Mas, A. Calderón y E. Ruiz, "Una propuesta de modelización del efecto de las promociones de precio sobre las ventas de productos light y regulares", en R. Vázquez, J.A. Trespalacios, E. Estrada y C. González (Eds.), *Estrategias competitivas en*

canales de distribución comercial tradicional versus online, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial Universidad de Oviedo, Oviedo, 2011 (ISBN: 978-84-8367-357-7), págs. 179-190.

Sellers, R., Casado, A.B., Mas, F.J. y M.F. Sancho, “Eficiencia universitaria: complementariedad y sustitución entre actividades docentes, investigadoras y administrativas”, en J.D. Alvarez, M.T. Tortosa y N. Pellín (Eds.), *Redes de investigación docente universitaria: innovaciones metodológicas*, Editorial Universidad de Alicante, Alicante, 2011 (ISBN: 978-84-695-1151-0), págs. 1715-1730.

Mas, F.J., Parreño, J. y A. Calderón, “Una propuesta teórica del efecto de las promociones de precio sobre las ventas de productos de virtud y de vicio”, en R. Vázquez, J.A. Trespacios, E. Estrada y C. González (Eds.), *Estrategias multicanal en el ámbito de la distribución: Fabricante y distribuidor preocupados por ofrecer nuevas experiencias de compra diferenciadas*, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial Universidad de Oviedo, Oviedo, 2012 (ISBN: 978-84-8367-395-9), págs. 115-127.

Sellers, R., Casado, A.B., Mas, F.J., M.F. Sancho y C. García, “Complementariedad y sustitución entre actividad docente y eficiencia investigadora”, en J.D. Alvarez, M.T. Tortosa y N. Pellín (Eds.), *Diseño de acciones de investigación en docencia universitaria*, Editorial Universidad de Alicante, Alicante, 2012 (ISBN: 978-84-695-6638-1), págs. 1595-1610.

Sancho, M.F., Mas, F.J., Sellers, R., Casado, A.B., García, C. e I. Jorret, “El trabajo de investigación autónomo como instrumento de evaluación en Dirección Comercial II”, en J.D. Alvarez, M.T. Tortosa y N. Pellín (Eds.), *Diseño de acciones de investigación en docencia universitaria*, Editorial Universidad de Alicante, Alicante, 2012 (ISBN: 978-84-695-6638-1), págs. 2208-2225.

Mas, F.J., Sancho, F.M., Palos, L., Enguix, L. y García, C., “Análisis comparativo de la evaluación docente de “Investigación Comercial” entre Grado y Licenciatura: Impacto del nuevo EEES”, en J.D. Álvarez, M.T. Tortosa y N. Pellín (Eds.), *La Producción científica y la actividad de innovación docente en Proyectos de Redes*, Editorial Universidad de Alicante, Alicante, 2013 (ISBN: 978-84-695-9336-3), págs. 2007-2021.

Mas, F.J., Sancho, F.M., Palos, L., Enguix, L., García, C. y A. Núñez, “Efecto del perfil y dedicación de los docentes sobre la satisfacción y calidad percibida del alumnado de Investigación Comercial”, en J.D. Álvarez, S. Grau y M.T. Tortosa (Eds.), *Innovaciones metodológicas en docencia universitaria: resultados de investigación*, Editorial Universidad de Alicante, Alicante, 2016 (ISBN: 978-84-608-4181-4), págs. 603-617.

Sancho, F.M., Rodríguez, C., Ostrovskaya, L., Campayo, F. y Mas, F.J., “Mejorando la comunicación y la evaluación en los TFGs del área de Investigación de Mercados mediante la rúbrica”, en R. Roig-Vila, A. Lledó y J.M. Antoli Martínez (Eds.), *XARXES-INNOVAESTIC 2018. Libro de Actas*, Universidad de Alicante, Alicante, 2018 (ISBN: 978-84-697-9429-6), págs. 251-253.

7. PUBLICACIONES EN ARTÍCULOS

* En revistas internacionales incluidas en el Journal Citation Reports:

Casado, A. and Mas, F.J., "The consumer's reaction to delays in service", *International Journal of Service Industry Management*, volume 13, number 2, 2002, 118-140. (JCR en 2002: 0,415). Q4 en Management

Mas, F.J., Nicolau, J.L. and Ruiz, F., "Foreign expansion strategy and performance", *International Marketing Review*, volume 19, no. 4, 2002, 348-368. (JCR en 2002: 0,356). Q4 en Business.

Mas, F.J., Calderón, A. and Nicolau, J.L., "Commercial and philanthropic sponsorship: Direct and interaction effects on company performance", *International Journal of Market Research*, volume 47, issue 1, 2005, 75-99. (JCR en 2005: 0,269). Q4 en Business.

Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "Stochastic modeling: A three-stage tourist choice Process", *Annals of Tourism Research*, volume 32, no. 1, 2005, 49-69. (JCR en 2005: 0,630). Q2 en Sociology. Q3 en Environment Studies

Mas, F.J., Nicolau, J.L. and Ruiz, F., "Asymmetric rivalry between strategic groups: response, speed of response and ex ante vs. ex post competitive interaction in the Spanish bank deposit market", *Strategic Management Journal*, volume 26, issue 8, 2005, 713-745. (JCR en 2005: 1,897). Q1 en Business, Q1 en Management

Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "Heckit modelling of tourist expenditure: evidence from Spain", *International Journal of Service Industry Management*, volume 16, number 3, 2005, 271-293. (JCR en 2005: 0,635). Q3 en Management

Mas, F.J., Nicolau, J.L. and Ruiz, F., "Foreign diversification vs. concentration strategies and firm performance: Moderating effects of the market, product and firm factors", *International Marketing Review*, volume 23, number 1, 2006, 54-82. (JCR en 2006: 0,422). Q4 en Business

Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: The moderating role of motivations", *Tourism Management*, volume 27, issue 5, 2006, 982-996. (JCR en 2006: 0,856). Q3 en Management. Q3 en Environment Studies.

Sellers, R. and Mas, F.J., "An empirical analysis of productivity growth in retail services: Evidence from Spain", *International Journal of Service Industry Management*, volume 18, number 1, 2007, 52-69. (JCR en 2007: 0,804). Q3 en Management.

Ruiz, F., Mas, F.J. and Nicolau, J.L., "Two stage choice process of Foreign direct investment: Ownership structure and diversification mode", *Journal of Business Research*, volume 60, 2007, 795-805. (JCR en 2007: 0,878). Q3 en Business

Nicolau, J.L. and Mas F.J., "Sequential choice behavior: Going on vacation and type of destination", *Tourism Management*, 29(5), 2008, 1023-1034. (JCR en 2008: 1,274). Q2 en Environment Studies. Q1 en Hospitality, Leisures, Sports & Tourism. Q2 en Management

Sellers, R. and Mas, F.J., "Technical efficiency in the retail food industry: The influence of inventory investment, wage levels and age of the firm", *European Journal of Marketing*, volume 43, issue 5/6, 2009, 652-669. (JCR en 2009: 0,756). Q3 en Business

Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "Simultaneous analysis of whether and how long to go on holidays", *The Service Industries Journal*, volume 29, number 8, 2009, 1077-1092. (JCR en 2009: 0.283). Q4 en Management

Calderón-Martínez, A., Ruiz-Conde, E., Parreño-Selva, J. and Mas-Ruiz, F.J. "Evaluation bias against work in progress: Evidence from a Spanish marketing conference", *Higher Education*, volume 60, number 4, 2010, 395-417. (JCR en 2010: 0,823). Q2 en Education & Education Research

Mas-Ruiz, F.J. and Ruiz-Moreno, F., "Rivalry within strategic groups and consequences for performance: The firm-size effects", *Strategic Management Journal*, 32, issue 12, 2011, 1286-1308. (JCR en 2011: 3,783; JCR a 5 años: 6.288). Q1 en Business, Q1 en Management

Sellers, R. y Mas, F.J., "Rentabilidad de las empresas vinculadas a las marcas colectivas en el sector vinícola", *Universia Business Review*, 38, 2º trimestre, 2013, 68-83. (JCR en 2012: 0,138).

Mas-Ruiz, F.J., Ruiz-Moreno, F. and Ladrón de Guevara, A., "Asymmetric rivalry within and between strategic groups", *Strategic Management Journal*, 35, Issue 3, 2014, 419-439. (JCR en 2014: 3,341; JCR a 5 años: 6.061). Q1 en Business, Q1 en Management

Parreño-Selva, J., Mas-Ruiz, F.J. and Ruiz-Conde, E., "Price promotions effects of virtue and vice products", *European Journal of Marketing*, 48 (7/8), 2014, 1296-1314. (JCR en 2014: 1,006; JCR a 5 años: 1,659). Q3 en Business

Sellers, R. and Mas, F.J., "Economic efficiency of members of protected designations of origin: Sharing reputation indicators in the experience goods of wine and cheese", *Review of Managerial Science*, 9(1), 2015, 175-196. (JCR en 2015: 0,814; JCR a 5 años: 0,988). Q3 en Management

Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "Detecting free riders in collective brands through a hierarchical choice process", *Journal of Travel Research*, 54(3), 2015, 288-301. (JCR en

2015: 2,905; JCR a 5 años: 3,981). Q1 en Hospitality, Leisure, Sport & Tourism

Sancho-Esper, F.M. and Mas-Ruiz, F.J., “Spanish domestic airline market structure and incumbent cost response to market entry: Direction and magnitude of response”, *Journal of Transport Economics and Policy*, 2016, 50(3), 223-244. (JCR en 2016: 0,935; JCR a 5 años: 1,179). Q2 en Economics

Mas-Ruiz, F.J., Sancho-Esper, F.M., and Sellers-Rubio, R., “The effect of collective brand on advertising productivity”, *British Food Journal*, 2016, 118(10), 2475-2490. (JCR en 2016: 1,206; JCR a 5 años: 1,437). Q3 en Food Science and Technology.

Mas-Ruiz, F.J., Ruiz-Moreno, F., “How strategic groups act competitively within and across markets”, *Managerial and Decision Economics*, 2017, 38(7), 1017-1032.

Parreño-Selva, J., Mas-Ruiz, F.J. and Ruiz-Conde, E., “The effects of price promotion on relative virtue and vice food products”, *International Food and Agribusiness Management Review*, 2017, 20(5), 637-654. (JCR en 2017: 0,545; JCR a 5 años: 0,789). Q4 en Agricultural Economics and Policy.

Sellers-Rubio, R., Mas-Ruiz, F.J. and Sancho-Esper, F., “Firm reputation, advertising investment, and price premium: The role of collective brand membership in high-quality wines”, *Agribusiness: An International Journal*, 2018, 34(2), 351-362. (JCR en 2018: 1,635; JCR a 5 años: 1,779). Q2 en Economics.

Mas-Ruiz, F.J., Ruiz-Conde, E. and Calderón-Martínez, A., “Strategic group influence on entry mode choices in foreign markets”, *International Business Review*, 2018, 27(6), 1259-1269. (JCR en 2018: 3,639; JCR a 5 años: 4,030). Q2 en Business.

Sancho-Esper, F.M. and Mas-Ruiz, F.J., “Competition in the Spanish domestic airline sector: Market deregulation, switching costs and route cost behaviour”, *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 2019, 32(2), 282-302. (JCR en 2019: 0,739; JCR a 5 años: 0,963). Q4 en Business.

Mas-Ruiz, F.J., Nicolau, J.L. and Calderón-Martínez, A., “Brand alliances and stock

reactions”, *Journal of Business-to-Business Marketing*, 2021, 28(1), 3-13. (JCR en 2021: 3,045; JCR a 5 años: 2,423). Q3 en Business.

Ruiz-Conde, E., Mas-Ruiz, F.J. and Parreño-Selva, J., “Consumption threshold at which virtue products become vice products: The case of beer”, *Foods*, 2021, 10(8), 1688. Open Access: <https://doi.org/10.3390/foods10081688> (JCR en 2021: 5,561; JCR a 5 años: 5,940). Q1 en Food Science & Technology.

Sellers-Rubio, R., Mas-Ruiz, F.J. and Sancho-Esper, F., “Reputation and advertising of collective brand members in the wine industry: The moderating role of market share”, *Journal of Wine Economics*, 2021, 16(2), 169-188. (JCR en 2021: 2,178; JCR a 5 años: 2,581). Q2 en Economics.

Ruiz-Moreno, F., Mas-Ruiz, F.J. and Sancho-Esper, F., “Strategic Groups and Product Differentiation: Evidence from the Spanish Airline Market Deregulation”, *Research in Transportation Economics*, 2021, 90, december, 1-10. (JCR en 2021: 2,904; JCR a 5 años: 3,172). Q2 en Economics.

Mas-Ruiz, F.J., Rodríguez-Sánchez, C., Sancho-Esper, F.M. and de Quevedo-Puente, E., “Global and local corporate social responsibility: A study of foreign entry mode choice in Spanish quoted firms”, *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 2022, 35(1), 59-79. (JCR en 2022: 1,2; JCR a 5 años: 1,3). Q4 en Management.

Sharma, A., Nicolau, J.L. and Mas, F.J., “The effect of movie and television placements”, *Tourism Management*, 2022, 91, august, 1-8. Article 104517. (JCR en 2022: 12,7; JCR a 5 años: 13,1). Q1 en Management.

Sellers-Rubio, R., Mas-Ruiz, F.J. and Campayo-Sánchez, F., “Quality of an experience good: the interaction of price and advertising as a determining factor”, *Total Quality Management & Business Excellence*, 2023, 34(7), 807-826. (JCR en 2023: 3,6; JCR a 5 años: 3,8). Q2 en Management. <https://doi.org/10.1080/14783363.2022.2112515>

Campayo-Sánchez, F., Sharma, A., Mas-Ruiz, F.J. and Nicolau-Gonzálbez, J.L., “If the wind blows, adjust your sail: Political ideology, social responsibility, and

performance”, *Annals of Tourism Research*, 2024, 108, september, 1-13. Article 103814. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103814> (JCR en 2024: 7,8; JCR a 5 años: 11,1). Q1 en Hospitality, Leisure, Sport & Tourism

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. and Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Navigating market waves: How CEO political ideology shapes the currents of innovation-induced tourism value”, *Tourism Management*, 2025, 106, February, 1-14. Article 105033. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105033> (JCR en 2024: 12,4; JCR a 5 años: 13,6). Q1 en Management

Campayo-Sánchez, F., Sharma, A., Mas-Ruiz, F.J. and Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Setting the course: CEO beliefs as the North Star in the hotel-OTA relationship”, *International Journal of Hospitality Management*, 2025, Vol. 125, 1-11. Article 103990. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103990> (JCR en 2024: 8,3; JCR a 5 años: 10,3). Q1 en Hospitality, Leisure, Sport & Tourism

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. and Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Hunted hunter: The role of competitive comparison in product survival”, *Review of Managerial Science*, 2025, <https://doi.org/10.1007/s11846-025-00870-5>. (JCR en 2024: 9,6; JCR a 5 años: 8,1). Q1 en Management

Sellers-Rubio, R., Mas-Ruiz, F.J. and Campayo-Sánchez, F., “Influence of competition among products on perceived quality of an experience product: The collective brand perspective”, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 2025, 42(8), 2350–2374. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-02-2024-0068> (JCR en 2024: 3; JCR a 5 años: 3,2). Q2 en Management

Mas-Ruiz, F.J., Ruiz-Moreno, M.F. and Campayo-Sánchez, F., Mimetic isomorphic pressure on foreign distribution entry mode choice, *Multinational Business Review*, 2025, 1-23. Article <https://doi.org/10.1108/MBR-11-2024-0224>

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. and Nicolau-Gonzálbez, J.L., “All for one and one for all: The spillover effect of sports on tourism market value”, *International Journal of Hospitality Management*, 2026, 132, 1-13. Article 104388.

<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104388> (JCR en 2024: 8,3; JCR a 5 años: 10,3). Q1 en Hospitality, Leisure, Sport & Tourism

Mas-Ruiz, F.J., Sellers-Rubio, R., Campayo-Sánchez, F. and Olivares, F., “Does the competition within a collective brand influence the advertising investment of its members?”, *Business Research Quarterly*, 2026, 29, 1-19. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/23409444261425237>.

*** En revistas internacionales no incluidas en el Journal Citation Reports:**

Mas, F.J., "Dynamic analysis of competition in Marketing: strategic groups in Spanish banking", *European Journal of Marketing*, volume 32, issue 3/4, 1998, 252-278

Mas, F.J., "Image of suburban shopping malls and two-stage versus uni-equational modelling of the retail trade attraction: an empirical application", *European Journal of Marketing*, volume 33, issue 5/6, 1999, 512-530

Mas, F.J., "Dynamic analysis of competition in Marketing: strategic groups in Spanish banking" (Reimpreso), *International Journal of Bank Marketing*, volume 17, issue 5, 1999, 233-250

Mas, F.J., "Strategic group analysis in Strategic Marketing: an application to Spanish savings banks", *Marketing Intelligence & Planning*, volume 16, issue 4, 1998, 277-287

Mas, F.J., "The supplier-retailer relationship in the context of strategic groups", *International Journal of Retail & Distribution Management*, volume 28, issue 2/3, 2000, 93-106

Ruiz, E. and Mas, F.J., "The distribution model in the diffusion of innovations: a comparison of different European countries", *European Journal of Innovation Management*, volume 4, issue 1, 2001, 6-19

Sellers, R. and F.J. Mas, F.J., "Economic Efficiency in supermarkets: Evidences in Spain", *International Journal of Retail & Distribution Management*, volume 34, number 2, 2006,

155-171

Sellers, R., Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "The economic value of patent protection and rivalry in the Spanish Electrical sector", *European Journal of Innovation Management*, volume 10, issue 4, 2007, 434-452.

Casado, A., Mas, F.J. and Kasper, H., "Explaining satisfaction in double deviation scenarios: the effects of anger and distributive justice", *International Journal of Bank Marketing*, volume 25, number 5, 2007, 292-314

Sellers, R. and Mas, F.J., "Different approaches to the evaluation of performance in retailing", *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, volume 17, Issue 5, 2007, 503-522

Sellers, R. and Mas, F.J. "Efficiency vs. market power in retailing: Analysis of supermarket chains", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16, 2009, 61-67.

Casado, A., Mas, F.J., and Sellers, R., "Stock market reactions to third party complaints", *International Journal of Bank Marketing*, volume 27, number 2, 2009, 167-183.

Ruiz, F., Ladrón de Guevara, A. and Mas, F.J., "Development of a model of price competition in the Spanish loans market", *International Journal of Bank Marketing*, volume 28, issue 6, 2010, 479-496.

Sellers, R., Mas, F.J. and Casado, A., "University Efficiency: Complementariness vs. trade-off between teaching, research and administrative activities", *Higher Education Quarterly*, volume 64, issue 4, 2010, 373-391.

Casado, A., Nicolau, J.L., and Mas F.J., "The harmful consequences of failed recoveries in the banking industry", *International Journal of Bank Marketing*, volume 29, issue 1, 2011, 32-49.

*** En revistas nacionales:**

Gómez Sala, J.C. y Mas, F.J., "Identificación de grupos estratégicos en las cajas de Ahorros españolas", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 1, número 3, 1992, 9-28

Munuera, J.L., Ruiz, S., Hernández, M. y Mas, F.J., "Las ferias comerciales como variable de Marketing: análisis de los objetivos del expositor", *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 718, 1993, 119-137

Gómez Sala, J.C. y Mas, F.J., "Análisis de la competencia en las cajas de ahorros: grupos estratégicos", *Esic-Market*, número 79, 1993, 143-167

Mas, F.J., "El análisis de grupos estratégicos y sus implicaciones de gestión", *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 747, 1995, 135-150

Mas, F.J., "Identificación de períodos de tiempo estratégicamente estables en el análisis de la competencia en Marketing", *Investigación y Marketing*, número 48, 1995, 6-14

Mas, F.J., "Predicción de la estructura futura de la industria. La teoría de grupos estratégicos", *Economía Industrial*, número 311, 1996, 193-202

Mas, F.J., "Predicción de las estrategias futuras de la industria y de su estructura de grupos estratégicos: una aplicación empírica", *Cuadernos Aragoneses de Economía*, volumen 6, número 2, 1996, 421-439

Mas, F.J., "La imagen de los centros comerciales suburbanos en el modelo de Huff: una aplicación empírica", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 6, número 2, 1997, 57-66

Gómez, J.C., Marhuenda, J. y Mas, F.J., "El precio de las acciones como base para la identificación de grupos estratégicos: aplicación al sector bancario español", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, volumen 26, número 92, 1997, 805-828

Mas, F.J., "Imagen y atracción de centros comerciales suburbanos", *Investigación y Marketing*, número 56, 1997, 51-59

Mas, F.J., "Diferencia de resultados entre los grupos estratégicos de la banca española, 1984-1991", *Boletín de Estudios Económicos*, volumen 52, número 160, 1997, 47-64

Mas, F.J., "Relación rentabilidad-riesgo en el contexto de los grupos estratégicos", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 7, número 1, 1998, 33-46

Mas, F.J., Ruiz, F. y Nicolau, J.L., "Relación de los patrones de planificación y de conducta de exportación sobre los resultados", *Dirección y Organización*, volumen 22, 1999, 99-113

Mas, F.J., Sellers, R. y Azorín, A., "Calidad percibida, satisfacción e intención de compra de los servicios", *Revista de Economía y Empresa*, volumen 13, nº 36, 1999, 37-51

Mas, F.J., Parreño, J. y Ruiz, E., "Efectos cuota de mercado e industria sobre los resultados", *Revista de Economía Aplicada*, volumen, 8, nº 23, 2000, 165-188

Mas, F.J. y J. Estévez, J., "Dimensiones estratégicas cognitivas en el posicionamiento competitivo", *Esic-Market*, volumen 106, 2000, 9-22

Mas, F.J. y Calderón, A., "Determinantes de los presupuestos publicitario-promocional y de ferias comerciales: una aproximación", *Esic-Market*, número 107, 2000, 197-210

Mas, F.J., Parreño, J. y Ruiz, E., "Cuota de mercado y rivalidad en el sector de la construcción a partir de las cotizaciones bursátiles", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 11, nº 2, 2002, 161-172

Mas, F.J., Nicolau, J.L. y Ruiz, F., "Rivalidad en el mercado español de depósitos bancarios: la teoría de los grupos estratégicos", *Moneda y Crédito. Segunda Epoca*, nº 215, 2002, 109-144

Mas, F.J., Nicolau, J.L. y Ruiz, F., "Rivalidad en el mercado español de depósitos bancarios: la teoría de los grupos estratégicos", *Moneda y Crédito. Segunda Epoca*, nº 217, 2003, 11-44

Mas, F.J., Casado, A. y Azorin, A., "Atribución, satisfacción, calidad percibida e intención de conducta en encuentros de servicio fracasados", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 13, nº 1, 2004, 45-62

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "Modelización estocástica. Un proceso de elección del turista en tres etapas" (Reimpreso), *Annals of Tourism Research en Español*, vol. 7, nº 1, 2005, 112-137

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "Papel moderador de las motivaciones en el efecto de los precios de los destinos turísticos", *Revista Española de Investigación de Marketing Esic*, volumen 10, nº 1, 2006, 27-44

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "Elección de la duración del viaje vacacional: Una aproximación con modelos de recuento", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 15, nº 2, 2006, 99-116

Sellers, R. y Mas, F.J., "Evaluación de la eficiencia en distribución comercial minorista", *Distribución y Consumo*, nº 87, 2006, 88-96

Ruiz, F. y Mas, F.J., "Entrada de la empresa española en mercados exteriores", *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 13, número 1, 2007, 183-208

Sellers, R. y Mas, F.J., "Rentabilidad, poder de mercado y eficiencia en la distribución comercial minorista", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 17, número 4, 2008, 157-170

Sellers, R. y Mas, F.J., "Determinantes de la eficiencia en el canal de distribución: análisis en agencias de viajes", *Revista Española de Investigación de Marketing Esic*, 13(1), 2009, 97-115

Ruiz, E., Parreño, J., Calderón, A. y Mas, F.J., "Evaluación de las comunicaciones de un congreso de Marketing y su posterior publicación", *Revista Española de Investigación de*

Marketing Esic, 15(1), 2011, 71-95.

8. PUBLICACIONES EN DOCUMENTOS DE TRABAJO

Gómez Sala, J.C., Marhuenda, J. y Mas, F.J., "La estructura de dependencia del precio de las acciones en la identificación de grupos estratégicos: aplicación al sector bancario español", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, número 3, serie EC, 1993

Mas, F.J., "Atracción de centros comerciales en el contexto de la elección discreta individual", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, número 17, serie EC, 1996

Mas, F.J., "Relación bilateral entre industria oferente y demandante mediante grupos estratégicos", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 18, serie EC, 1998

Mas, F.J., Parreño, J. y Ruiz, E., "Efectos cuota de mercado e industria sobre los resultados empresariales", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 8, serie EC, 1999

Mas, F.J., Nicolau, J.L. y Ruiz, F., "Rivalidad en el mercado español de depósitos bancarios: la teoría de los grupos estratégicos", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 9, serie EC, 2000

Mas, F.J., Nicolau, J.L. y Ruiz, F., "Impacto de la estrategia de diversificación en la expansión a mercados exteriores sobre los resultados", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 13, serie EC, 2000

Mas, F.J. y Ruiz, E., "La distribución en la difusión de innovaciones: comparación de patrones entre países europeos", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 11, serie EC, 2001

Casado, A. y Mas, F.J., "Reacción del consumidor ante el retraso de un servicio",

Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE), nº 12, serie EC, 2001

Mas, F.J., Sellers, R. y Nicolau, J.L., "Eficiencia en la distribución: una aplicación en el sector de agencias de viajes", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 17, serie EC, 2002

Mas, F.J., Calderón, A. y Nicolau, J.L., "Factores determinantes de los resultados derivados de las actividades de patrocinio y mecenazgo", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 01, serie EC, 2003

Mas, F.J. y Ruiz, F., "Spanish company foreign market entry", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 10, serie EC, 2003

Mas, F.J., Casado, A. y Sellers, R., "Third-party complaints and firm performance: an application in Spanish banking", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 1, serie EC, 2004

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "Stochastic choice analysis of tourism destinations", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 7, serie AD, 2004

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "Analysing three basic decisions of tourists: going away, going abroad and going on tour", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 5, serie EC, 2004

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "Heckit modelling of the two-stage tourist choice process: going on holidays and tourism", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 16, serie EC, 2004

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "A random parameter logit approach to the two-stage tourist choice process: going on holidays and length of stay", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 46, serie AD, 2004

Ruiz, F., Ladrón de Guevara, A. y Mas, F.J., "Competencia en el mercado español de créditos bancarios: Un modelo de variaciones conjeturales", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 7, serie EC, 2006

Casado, A. y Mas, F.J., "Explaining satisfaction in double deviation scenarios: The effects of anger and distributive justice", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 9, serie EC, 2006

Sellers, R. y Mas, F.J., "Technical efficiency in the retail food industry: The influence of inventory investment, wage levels and age of the firm", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 15, serie EC, 2006

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "A new marketing segmentation approach based on marginal individual utilities: Applying CRM is not a chimera anymore", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 16, serie EC, 2006

Casado, A.B., Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "The negative effects of failed service recoveries", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 7, serie EC, 2008

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "Contribution of individual to collective brands", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 7, serie EC, 2010

Sellers, R. y Mas, F.J., "Valor de marca colectiva: Aproximación desde el enfoque de la eficiencia", *Documentos de Trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)*, nº 1, serie EC, 2011

9. OTROS TRABAJOS DE INVESTIGACION

Tesis de Licenciatura titulada "El Análisis de Grupos Estratégicos en la Planificación Estratégica Empresarial: Aplicación a las Cajas de Ahorros", Universidad de Alicante, 1991, dirigida por el Dr. Fernando Casado Juan. Tribunal formado por: Dr. Fernando

Casado Juan, Dr. José Luis Munuera Alemán, y Dr. Enrique Bigné Alcañiz. Calificación: Sobresaliente por unanimidad.

Tesis de Doctorado titulada "*Competencia y Dinámica de Grupos Estratégicos: Aplicación al Sector Bancario Español*", Universidad de Alicante, 1994, dirigida por el Dr. Fernando Casado Juan. Tribunal formado por: Dr. José Antonio Varela González, Dr. Rodolfo Vázquez Casielles, Dr. José Luis Munuera Alemán, Dra. Yolanda Polo Redondo, y Dr. Enrique Bigné Alcañiz. Calificación: Premio Extraordinario.

10. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN COMPETITIVOS SUBVENCIONADOS

Título: "Valor Económico de Protección de las Patentes y Rivalidad en el Sector Eléctrico Español"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: J.L. Nicolau y R. Sellers

Referencia: GRE01-14

Organismo: Universidad de Alicante. Vicerrectorado de Investigación. Convocatoria de Ayudas a Proyectos de Investigación para Grupos Emergentes 2001

Fecha: Septiembre 2001-Agosto 2002

Cuantía concedida: 1.284.268 Pts.

Título: "Eficacia de las Promociones de Venta Minoristas. Propuesta de Modelización con Datos Diarios de Escáner"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: P.S.H. Leeflang, J. Parreño, A. Calderón, E. Ruiz y A. Van Dijk

Referencia: BEC2002-01759

Organismo: Ministerio de Ciencia y Tecnología. Dirección General de Investigación. Convocatoria de Ayudas a Proyectos de I+D (BOE de 15 de enero de 2002)

Fecha: noviembre 2002-octubre 2005

Cuantía concedida: 37.720 €

Título: "Rivalidad en precios entre grupos estratégicos: Mercado español de créditos bancarios"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: A. Ladrón de Guevara, F. Ruiz, A. Calderón, A. Casado, J.L. Nicolau, y R. Sellers

Referencia: GV04B-577

Organismo: Direcció General d'Universitats i Investigació, Conselleria de Cultura, Educació i Sport. Generalitat Valenciana. Convocatoria de Ajudes per a Projectes de I+D, modalitat B (DOGV de 24 de marzo de 2004)

Fecha: Enero 2004-Diciembre 2005

Cuantía concedida: 7.000 €

Título: "Promociones de precios: Modelización de sus efectos sobre la compra de productos no promocionados y el beneficio empresarial"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: P.S.H. Leeflang, J. Parreño, A. Calderón, E. Ruiz y J.E. Wieringa

Referencia: SEJ2006-15305

Organismo: Ministerio de Educación y Ciencia. Dirección General de Investigación. Convocatoria de Ayudas a Proyectos de Investigación en el marco del Plan Nacional de I+D+I 2004-2007 (BOE de 30 de noviembre de 2005)

Fecha: Octubre 2006-Septiembre 2009

Cuantía concedida: 66.421 €

Título: "Promociones de precios: Modelización de sus efectos sobre la compra de productos no promocionados y el beneficio empresarial"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: P.S.H. Leeflang, J. Parreño, A. Calderón, E. Ruiz y J.E. Wieringa

Referencia: ACOMP/2007/059

Organismo: Dirección General de Investigación y Transferencia Tecnológica, Conselleria de Empresa, Universidad y Ciencia. Generalitat Valenciana. Ayudas complementarias para Proyectos de I+D+I. Convocatoria de 2007 (DOGV 5292 de 30 de junio de 2006)

Fecha: Enero 2007-Diciembre 2007

Cuantía concedida: 12.533 €

Título: "Modelización del efecto de las promociones de precio sobre las ventas de productos light y regulares"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: J. Parreño, A. Calderón, E. Ruiz y M.F. Sancho

Referencia: ECO2009-12271

Organismo: Ministerio de Ciencia e Innovación. Dirección General de Investigación. Convocatoria de Ayudas a Proyectos de Investigación en el marco del Plan Nacional de I+D+I 2008-2011 (BOE de 31 de diciembre de 2008)

Fecha: Enero 2010-Diciembre 2012

Cuantía concedida: 45.000 €

Título: "Modelización del efecto de las promociones de precio sobre las ventas de productos light y regulares"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: J. Parreño, A. Calderón, E. Ruiz y M.F. Sancho

Referencia: ACOMP/2010/061

Organismo: Dirección General de Política Científica, Conselleria de Educación. Generalitat Valenciana. Ayudas complementarias para Proyectos de I+D+I. Convocatoria de 2009 (DOGV 6063 de 23 de julio de 2009)

Fecha: Enero 2010-Diciembre 2010

Cuantía concedida: 3.000 €

Título: "Promociones de precio de los productos de vicio y de virtud: Modelización del efecto directo y cruzado dentro de una categoría y entre categorías"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: J. Parreño, A. Calderón, E. Ruiz y M.F. Sancho

Referencia: ECO2012-32001

Organismo: Ministerio de Economía y Competitividad. Dirección General de Investigación Científica y Técnica. Convocatoria de Ayudas a Proyectos de Investigación en el marco del Plan Nacional de I+D+i 2008-2011 (BOE de 31 de diciembre de 2011)

Fecha: Febrero 2013-Enero 2015

Cuantía concedida: 13.200 €

Título: Proliferación de productos como estrategia competitiva y sus implicaciones en

los precios.

Personal contratado: Fernando Campayo Sánchez

Directores: F.J. Mas y J.L. Nicolau

Referencia: ACIF/2017/235

Organismo: Generalitat Valenciana. Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte. Programa para la promoción de la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación en la Comunitat Valenciana. Contratación de personal investigador de carácter predoctoral. (DOGV 7943 de 23 de diciembre de 2016)

Fecha: 15/12/2017-24/03/2021

Cuantía concedida: 66.578 €

Título: Ayuda para la formación de profesorado universitario.

Personal contratado: Azahara Romero Ortiz

Director: F.J. Mas

Referencia: FPU17/01544

Organismo: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Programa Estatal de promoción del talento y su empleabilidad. Plan Estatal de Investigación científica y técnica y de innovación 2013-2016. (BOE de 12 de diciembre de 2017)

Fecha: 10/09/2018-09/09/2022

Cuantía concedida: 82.110 €

Título: "Análisis integral del sector turístico desde las perspectivas de gestión de la oferta y el comportamiento de la demanda (INTETUR)"

Investigador principal: F. Ruiz y R. Sellers

Investigadores colaboradores: F.J. Mas, J. Parreño, A. Calderón, E. Ruiz, A. Casado, M.F. Sancho, C. Rodríguez, F. Campayo y A. Romero

Referencia: RTI2018-099467-B-I00

Organismo: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Convocatoria 2018 de Ayudas a Proyectos de I+D+i «Retos investigación» correspondientes al Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2017-2020.

Fecha: Diciembre 2016- Diciembre 2021

Cuantía concedida: 47.916 €

Título: “Gestión de productos en la industria del automóvil: entrada, salida y calidad del producto, supervivencia del pionero e identificación del rival”

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: J. Parreño, E. Ruiz y F. Campayo

Equipo de trabajo: J.L. Nicolau

Referencia: PID2021-123453NB-I00

Organismo: Ministerio de Ciencia e Innovación. Convocatoria para el año 2021 de Ayudas a “Proyectos de Generación de Conocimiento”, en el marco del Programa Estatal para Impulsar la Investigación Científico-Técnica y su Transferencia, del Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2021-2023. Investigación no orientada. Modalidad tipo B (BOE de 13 de noviembre de 2021)

Fecha: Septiembre 2022-Septiembre2025

Cuantía concedida: 42.000 €

Título: Subvención para una estancia del personal investigador doctor en el centro de investigación radicado fuera de la Comunitat Valenciana de Howard Feiertag Department of Hospitality and Tourism Management, Pamplin College of Business, Virginia Polytechnic Institute and State University

Beneficiario: Francisco José Mas Ruiz

Referencia: CIBEST/2022/212

Organismo: Consellería d’Innovació, Universitats, Ciència i Societat Digital. Generalitat Valenciana. Subvenciones del Programa para la promoción de la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación en la Comunitat Valenciana. (DOGV 9449 de 14 de octubre de 2022)

Fecha: 15/08/2023-15/09/2023

Cuantía concedida: 2.100 €

*** Proyectos europeos:**

Título: PROGRAMA DE INTERCAMBIO DE EXPERTOS CUBA-UE II.

Referencia: INTERCUBA-UE II(LA/2016/382-336)

Investigador principal: Marhuenda Fructuoso, Joaquín Juan

Participantes: de Oliveira Pires, Sofía Isabel; Escarre Uruña, Roberto; Gómez Sala, Juan Carlos; Martínez Gras, Rodolfo; Mas Ruiz, Francisco José; Parreño Selva, Josefa;

Pastor Llorca, María Jesús; Rodríguez Jaume, María José; Tur Viñes, Victoria; Yáñez Muñoz, Leonardo.

Fecha: 28/12/2016-27/7/2020

Cuantía concedida: 400.000 €

*** Ayudas para la investigación en docencia:**

Título: “Red de Tercer curso de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas (ADE)”

Coordinador: J. Sarasa

Profesores participantes: F.J. Mas, E. Ruiz, J. Parreño, A. Calderón, R. Ayela, C. Bañón, M. Vaca, A. Pascual, E. Domínguez, A. Denia, J.A. Martínez,

Organismo: Vicerrectorado de Calidad y Armonización Europea. Universidad de Alicante. Convocatoria 2007-2008 del Proyecto Redes de Investigación en Docencia Universitaria.

Modalidad I: Redes de Investigación en docencia Universitaria de Titulación-EEES

Fecha: Curso 2007-2008

Cuantía concedida: 300 €

Título: “Eficiencia universitaria: Complementariedad y sustitución entre actividades docentes, investigadoras y administrativas”

Coordinador: F.J. Mas

Profesores participantes: R. Sellers, A. Casado y M. F. Sancho

Organismo: Vicerrectorado de Planificación Estratégica y Calidad. Universidad de Alicante. Convocatoria 2010-2011 del Proyecto Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Modalidad II: Redes de Investigación en docencia Universitaria de libre conformación-EEES

Fecha: Curso 2010-2011

Cuantía concedida: 1200 €

Título: “Complementariedad y sustitución entre actividad docente y eficiencia investigadora”

Coordinador: F.J. Mas

Profesores participantes: R. Sellers, A. Casado y M. F. Sancho

PAS participante: Carlos García Cifuentes

Organismo: Vicerrectorado de Planificación Estratégica y Calidad. Universidad de Alicante. Convocatoria 2011-2012 del Proyecto Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Modalidad II: Redes de Investigación en docencia Universitaria de libre conformación-EEES

Fecha: Curso 2011-2012

Cuantía concedida: 1400 €

Título: “El trabajo de investigación autónomo como instrumento de evaluación en Dirección Comercial II”

Coordinador: F.J. Mas

Profesores participantes: R. Sellers, A. Casado y M. F. Sancho

PAS participante: Carlos García Cifuentes

Organismo: Vicerrectorado de Planificación Estratégica y Calidad. Universidad de Alicante. Convocatoria 2011-2012 del Proyecto Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Modalidad II: Redes de Investigación en docencia Universitaria de libre conformación-EEES

Fecha: Curso 2011-2012

Cuantía concedida: 200 €

Título: “Análisis comparativo de la evaluación docente de “Investigación Comercial” entre Grado y Licenciatura: Impacto del nuevo EEES”

Coordinador: F.J. Mas

Profesores participantes: M.F. Sancho, L. Palos, L. Enguix

PAS participante: Carlos García Cifuentes

Organismo: Vicerrectorado de Estudios, Formación y Calidad. Universidad de Alicante. Convocatoria 2012-2013 del Proyecto Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Modalidad II: Redes de Investigación en docencia Universitaria de libre conformación-EEES

Fecha: Curso 2012-2013

Título: “Efecto del perfil y dedicación de los docentes sobre la satisfacción y calidad percibida del alumnado de Investigación Comercial”

Coordinador: F.J. Mas

Profesores participantes: M.F. Sancho, L. Palos, L. Enguix, A. Núñez

PAS participante: Carlos García Cifuentes

Organismo: Vicerrectorado de Estudios, Formación y Calidad. Universidad de Alicante.
Convocatoria 2014-2015 del Proyecto Redes de Investigación en Docencia Universitaria.
Modalidad II: Redes de Investigación en docencia Universitaria de libre conformación-
EEES

Fecha: Curso 2014-2015

Título: “Docencia en inglés en estudios de Grado de la Facultad de Económicas y
Empresariales de la UA”

Coordinador: M.F. Sancho

Profesores participantes: F.J. Mas, F. Turino, F. Ruiz, C. Rodríguez

Organismo: Vicerrectorado de Calidad e Innovación Educativa. Universidad de Alicante.
Convocatoria 2016-2017 del Programa de Redes de Investigación en Docencia
Universitaria. Modalidad I: Redes referidas a Titulaciones

Fecha: Curso 2016-2017

Cuantía concedida: 900 €

Título: “Estrategias de mejora en la elaboración y evaluación de los tfgs en el área
marketing: la rúbrica como herramienta de auditoría”

Coordinador: M.F. Sancho

Profesores participantes: F.J. Mas, C. Rodríguez, L. Ostrovskaya, A. y F. Fernández

Organismo: Vicerrectorado de Calidad e Innovación Educativa. Universidad de Alicante.
Programa I3CE de Investigación en Docencia Universitaria 2017-2018. Modalidad B:
Redes para la mejora de la calidad docente en asignaturas o cursos específicos

Fecha: Curso 2017-2018

Título: “La gamificación como herramienta de motivación, aprendizaje y evaluación en el
ámbito de la empresa y el marketing”

Coordinador: M.F. Sancho

Profesores participantes: F.J. Mas, F. Campayo, F. Ruiz, C. Rodríguez, L. Ostrovskaya, A.
Romero, F. Fernández y C. Wagner

Organismo: Vicerrectorado de Calidad e Innovación Educativa. Universidad de Alicante.
Convocatoria 2018-2019 del Programa de Redes de Investigación en Docencia
Universitaria. Modalidad B: Redes de grupos referidas a la mejora de la calidad educativa

Fecha: Curso 2018-2019

Cuantía concedida: 1700 €

Título: "RED MADE: Comisión titulación del Máster en Administración y Dirección de Empresas"

Coordinador: V. Sabater

Profesores participantes: F.J. Mas, B. Fuster, B. Marco, M. Úbeda, C. Forner, E. Fernández, A. Casado, A. Sánchez, F. Olivares, D. Escudero, J. Coves y S. Ruiz-Orejón.

Organismo: Vicerrectorado de Calidad e Innovación Educativa. Universidad de Alicante. Convocatoria 2020-2021 del Programa de Redes-I3CE de Calidad, Innovación e Investigación en docencia universitaria. Modalidad A: Redes para el seguimiento de la calidad de las titulaciones.

Fecha: Curso 2020-2021

Cuantía concedida:

*** Ayudas para financiar la organización de Congresos:**

Título: "XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing"

Investigador principal: F.J. Mas

Referencia: SEJ2004-20151-E

Organismo: Ministerio de Educación y Ciencia. Dirección General de Investigación. Convocatoria de Ayudas para la realización de Acciones Complementarias en el marco del Plan Nacional de I+D+I 2004-2007 (BOE de 2 de julio de 2004)

Fecha: 22 septiembre 2004-24 Septiembre 2004

Cuantía concedida: 6.000 €

Título: "XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing"

Investigador principal: F.J. Mas

Referencia: IIACDI/2004/9

Organismo: Conselleria de Industria, Comercio y Turismo. Convocatoria de Ayudas para Acciones Dinamizadoras de I+D+I en el marco del Plan Valenciano de Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación (PVIDI) 2001-2006 (DOGV de 16 de abril de 2004). Modalidad B

Fecha: 22 septiembre 2004-24 Septiembre 2004

Cuantía concedida: 3.000 €

11. CONVENIOS O CONTRATOS DE INVESTIGACIÓN CON INSTITUCIONES Y EMPRESAS

Título: "Análisis de la Competencia en el Sector de las Cajas de Ahorros Españolas mediante la Generación de Grupos Estratégicos"

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: Instituto de Cultura "Juan Gil-Albert", Diputación Provincial de Alicante, "Concurso público de ayudas a la investigación" en la modalidad de "II. Apoyo a la investigación. tema libre"

Fecha: 1991

Cuantía concedida: 100.000 Pts.

Título: "Relación Estrategia-Resultados en el Sector de Cajas de Ahorros"

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: Patronato Angel García Rogel, Obra Social de la Caja de Ahorros del Mediterráneo, "Concurso de becas y ayudas a la investigación" en la modalidad de "Ayudas al área de investigación: Economía"

Fecha: 1991

Cuantía concedida: 300.000 Pts.

Título: "Análisis Prospectivo del Nuevo Recinto Ferial de Elda"

Investigadores principales: J.C. Gómez Sala, G. Real y P. Taltavull

Investigador colaborador: F.J. Mas

Organismo: Institución Ferial Alicantina. Convenio con la Universidad de Alicante.

Fecha: 1991

Cuantía: 10.000.000 Pts.

Título: "Plan de Acción Territorial Aplicado a la Distribución Comercial en la Comunidad Valenciana"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: E. Bigné, J.L. Munuera, A. García y L. Palos

Organismo: Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat Valenciana.

Convenio con la Universidad de Alicante

Fecha: 1994

Cuantía: 34.000.000 Pts.

Título: "Proyecto ADAPT-ELAN-MOIXENT"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: J. Estévez, V. Alarcón y C. Alvarez

Organismo: Unidad Administradora del Fondo Social Europeo. Ayuda para la Corporación Local de Moixent. Convenio con la Universidad de Alicante

Referencia: MOIXEN1.96X

Fecha: 29/7/1996-29/10/1997

Cuantía: 30.000.000 Pts.

Título: "Relación Bilateral entre Industria Oferente y Demandante mediante Grupos Estratégicos"

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)

Fecha: 1997

Cuantía concedida: 400.000 Pts.

Título: "Relación 'Cuota de Mercado vs. Efecto Industria' sobre los Resultados"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: J. Parreño y E. Ruíz.

Organismo: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)

Fecha: 1998

Cuantía concedida: 600.000 Pts.

Título: "Impacto de la Estrategia de Diversificación en la Expansión a Mercados Exteriores sobre los Resultados"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: J.L. Nicolau y F. Ruiz

Organismo: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)

Fecha: 1999

Cuantía concedida: 600.000 Pts.

Título: "Colaboración en seminario sobre Metodología de evaluación de la calidad de servicio prestado por los ayuntamientos"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: R. Sellers y A. Casado

Organismo: Abogados y Consultores de Administración Local (ACAL)

Referencia: CONSULTORESAD1-00T

Fecha: 31/1/2000-29/2/2000

Cuantía: 1036,23 €

Título: "Realización de una encuesta para determinar el comportamiento de queja y respuesta corporativa"

Investigador principal: A.B. Casado

Investigador colaborador: F.J.Mas

Organismo: Unión de Consumidores de la Comunidad Valenciana

Fecha: octubre 2002-octubre 2004

Cuantía: 2500 €

Título: "Factores determinantes de la eficiencia técnica en distribución comercial minorista"

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: R. Sellers

Organismo: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)

Fecha: mayo 2005-octubre 2005

Cuantía concedida: 3.700 €

Título: "Informe sobre la confundibilidad de cajetillas de tabaco en asunto judicial Altadis vs. Philip Morris Products, S.A."

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: PADIMA, Agentes de la Propiedad Industrial, S.L.

Fecha: 2006

Cuantía: 2.500 €

Título: "Comportamiento de queja de los clientes bancarios en contextos de desviación"

doble”

Investigador principal: A. Casado

Investigadores colaboradores: F. Mas y J.L. Nicolau

Organismo: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)

Fecha: marzo-octubre 2007

Cuantía concedida: 3.700 €

Título: "Contribución de las marcas individuales a la marca colectiva”

Investigador principal: F.J. Mas

Investigadores colaboradores: J.L. Nicolau

Organismo: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)

Fecha: marzo-octubre 2009

Cuantía concedida: 3.700 €

Título: "Estudios de investigación y trabajos en el área de Administración, Auditoría, Gestión financiera, Mercados de capitales y Tesorería”

Investigador principal: J.C. Gómez Sala

Investigadores colaboradores: A. León, A. Rubia, B. Nieto, C. Corner, D. Abad, F. Benito, F.J. Mas, F. Poveda, G. López, J.L. Nicolau, F. Ruiz, M.J. Pastor, M. Balboa, M. Espinosa, P. Vázquez, P. Garrido, R. Iñiguez, R. Ayela y S. Sanabria

Organismo: Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM)

Fecha: enero 2008-enero2009

Cuantía concedida: 40.000 €

Título: "Valor de marca colectiva: Aproximación desde el enfoque de la eficiencia”

Investigador principal: R. Sellers

Investigadores colaboradores: F.J. Mas

Organismo: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)

Fecha: marzo-octubre 2010

Cuantía concedida: 3.700 €

Título: "Informe sobre la confusión de marcas en asunto judicial Nautica vs. NauticaStore”

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: PADIMA, Agentes de la Propiedad Industrial, S.L.

Fecha: 2010

Cuantía: 2.500 €

Título: "Ratificación del Informe pericial sobre la confundibilidad de marcas en asunto judicial"

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: PADIMA, Agentes de la Propiedad Industrial, S.L.

Fecha: 2012

Cuantía: 590 €

Título: "Informe pericial sobre la confusión de marcas en asunto judicial Alpargatas S.L.U. vs. Secret Spot"

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: Alpargatas Europe, S.L.U.

Fecha: 2012

Cuantía: 1.180 €

Título: "Estudio sobre la promoción del bienestar integral de los residentes rusos"

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: BernadaGolf, S.L.U.

Fecha: 2012

Cuantía: 2.789 €

Título: "Informe pericial en el procedimiento ordinario 000048/2017 del Juzgado de lo Mercantil nº 1 de Alicante sobre la comparación de la calidad de las tiendas web y física de Perfume's Club de Nova Engel respecto a la de una muestra de distribuidores autorizados del Grupo Clarins"

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: Nova Engel, S.A.

Fecha: 2018

Cuantía: 6.776 €

Título: "Informe pericial e intervención en el procedimiento de juicio ordinario, autos nº

278/2018 del Juzgado de lo Mercantil N° Uno de Alicante, sobre las posibilidades de competencia entre dos grupos de estaciones de servicio”

Investigador principal: F.J. Mas

Organismo: Pascual Vidal Rico

Fecha: 2018

Cuantía: 2843,5 €

12. ESTANCIAS EN CENTROS EXTRANJEROS

Centro: Howard Feiertag Department of Hospitality and Tourism Management, Pamplin College of Business, Virginia Polytechnic Institute and State University.

Director del departamento: Zheng Xiang

Responsable del grupo del centro receptor: Juan Luis Nicolau Gonzálbez

Localidad: Blacksburg (Virginia)

País: EE.UU.

Año: 2023

Duración: 1 mes (del 15-08-2023 al 15-09-2023)

Tema: Relación entre supervivencia del producto y rivalidad empresarial en el mercado español del automóvil

13. COMUNICACIONES Y PONENCIAS EN CONGRESOS

*** Presentadas en congresos internacionales:**

Mas, F.J., Munuera, J.L., Bigné, E. & Hernández, M., "Classification of Tourist Consumers: A Comparison of Buying Patterns", *24th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Paris, May, 1995

Mas, F.J., Nicolau, J.L. & Ruiz, F., "Rivalry in the Spanish Bank Deposits Market", *30th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Bergen (Norway), May, 2001

Mas, F.J. & Casado, A., "The Consumer's Reaction to Delays in Service", *31st Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Braga (Portugal), May, 2002

Mas, F.J., Sellers, R. & Nicolau, J.L., "Efficiency in Distribution: An Application for the

Travel Agency Sector", *2002 Multicultural Marketing Conference of the Academy of Marketing Science (AMS)*, Valencia, June, 2002

Mas, F.J., Nicolau, J.L. & Ruiz, F., "Rivalry in the Spanish Bank Deposits Market", *22nd Annual International Conference of the Strategic Management Society (SMS)*, Paris, September, 2002

Mas, F.J., Casado, A. & Sellers, R., "Third-party complaints and performance in Spanish banking: the role of service quality", *33th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Murcia, May, 2004

Mas, F.J., Nicolau, J.L. & Ruiz, F., "Two-stage choice process of foreign market entry", *2004 Marketing Science Conference*, Rotterdam (The Netherland), June, 2004

Mas, F.J. & Nicolau, J.L., "A mixed logit approach to a nested tourist choice process", *2004 Marketing Science Conference*, Rotterdam (The Netherland), June, 2004

Mas, F.J., Casado, A. & Sellers, R., "Moderators of the relationship between third-party complaints and Spanish banking performance", *2004 Marketing Science Conference*, Rotterdam (The Netherland), June, 2004

Mas, F.J. & Nicolau, J.L., "Stochastic tourist destination choice: Intra-country and coastal/inland and village/city product types", *11th Recent Advances in Retailing & Services Science Conference (EIRASS)*, Prague, July, 2004

Mas, F.J. & Sellers, R., "Technical efficiency in retailing: empirical evidence in supermarket chains", *34th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Milan (Italia), May, 2005

Casado, A.B., Kasper, H. & Mas, F.J., "The effects of anger and distributive justice in a double deviation scenario", *35th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Athens (Greece), May, 2006

Sellers, R. & Mas, F.J., "Malmquist productivity indexes in grocery retailing: Evidence

from Spain", *35th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Athens (Greece), May, 2006

Ruiz, F., Ladrón de Guevara, A. & Mas, F.J., "Competition in the Spanish bank loans market: A conjectural variation model", *35th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Atenas (Grecia), May, 2006

Nicolau, J.L. & Mas, F.J., "The moderating role of motivations on attributes: Application to the choice of tourist destinations", *35th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Athens (Greece), May, 2006

Nicolau, J.L. & Mas, F.J., "Tourist choice of destination type", *Cutting Edge Research in Tourism Conference 2006*, Guilford (United Kingdom), June, 2006

Sellers, R. & Mas, F.J., "An empirical analysis of productivity growth in Spanish supermarket chains", *13th International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)*, Budapest (Hungarian), 9-12 July, 2006

Ruiz, F., Ladrón de Guevara, A. & Mas, F.J., "Competition in the Spanish bank loans market: Does the firm size matter?", *26th Annual International Conference of the Strategic Management Society (SMS)*, Vienna, October, 2006

Casado, A., Nicolau, J.L. & Mas, F.J., "Explaining consumer complaining behavior in double deviation scenarios", *36th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Reykjavik (Iceland), 22-25 May, 2007

Sellers, R. & Mas, F.J., "Economic performance in retailing: profitability, productivity and efficiency", *36th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Reykjavik (Iceland), 22-25 May, 2007

Ruiz, F., Mas, F.J. & Nicolau, J.L., "Nested & Non-nested decisions in international market entry", *36th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Reykjavik (Iceland), 22-25 May, 2007

Nicolau, J.L. & Mas, F.J., "Whether to buy and what to buy in product line extensions: Price sensitivity in a hierarchical choice context", *36th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Reykjavik (Iceland), 22-25 May, 2007

Calderón, A., Ruiz, E., Mas, F.J. & Parreño, J., "Bias in the evaluation of work in progress: Evidence from a Marketing conference", *14th International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)*, San Francisco (USA), 29 June-2 July 2007

Mas, F.J. & Nicolau, J.L., "A cybernetic approach to destination choice", *37th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Brighton (Reino Unido), 27-30 May, 2008

Parreño, J., Calderón, A., Ruiz, E., & Mas, F.J., "Las conferencias como un servicio para los investigadores: Directrices en la evaluación de las comunicaciones", *7^a Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática (CISCI)*, Orlando (USA), 29 June-2 July 2008

Mas, F.J., Calderón, A., Parreño, J. & Ruiz, E., "Drivers of evaluation of conference communications", *INFORMS Annual Meeting (Institute for Operations Research and the Management Sciences)*, Washington (USA), 12-15 October 2008

Ruiz, E., Calderón, A., Parreño, J. & Mas, F.J., "Conference peer-evaluations: Do they identify the studies which will subsequently be published in high-quality journals?", *Midwest Business Administration Association Conference (MBAA) and Spring 2009 Marketing Management Association Conference (MMA)*, Chicago (USA), 18-20 March 2009

Mas, F.J., Ruiz, E., Parreño, J. & Calderón, A., "Do conference papers capture the contribution in a field?", *16th International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)*, Niagara Falls (Canada), 6-9 July 2009

Ruiz, F., Mas F.J. & Ladrón de Guevara, A., "Price competition in the loans market", *16th International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)*, Niagara Falls (Canada), 6-9 July 2009

Sellers, R. & Mas F.J., "Efficiency in the tourist distribution channel: Analyzing the correlates", *16th International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)*, Niagara Falls (Canada), 6-9 July 2009

Mas, F.J., Ruiz, E., Calderón, A. & Parreño, J., "Peer review of conference papers: Characteristics of the authors and the papers", *International Technology, Education and Development Conference (INTED) 2010*, Valencia (España), 8-10 March 2010.

Mas, F.J., Nicolau, J.L. & A. Calderón, "Understanding the stock market response and its variance to brand alliance announcements: Spill-over effects", *6th International Conference of the AM's (Academy of Marketing) Brand Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG)*, Barcelona (España), 9-11 April 2010.

Mas, F.J., Ruiz, E., Parreño, J. & A. Calderón, "Attributes of authors and papers in peer review of conference papers", *ALIO/INFORMS Joint International Meeting (Association of Latin-Iberoamerican Operational Research Societies/Institute for Operations Research and the Management Sciences)*, Buenos Aires (Argentina), 6-9 June 2010

Mas, F.J., Nicolau, J.L. & A. Calderón, "Understanding the stock market response and its variance to brand alliance announcements in product development: Spill-over effects", *17th International Product Development Management Conference*, Murcia (España), 13-15 June 2010

Mas, F.J., Calderón, A., Ruiz, E. & Parreño, J., "What, who and how affects the evaluation of conference", *2010 Global Marketing Conference*, Tokyo (Japan), 9-12 September 2010

Mas, F.J. & Ruiz, F., "Rivalry and performance within strategic groups: Firm size effects", *Strategic Management Society (SMS) 30th Annual International Conference*, Roma, 12-15 September 2010

Sellers, R. & Mas F.J., "Analysing the performance of collective brands", *18th International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)*, San Diego (USA), 15-18 July 2011

Mas, F.J. & Nicolau, J.L., "Gaging individual contribution of destination brands to their collective tourism brands", *18th International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)*, San Diego (USA), 15-18 July 2011

Ruiz, F., Mas, F.J. & Ladrón de Guevara, A., "Asymmetric rivalry within and between strategic groups", *41st Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Lisbon (Portugal), 22-25 May, 2012

Sellers, R. & Mas, F.J., "The efficiency of collective brands in the wine industry", *41st Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Lisbon (Portugal), 22-25 May, 2012

Ruiz, E., Parreño, J., Calderón, A. & F.J. Mas, "Own and cross effects of Price promotions of vice and virtue products", *Operations Research Society and Tsinghua University/INFORMS International Meeting (Institute for Operations Research and the Management Sciences)*, Beijing (China), 24-27 June 2012

Ruiz, F., Mas, F.J. & Ladrón de Guevara, A., "Asymmetric rivalry within and between strategic groups", *Strategic Management Society (SMS) 32nd Annual International Conference*, Prague, 6-9 October 2012

Sancho, M.F. & Mas, F.J., "Incumbent cost response to market entry: Exploring the effect of switching costs in the Spanish domestic airline sector 2000-2009", *42nd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Istanbul (Turkey), 4-7 June, 2013

Mas-Ruiz, F.J., Ruiz-Moreno, F., and Ladrón de Guevara-Martínez, A., "How big are you? Asymmetric competition in the banking market", *20th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (EIRASS)*, Philadelphia (USA), 7-10 July, 2013.

Ruiz-Conde, E., Mas-Ruiz, F.J., and Calderón-Martínez, A., "Peer-review: Overconfidence bias in a conference setting", *10th International Conference on Service*

Systems and Service Management (ICSSSM), Hong Kong (China), 17-19 July, 2013.

Sellers, R. & Mas, F.J., "The economic efficiency of wineries of protected designations of origin", *Enometrics XXI*, Lyon (France), 4-7 June, 2014

Sancho, M.F. & Mas, F.J., "Incumbent advertising response to market entry: Exploring the effect of switching costs in the Spanish domestic airline sector", *43rd Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Valencia, 3-6 June, 2014

Sellers, R. & Mas, F.J., "The importance of Protected Designations of Origin in the wine industry", *2014 Annual Conference of the Academy of International Business (AIB)*, Vancouver (Canada), 23-26 June 2014

Ruiz, E., Mas, F.J., Calderón, A. & Parreño, J., "Analyzing the market's response to price promotions of vice and virtue product categories: A Spanish case", *2014 Annual Conference of the Academy of International Business (AIB)*, Vancouver (Canada), 23-26 June 2014

Sancho, M.F. & Mas, F.J., "Effect of incumbent switching costs on the advertising response of established firms to market entry", *44th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Louvain (Belgium), 26-29 May, 2015

Ruiz, E., Mas, F.J., Calderón, A. & Parreño, J., "The power of prices: Price promotions on virtue and vice products", *The Sixth Annual Asian Conference on the Social Sciences (ACSS)*, Kobe (Japan), 11-14 June 2015

Parreño, J., Mas, F.J., Ruiz, E. & Calderón, A., "Are light and regular products equivalent to virtue and vice products in the price promotion effects?", *13th Annual International Conference on Marketing (ATINER)*, Athens (Greece), 29 June-2 July 2015

Ruiz, E., Mas, F.J., & Calderón, A., "External legitimacy in the foreign entry mode", *The 14th International Conference on Business, Economics, Social Science and Humanities*, Dubai, 24-25 June 2016

Ruiz, E., Mas, F.J., & Calderón, A., "Foreign entry mode choices are interdependent: Imitation behavior of strategic group members", *The 2016 ICBTS International Sustainable Development Business and Tourism Research Conference*, Boston (USA), 30 June-2 July 2016

Sellers, R., Mas F.J. & Sancho, F., "Analysing advertising productivity drivers: The role of collective brands", *23th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (The European Institute of Retailing and Services Studies-EIRASS)*, Edinburgh (United Kingdom), 11-14 July 2016

Ruiz Conde, E., Mas-Ruiz, F.J., & Calderón-Martínez, A., "Foreign entry mode choices: Imitation behaviour of strategic group members", *46th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC) "Leaving Footprints"*, Groningen (Holanda), 23-26 May, 2017

Sellers-Rubio, R., Mas-Ruiz, F.J., & Sancho-Esper, F., "The effect of collective brand on price premium", *2017 International Academic Conference on Business (IACB)*, Estocolmo (Suecia), 4-8 June 2017

Sellers-Rubio, R., Mas-Ruiz, F.J., & Sancho-Esper, F., "The importance of collective brand in the wine price premia", *2018 International Conference on Business and Information (BAI)*, Seúl (Corea del Sur), 6-8 Julio 2018

Sancho-Esper, F., Rodríguez-Sánchez, C., Mas-Ruiz, F.J., & de Quevedo-Puente, E., "The role of CSR in foreign entry mode choice: Are local and global pressures important?", *48th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Hamburgo (Alemania), 28-31 May, 2019

Sellers-Rubio, R., Mas-Ruiz, F.J., & Sancho-Esper, F., "Protected Designation of Origin: the role of reputation of collective brand members", *World Conference on Business and Management (WCBM)*, Kuala Lumpur (Malasia), 26-29 June, 2019

Ruiz-Moreno, F., Mas-Ruiz, F.J., & Sancho-Esper, F.M., "Rivalry in the airline market: Product differentiation and strategic groups", *9th International Conference on Tourism*

Management & Related Issues, Venecia (Italia), 19-20 September, 2019

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Survival Competition based on rival’s perceptions and their influence on product”, *9th CBER-MEC International Conference on Business and Economic Development (ICBED)*, Virtual Conference, 20-22 August, 2020

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “¿Battle royale a nivel de producto? El papel de la rivalidad en la longevidad comercial”, *III Congreso Iberoamericano de Jóvenes Investigadores en Ciencias Económicas y Dirección de Empresas (AJICEDE)*, Virtual Conference, 26-27 Noviembre, 2020

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Should car

companies launch electric vehicles? The importance of competitive comparisons after an innovation shock”, *Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Virtual Conference, Madrid, 25-28 May, 2021

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “When should companies market their innovative products? The importance of managerial attention”, *14th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge Conference (ACIEK)*, Virtual Conference, París, 14-16 June, 2021

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “The follower’s dilemma: An analysis of the impact of competitive comparisons on the launch of electric vehicles after an innovation shock”, *22nd Annual Conference of the European Academy of Management (EURAM)*, Winterthur (Suiza), 15-17 June, 2022

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Rivalry, innovation shock and new product launches: The role of competitive comparison”, *International Business Conference 2023 of the Society for Advancement of Management (SAM)*, Nashville (EE.UU.), 13-18 March, 2023

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “The quickest response is action: The impact of competitive comparison after an innovation shock”, *2023 Annual Conference of the Academy of Marketing Science (AMS)*, New Orleans (EE.UU.), 17-19 May, 2023

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Navigating the market after innovation shock: The importance of competing against myself and others”, *32nd International Conference of ACEDE*, Alicante, 25-27 June, 2023

Campayo-Sánchez, F., Sharma, A., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “CEO Beliefs as the Guiding Light in the Hotel-OTA Relationship”, *The TTRA 54th Annual International Conference: “Global Insights, Local Stories: Shaping Tourism Research” (Travel and Tourism Research Association)*, Burlington (EE.UU.), 11-13 June, 2024

Campayo-Sánchez, F., & Mas-Ruiz, F.J., “Responding on quality: How companies

navigate the competitive landscape after an innovation shock”, *SIBR 2024 Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research (Society of interdisciplinary Business Research)*, Osaka (Japón), 4-6 July, 2024

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Speed is the essence of warfare: The impact of rivalry on new product launches after an innovation shock”, *2024 INFORMS Annual Meeting (Institute for Operations Research and the Management Sciences)*, Seattle (EE.UU.), 20-23 October, 2024

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Navigating the competitive landscape: the role of awareness, motivation, and competition networks”, *54th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Madrid, 27-30 May, 2025

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Strategic rivalry unveiled: how multimarket contact, status, and network position shape competitive reactions”, *25th Annual Conference of the European Academy of Management (EURAM)*, Florencia (Italia), 22-25 June, 2025

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J., & Nicolau-Gonzálbez, J.L., “If you compare yourself to me, will I respond? Awareness, motivation and competitive networks”, *85th Annual Meeting of the Academy of Management (AOM)*, Copenhagen (Dinamarca), 27-29 July, 2025

*** Presentadas en congresos nacionales:**

Mas, F.J. y Gómez Sala, J.C., "Identificación de grupos estratégicos en las cajas de ahorros españolas", *V Congreso de la Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)*, La Coruña, Junio, 1991

Mas, F.J., "Análisis de la competencia en las cajas de ahorros: Grupos estratégicos", *III Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Salamanca, Septiembre, 1991

Mas, F.J., Gómez Sala, J.C. y Marhuenda, J., "Estrategias competitivas en las empresas

financieras españolas", *VII Jornadas de Alicante sobre Economía Española*, Alicante, Octubre, 1992

Mas, F.J., "Identificación de períodos de tiempo estratégicamente estables en el análisis dinámico de grupos estratégicos", *VI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, San Sebastián, Septiembre, 1994

Mas, F.J., "La imagen de los centros comerciales suburbanos en el modelo de Huff: Una aplicación empírica", *X Congreso Nacional-VI Congreso Hispano-Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)*, Granada, Junio, 1996

Mas, F.J., "Análisis de la atracción de centros comerciales: Una ampliación del modelo de Huff", *VIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Zaragoza, Septiembre, 1996

Mas, F.J., "Imagen de los centros comerciales", *XI Congreso Nacional de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)*, Lleida, Junio, 1997

Mas, F.J., Parreño, J. y Ruiz, E., "Relación de la cuota de mercado y de la rivalidad sobre los resultados a partir de las cotizaciones bursátiles", *XII Congreso Nacional de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)*, Benalmádena, Junio, 1998

Mas, F.J., Parreño, J. y Ruiz, E., "Relación 'cuota de mercado vs. efecto industria' sobre los resultados", *X Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Santander, Septiembre, 1998

Mas, F.J. y Calderón, A., "Determinantes de los presupuestos publicitario-promocional y de ferias comerciales: Una aproximación", *XIII Congreso Nacional de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)*, La Rioja, Junio, 1999

Mas, F.J., Nicolau, J.L. y Ruiz, F., "Relación de los patrones de planificación y de conducta de exportación sobre los resultados", *XIII Congreso Nacional de la Asociación*

Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), La Rioja, Junio, 1999

Mas, F.J., Nicolau, J.L. y Ruiz, F., "Influencia sobre los resultados de la estrategia de diversificación exterior", XI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Valladolid, Octubre, 1999

Mas, F.J., Nicolau, J.L. y Ruiz, F., "Rivalidad en el mercado español de depósitos bancarios", *XVI Jornadas de Economía Industrial*, Madrid, Septiembre, 2000

Mas, F.J. y Casado, A., "Reacción del consumidor frente al fracaso de un servicio", *XIV Congreso Nacional de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)*, Jaén, Junio, 2000

Mas, F.J., Nicolau, J.L. y Ruiz, F., "Rivalidad en el mercado español de depósitos bancarios: La teoría de los grupos estratégicos", *XII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Santiago de Compostela, Septiembre, 2000

Mas, F.J. y Ruiz, E., "La distribución en la difusión de innovaciones: Comparación de patrones entre países europeos", *XII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Santiago de Compostela, Septiembre, 2000

Mas, F.J. y Casado, A., "Atribución, satisfacción, calidad percibida e intención de conducta en el ámbito del fracaso del encuentro de servicios", *XV Congreso Nacional-XI Congreso Hispano-Francés (AEDEM)*, Gran Canaria, Junio, 2001

Mas, F.J. y Casado, A., "El retraso del servicio en el ámbito de las percepciones del consumidor", *XIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Málaga, Septiembre, 2001

Mas, F.J., Sellers, R. y Nicolau, J.L., "Valor económico de protección de las patentes y rivalidad en el sector eléctrico español", *XVI Congreso Nacional-XII Congreso Hispano-Francés (AEDEM)*, Alicante. Junio, 2002

Mas, F.J., Calderón, A. y Nicolau, J.L., "Patrocinio y mecenazgo: ¿Aportan estas acciones

promocionales valor añadido a la empresa", *XVI Congreso Nacional-XII Congreso Hispano-Francés (AEDEM)*, Alicante, Junio, 2002

Mas, F.J., Calderón, A. y Nicolau, J.L., "Impacto y factores determinantes del impacto de las acciones de patrocinio y mecenazgo sobre los resultados empresariales", *XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Granada, Septiembre, 2002

Mas, F.J., Sellers, R. y Nicolau, J.L., "Eficiencia en la distribución: Una aplicación en el sector de agencias de viajes", *XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Granada, Septiembre, 2002

Mas, F.J., Sellers, R. y Casado, A., "Eficiencia de la Universidad: Complementariedad y sustitución entre las actividades docentes, investigadoras y administrativas", *XXVII Simposio de Análisis Económico*, Salamanca, Diciembre, 2002

Mas, F.J. y Nicolau, J.L., "Elección temporal de los viajes turísticos: Una aproximación con modelos de recuento", *XIII Congreso Nacional ACEDE (Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas)*, Salamanca, Septiembre, 2003

Mas, F.J. y Nicolau, J.L., "Comportamiento de elección en Turismo: Evidencias empíricas del caso español", *XVII Congreso Nacional-XIII Congreso Hispano-Francés (AEDEM)*, Burdeos, Junio, 2003

Mas, F.J. y Nicolau, J.L., "Elección de destinos turísticos: Un enfoque estocástico", *XV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Córdoba, Septiembre, 2003

Mas, F.J. y Ruiz, F., "Entrada de la empresa española en mercados exteriores", *XV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Córdoba, Septiembre, 2003

Mas, F.J. y Nicolau, J.L., "Proceso de decisión jerárquico del turista", *XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Alicante, Septiembre, 2004

Mas, F.J. y Sellers, R., "Eficiencia en distribución comercial: Influencia de la concentración del mercado y del tamaño empresarial", *XVI Encuentro de Profesores*

Universitarios de Marketing, Alicante, Septiembre, 2004

Mas, F.J. y Nicolau, J.L., "Simultaneous analysis of the decisions to go on holiday and vacation expenditures", *XIX Congreso Nacional-XV Congreso Hispano-Francés (AEDEM)*, Vitoria, Junio, 2005

Mas, F.J. y Sellers, R., "Factores determinantes de la eficiencia en distribución comercial minorista", *XIX Congreso Nacional-XV Congreso Hispano-Francés (AEDEM)*, Vitoria, Junio, 2005

Mas, F.J., Casado, A. y Kasper, H., "Efectos del enfado y la justicia distributiva en un contexto de “desviación doble”", *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Madrid, Septiembre, 2005

Mas, F.J. y Nicolau, J.L., "Análisis secuencial de las decisiones ‘salir’ y ‘cuánto salir’ de vacaciones", *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Madrid, Septiembre, 2005

Casado, A., Mas, F.J. y Kasper, H., "Explaining satisfaction in double deviation scenarios: The effects of anger and distributive justice", *XVI Congreso Nacional ACEDE (Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas)*, Valencia, Septiembre, 2006

Sellers, R. y Mas, F.J., "Eficiencia vs. poder de mercado en distribución comercial minorista: Análisis en las cadenas de supermercados”, *XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Almería, Septiembre, 2006

Calderón, A., Ruiz, E. y Mas, F.J., "Proceso de revisión de trabajos en curso vs. ponencias: Evidencias en un congreso de Marketing”, *XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Almería. Septiembre, 2006

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "The effect of the interaction between income and prices on tourist choice”, *XXI Congreso Nacional-XVII Congreso Hispano-Francés (AEDEM)*, Madrid, 6-8 Junio, 2007

Sellers, R. y Mas, F.J., "Economic performance in retailing: Profitability, productivity and efficiency", *XVII Congreso Nacional ACEDE (Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas)*, Sevilla, 16-18 Septiembre, 2007

Ruiz, F., Ladrón de Guevara, A. y Mas, F.J., "Rivalidad en el mercado de créditos bancarios: Un modelo de variaciones conjeturales", *XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Vigo, 19-21 Septiembre, 2007

Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "Contribución de las marcas individuales a la marca colectiva", *XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Las Palmas de Gran Canaria, 17-19 Septiembre, 2008

Mas, F.J. y Sellers, R., "Análisis de la eficiencia en el sector de intermediación turístico", *XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Las Palmas de Gran Canaria, 17-19 Septiembre, 2008

Ruiz, F., Ladrón de Guevara, A. y Mas, F.J., "Rivalidad en precios en el mercado español de créditos", *XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Las Palmas de Gran Canaria, 17-19 Septiembre, 2008

Casado, A., Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "Comportamiento de queja de los clientes bancarios en contextos de desviación doble", *XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Las Palmas de Gran Canaria, 17-19 Septiembre, 2008

Calderón, A., Nicolau, J.L. y Mas, F.J., "The effect of brand alliances on performance and stability", *XXI Congreso Nacional de Marketing*, Bilbao, 16-18 Septiembre, 2009

Sellers, R. y Mas, F.J., "Marcas colectivas y eficiencia en el sector vinícola", *XXII Congreso Nacional de Marketing*, Oviedo, 22-24 Septiembre, 2010

Ruiz, E., Parreño, J., Calderón, A. y Mas, F.J., "Características de los autores y del manuscrito: Influencia en la valoración de las comunicaciones", *XXIII Congreso Nacional de Marketing*, Castellón, 14-16 Septiembre, 2011

Parreño, J., Mas, F.J., Ruiz, E. y Calderón, A., "Promociones de precios de productos light y regulares", *XXIV Congreso Nacional de Marketing*, Palma de Mallorca, 12-14 Septiembre, 2012

Sellers, R. y Mas, F.J., "Impacto de las marcas colectivas en la rentabilidad de las bodegas españolas", *XXIV Congreso Nacional de Marketing*, Palma de Mallorca, 12-14 Septiembre, 2012

Ruiz, F., Mas, F.J. y Ladrón de Guevara, A., "Does the size matter in competition?: The strategic groups perspective", *XXIV Congreso Nacional de Marketing*, Palma de Mallorca, 12-14 Septiembre, 2012

Sancho, F.M. y Mas, F.J., "Reacción en costes del implicado ante la entrada al mercado: Efecto de los costes de cambio en el sector aéreo doméstico español 2000-2009", *XXV Congreso Nacional de Marketing*, Barcelona, 18-20 Septiembre, 2013

Mas, F.J. y Ruiz, F., "Multimarket rivalry: How strategic groups act within and across markets", *XXVI Congreso Nacional de Marketing*, Elche, 17-19 Septiembre, 2014

Sancho, F.M. y Mas, F.J., "Reacción publicitaria de las empresas establecidas ante la entrada al mercado: Análisis de los costes de cambio en el sector aéreo español", *XXVI Congreso Nacional de Marketing*, Elche, 17-19 Septiembre, 2014

Sellers, F.M. y Mas, F.J., "The impact of collective brands on the economic efficiency of experience goods producers", *XXVI Congreso Nacional de Marketing*, Elche, 17-19 Septiembre, 2014

Sellers, F.M., Mas, F.J. y Sancho, F., "Analysing advertising efficiency: do collective bands matter?", *XXVII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2015)*, Pamplona, 9-11 Septiembre, 2015

Sancho, F., Ruiz, F. y Mas, F.J., "Product differentiation as a group-level effect: Asymmetric rivalry within and between strategic groups defined by regulation", *XXVII*

Congreso Nacional de Marketing (AEMARK 2015), Pamplona, 9-11 Septiembre, 2015.

Sellers, R., Mas, F. y Sancho, F., "Drivers of price premium: The role of reputation and advertising", *XXIX Congreso Internacional de Marketing (AEMARK 2017)*, Sevilla, 6-8 Septiembre, 2017.

Ruiz, F., Mas, F. y Sancho, F., "Competition in the Spanish airline industry", *XXX Congreso Internacional de Marketing (AEMARK 2018)*, Barcelona, 5-7 Septiembre, 2018.

Rodríguez, C., Sancho, F. y Mas, F., "La RSC nacional del destino y la RSC global de la empresa como antecedentes del modo de entrada exterior de las empresas españolas", *XXX Congreso Internacional de Marketing (AEMARK 2018)*, Barcelona, 5-7 Septiembre, 2018.

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. y Nicolau Gonzálbez, J.L., "Rivalidad y ciclo de vida en el sector automovilístico", *XXXIII Congreso internacional de Economía Aplicada (Asepelt 2019) Economía Azul*, Vigo, 19-23 junio 2019.

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. y Nicolau Gonzálbez, J.L., "Durabilidad y competencia de los productos de los grupos estratégicos de empresas", *VII Workshop de Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa (WJI)*, Huesca, 4-6 septiembre 2019.

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. y Nicolau Gonzálbez, J.L., "Supervivencia y rivalidad entre productos", *XXXI Congreso Internacional de Marketing (AEMARK 2019)*, Cáceres, 11-13 Septiembre, 2019.

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. y Nicolau Gonzálbez, J.L., “La influencia de la comparación competitiva en la longevidad comercial del producto”, *XXXV Congreso Anual de la European Academy of Management and Business Economics (AEDEM 2021)*, logroño, 3-4 Junio, 2021.

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. y Nicolau Gonzálbez, J.L., “Entrada en nuevas posiciones del mercado automovilístico español”, *XXXV Congreso Anual de la European Academy of Management and Business Economics (AEDEM 2021)*, Logroño, 3-4 junio, 2021.

Sellers-Rubio, R., Mas-Ruiz, F.J. y Campayo-Sánchez, F., “En el punto medio está la

virtud: El impacto del precio y la inversión publicitaria en la calidad percibida de los bienes de experiencia”, *XXXIII International Marketing Conference (AEMARK 2022)*, Valencia, 7-9 septiembre, 2022.

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. y Nicolau-Gonzálbez, J.L., “Davides y Goliats: El impacto de las comparaciones competitivas de las empresas generalistas y especialistas en la longevidad comercial del producto”, *XXXIII International Marketing Conference (AEMARK 2022)*, Valencia, 7-9 septiembre, 2022.

Campayo-Sánchez, F. y Mas-Ruiz, F.J., “Navegar en el mercado tras un shock de innovación: el impacto de la competencia en la calidad del producto”, *XXXIV International Marketing Conference (AEMARK 2023)*, Madrid, 6-8 septiembre, 2023

Mas-Ruiz, F.J., Sellers, R. y Campayo-Sánchez, F., “Competencia y calidad percibida de un producto de experiencia: La perspectiva de la marca colectiva”, *XXXV International Marketing Conference (AEMARK 2024)*, Cuenca, 11-13 septiembre, 2024

Campayo-Sánchez, F., Mas-Ruiz, F.J. y Nicolau-Gonzálbez, J.L., “El arte de la guerra consiste en evitar la lucha: Un análisis de la disuasión de entrada en el contexto de un shock de innovación”, *XXXV International Marketing Conference (AEMARK 2024)*, Cuenca, 11-13 septiembre, 2024

Mas-Ruiz, F.J., Ruiz Moreno, F. y Campayo-Sánchez, F., “Elección del modo de entrada en distribución internacional: Presión mimética”, *XXXVI International Marketing Conference (AEMARK 2025)*, Murcia, 17-19 septiembre, 2025

*** Presentadas en congresos locales:**

Sellers, R., Casado, A.B., Mas, F.J. y Sancho, F.M., “Eficiencia docente universitaria: Complementariedad y sustitución entre las actividades docentes, investigadoras y administrativas”, *IX Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria*,

Alicante, 16-17 de junio, 2011

Sellers, R., Casado, A.B., Mas, F.J. y Sancho, F.M., “Complementariedad y sustitución entre actividad docente y eficiencia investigadora”, *X Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria*, Alicante, 7-8 de junio, 2012

Sancho, F.M., Mas, F.J., Sellers, R., Casado, A.B. y Jornet, I., “El trabajo de investigación autónomo como instrumento de evaluación en Dirección Comercial II”, *X Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria*, Alicante, 7-8 de junio, 2012

Sancho, F.M., Mas, F.J., Palos, L. y Enguix, L., “Análisis comparativo de la evaluación docente de “Investigación Comercial” entre Grado y Licenciatura: Impacto del nuevo EEES”, *XI Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria*, Alicante, 4-5 de julio, 2013

Sancho-Esper, F.M., Rodríguez-Sánchez, C., Ostrovskaya, L., Campayo-Sánchez, F. y Mas-Ruiz, F.J., “Mejorando la comunicación y la evaluación en los TFGs del área de Investigación de Mercados mediante la rúbrica”, *XVI Jornadas REDES-INNOVAESTIC 2018 investigación en Docencia Universitaria*, Alicante, 14-15 junio 2018.

*** Presentación de Posters:**

Calderón, A., Nicolau, J.L. & Mas, F.J., "Understanding the stock market response to brand alliance announcements", *37th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Brighton (United Kingdom), 27-30 May, 2008

Ruiz, F. & Mas, F.J., "Price competition in situations of deregulation: modelling the Spanish bank loans market", *37th Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Brighton (United Kingdom), 27-30 May, 2008

14. EXPERIENCIA EN ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE I+D (ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, SEMINARIOS Y JORNADAS CIENTÍFICAS).

Copresidente del Congreso *XII Congreso Hispano-Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)*, ámbito hispano-francés, 5-7 Junio 2002

Co-chair of the Track "Global Marketing Strategy" del *2002 Multicultural Marketing Conference of The Academy of Marketing Science (AMS)*, ámbito internacional, 26-29 Junio 2002

Presidente del Congreso *XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, ámbito nacional, 22-24 Septiembre 2004

Co-chair of the Track "Marketing Strategy" del *43rd Annual Conference of European Marketing Academy (EMAC)*, ámbito internacional, 3-6 Junio 2014

15. CURSOS Y SEMINARIOS IMPARTIDOS

*** Cursos de doctorado en otras universidades:**

Seminario titulado "El Análisis de Grupos Estratégicos y sus Implicaciones de Gestión", incluido en el Curso de Doctorado organizado por la Facultad de CC. Jurídicas y EE., Universidad Jaume I de Castellón, Castellón, curso 1996-97

Seminario titulado "Rivalidad asimétrica entre los grupos estratégicos de una industria", incluido en el Curso de Doctorado organizado por la Facultad de CC. EE. y EE., Universidad de Salamanca, Salamanca, 20 de abril de 2007, curso 2007-2008

Seminario titulado "Product entry to the market after an innovation shock", incluido en el Curso de Doctorado organizado por el Howard Feiertag Department of Hospitality and Tourism Management, Pamplin College of Business, Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg (Virginia), 1 de septiembre de 2023, curso 2023-2024

*** Masters y cursos de postgrado:**

Profesor tutor del Area de Publicidad en el III Master en Distribución Comercial,

Universidad de Alicante-FUNDESEM, Alicante, curso 1991-92

Seminario titulado "Áreas y Centros Comerciales" en el V Master en Gestión de Centros Comerciales, ADEIT-Universidad de Valencia, Valencia, curso 1999-2000

Seminario titulado "Análisis de la Competencia en Marketing Bancario con la Técnica de Grupos Estratégicos" en los V y VI Master Universitario en Banca y Mercados Financieros, Universidad de Cantabria, Santander, cursos 2000-2001, 2001-2002

Seminario titulado "Análisis de la Competencia en Marketing con la Técnica de Grupos Estratégicos" en el I, II y III Master en Marketing, Escuela de Negocios Lluís Vives. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia y Deptº de Comercialización e I. de Mercados de la Universidad de Valencia, Valencia, 11-11-2003, 23-11-2004 y 22-11-2005

Seminario titulado "Análisis cualitativo en Investigación comercial" en el IV y V Master en Marketing y Comunicación, Escuela de Negocios Lluís Vives. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia y Deptº de Comercialización e I. de Mercados de la Universidad de Valencia, Valencia, 20-11-2006 y 22-11-2007

Seminario titulado "Experimentación comercial" en el Master Oficial en Marketing e Investigación de Mercados, Deptº de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad Jaume I de Castellón, Castellón, 21 marzo 2007, 8 abril 2008 y 27 abril 2009

Seminario titulado "Investigación cualitativa", Fundación Empresa-Universidad de Zaragoza, Zaragoza, 28-29 de abril de 2008

Seminario titulado "Dinámicas de grupo como técnica cualitativa y exploratoria de Investigación Comercial en distribución comercial", Máster en Administración y Dirección de Comercios y Distribución, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, Edición noviembre de 2012, 11 de abril de 2013 (4 horas). Edición marzo de 2013, 27 de junio de 2013 (4 horas), Edición octubre 2013, 21 de febrero de 2014 (4 horas).

Seminario titulado "Dinámicas de grupo como técnica cualitativa y exploratoria de

Investigación Comercial en mercados internacionales", Máster en Dirección y Gestión de Empresas Internacionales, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, Edición noviembre de 2012, 11 de abril de 2013 (4 horas) . Edición marzo de 2013, 27 de junio de 2013 (4 horas), Edición noviembre de 2013, 21 de febrero de 2014 (4 horas).

Seminario titulado "Técnicas cualitativas de Investigación Comercial: entrevista en profundidad, técnicas proyectivas, observación y análisis del contenido", Máster en Administración y Dirección de Comercios y Distribución, Máster en Dirección y Gestión de Empresas Internacionales, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, Edición marzo de 2013, 19 de noviembre de 2013 (8 horas).

Seminario titulado "Dinámicas de grupo como técnica cualitativa y exploratoria de Investigación Comercial", Máster en Administración y Dirección de Comercios y Distribución, Máster en Dirección y Gestión de Empresas Internacionales, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, Edición noviembre de 2014, 24 de noviembre de 2014 (6 horas).

*** Conferencias y otros seminarios:**

Profesor tutor del Área de Comercialización e Investigación de Mercados en el Curso titulado "Agentes de Desarrollo Local", Fundación para el Desarrollo del Cooperativismo y la Economía Social (FUNDESCOOP), Alicante, 1988

Profesor tutor del Área de Marketing en el Curso titulado "Marketing Internacional y Técnicas de Comercio Exterior", Fundación para el Desarrollo del Cooperativismo y la Economía Social (FUNDESCOOP), Alicante, 1990

Conferencia titulada "El Marketing en la Administración Pública y Estrategias de Calidad" impartida en la Jornadas "El Reto de la Calidad en la Gestión de los Servicios Municipales", organizadas por Abogados y Consultores de Administración Local (ACAL), Alicante, 27 enero 2000

Seminario titulado "Investigación Comercial" impartido en el Programa de Formación de Formadores, organizado por la Facultad de CC.EE. y EE. Universidad de Alicante

(Proyecto Habana) y Universidad de La Habana, La Habana (Cuba), febrero-marzo 2000

Conferencia titulada "Marketing para las Instituciones Públicas" impartida en el III Seminario de Investigación en Marketing, organizado por la Universidad de Zaragoza, Zaragoza, 11-13 abril 2000

Conferencia titulada "Análisis de la Competencia en Marketing con la Técnica de Grupos Estratégicos" impartida en el curso de verano "Los Retos del Marketing en el Nuevo Milenio", organizado por la Universitat Jaume I, Castellón, 11 septiembre 2001

Conferencia titulada "Análisis de competencia mediante grupos estratégicos: Enfoque de características objetivas de la industria y de percepciones de los directivos" impartida en las Jornadas "Empresa e individuo: Una perspectiva cognitiva del comportamiento del directivo", organizadas por la Facultad de CC. EE. y EE.. Universidad de Burgos, Burgos, 26 marzo 2004

Miembro del panel de expertos del "Proyecto GIS2MARK: Aplicación de un Sistema de Información Geográfica al marco de la Planificación Estratégica y al Marketing operativo del comercio minorista de Burgos", organizado por la Federación de Empresarios de Comercio de Burgos, Burgos, 9 noviembre 2004 y 1 diciembre 2004

Ponencia titulada "Efecto de las promociones de precio sobre las ventas de productos de virtud y de vicio: Una propuesta teórica" en la Mesa Redonda sobre "Estrategias para la tienda offline: Integrar decisiones de marketing y nuevas tecnologías en el punto de venta", desarrollada en la IV Reunión Científica sobre "Estrategias multicanal en el ámbito de la distribución: Fabricante y distribuidor preocupados por ofrecer nuevas experiencias de compra diferenciadas", organizada por la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial-Universidad de Oviedo, Oviedo, 17 de mayo de 2012

Conferencia titulada "La entrevista en profundidad como técnica cualitativa y exploratoria de Investigación Comercial" impartida en las VI Jornadas de Marketing, organizadas por el Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza, Zaragoza, 22 octubre 2012

Seminario titulado "Marketing y Comercialización", impartido dentro de los Talleres de Innovación y creatividad, del Plan de "Apoyo a la Modernización Económica de Cuba" en el "Programa de Intercambio de Expertos Cuba-UE II", en la Universidad de Camagüey (Cuba), marzo 2018

Seminario titulado "Marketing y Comercialización", impartido dentro de los Talleres de Innovación y creatividad, del Plan de "Apoyo a la Modernización Económica de Cuba" en el "Programa de Intercambio de Expertos Cuba-UE II", en la Universidad Central de las Villas de Santa Clara (Cuba), octubre 2018

Seminario titulado "Marketing career and expertise areas", impartido dentro del Programa Mozaiko Living Learning Community, Cranwell International Center, en la Virginia Polytechnic Institute and State University (Blacksburg, Virginia, EE.UU.), 2 horas, 22 de agosto de 2023.

16. CURSOS Y SEMINARIOS RECIBIDOS.

Curso online titulado "La planificación docente y la programación en el aula para obtener los resultados de aprendizaje". 10 horas. Plan de mejora de la actividad docente (Programa Docentia-UA) Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante. 2018-2019.

Curso online titulado "Metodologías activas en el aula universitaria". 10 horas. Plan de mejora de la actividad docente (Programa Docentia-UA) Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante. 2019-2020.

Curso online titulado "La evaluación en la docencia universitaria". 10 horas. Plan de mejora de la actividad docente (Programa Docentia-UA) Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante. 2019-2020.

Curso online titulado "MOODLE UA: De la A a la Z". 20 horas. Plan de mejora de la actividad docente (Programa Docentia-UA) Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante. 2020-2021.

Seminario titulado “El impacto de la inteligencia artificial (IA) en la investigación y la docencia universitaria”. 2 horas. Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) y Facultad de CC. EE. y EE. de la Universidad de Alicante. 22 de enero de 2024.

17. BECAS, AYUDAS Y PREMIOS RECIBIDOS

*** Premios:**

Premio Extraordinario de Licenciatura de la Promoción 1982-1987, Ministerio de Educación y Ciencia, Noviembre 1987

Premio Extraordinario de Doctorado, Ministerio de Educación y Ciencia, 1995

Premio de Investigación de Marketing Esic-Bancaja en la Convocatoria del año 1999 para el proyecto titulado "Imagen de los Centros Comerciales Suburbanos y Modelización de la Atracción Comercial Detallista", organizado por Esic-Bancaja, 1999

“Outstanding Paper Award Winner” at the Emerald Literati Network Awards for Excellence 2008: Sellers, R., Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "The economic value of patent protection and rivalry in the Spanish Electrical sector", *European Journal of Innovation Management*, volume 10, issue 4, 2007, 434-452

Premio a la mejor comunicación presentada por J. Parreño, A. Calderón, E. Ruiz y F.J. Mas en la sesión “Comunicación del Conocimiento y Conferencias” de la 7ª Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática (CISCI) celebrada en Orlando (EE.UU.) entre el 29 junio y el 2 de julio de 2008 y titulada “Las conferencias como un servicio para los investigadores: Directrices en la evaluación de las comunicaciones”.

“Outstanding Paper Award Winner” at the Emerald Literati Network Awards for Excellence 2008: Casado-Díaz, A.B., Mas-Ruiz, F.J. and Kasper, H., "Explaining satisfaction in double deviation scenarios: The effects of anger and distributive justice", *International Journal of Bank Marketing*, volume 25, issue 5, 2007, 292-314.

*** Becas de investigación:**

Beca del Plan de Formación de Personal Investigador (F.P.I.) para el proyecto titulado "Metodología y Técnicas de Análisis de Competidores en la Planificación Estratégica Empresarial". Director: Dr. J. Carlos Gómez Sala. Dpto. Economía Aplicada, Financiera de la Empresa y Contabilidad. Universidad de Alicante, Ministerio de Educación y Ciencia, 1988 y 1990

*** Ayudas para actividades de extensión universitaria:**

Título: "XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing"

Coordinador: F.J. Mas

Organismo: Vicerrectorado de Extensión Universitaria. Universidad de Alicante.

Convocatoria de Ayudas para actividades de extensión universitaria y de cultura 2004

Fecha: 22 septiembre 2004-24 Septiembre 2004

Cuantía concedida: 5.500 €

Título: "XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing"

Coordinador: F.J. Mas

Organismo: Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM). Convocatoria de Ayudas Convenio Universidad-CAM

Fecha: 22 septiembre 2004-24 Septiembre 2004

Cuantía concedida: 2.000 €

Título: "Asignatura de Dirección Comercial II de la Licenciatura en A.D.E."

Coordinador: F.J. Mas

Profesores de la asignatura: L. Palos, A. García, N. Berná, L. Enguix y M. López

Organismo: Vicerrectorado de Tecnología e Innovación Educativa. Universidad de Alicante. Convocatoria de Ayudas directas por la utilización del Campus Virtual como herramienta de innovación educativa en asignaturas de titulaciones oficiales de primer y segundo ciclo 2006

Fecha: Curso 2006-2007

Cuantía concedida: 300 €

Título: "Asignatura de Dirección Comercial II de la Licenciatura en A.D.E."

Coordinador: F.J. Mas

Profesores de la asignatura: L. Palos, L. Enguix, M. López, P. Hernández y J.M. Aznar

Organismo: Vicerrectorado de Tecnología e Innovación Educativa. Universidad de Alicante. Convocatoria de Ayudas directas por la utilización del Campus Virtual como herramienta de innovación educativa en asignaturas de titulaciones oficiales de primer y segundo ciclo 2007

Fecha: Curso 2007-2008

Cuantía concedida: 84,80 €

*** Otras becas y ayudas:**

Beca para la Especialización Profesional en IFA-Institución Ferial Alicantina de Elda (Alicante), organismo: Instituto de la Mediana y Pequeña Industria de la Generalidad Valenciana (IMPIVA), 1987

Ayuda para el Perfeccionamiento de Idiomas en University of Wales (Reino Unido), Universidad de Alicante, Agosto 2001

Bolsa de Viaje al Extranjero para Profesores de la Universidad de Alicante (Comunicaciones en Congresos Internacionales), Universidad de Alicante, 2002

Ayudas del Programa propio para el fomento de las relaciones institucionales e internacionales (PPI) de la Universidad de Alicante: Año 2008 para la comunicación “A Cybernetic approach to destination Choice” presentada en el 37th European Marketing Academy Annual Conference (EMAC) en Brighton. Año 2012 para la comunicación “Asymmetric rivalry within and between strategic groups” presentada en el 32th Annual International Conference of Strategic Management Society (SMS) en Praga. Año 2013 para la comunicación “How big are you? Asymmetric competition in the banking market” presentada en el 20th International Conference on Retailing and Consumer Services (EIRASS) en Filadelfia. Año 2014 para la comunicación “The economic efficiency of wineries of protected designations of origin” presentada en el *Enometrics XXI* en Lyon. Año 2015 para la comunicación “The power of prices: Price promotions on virtue and vice products” presentada en *The Sixth Annual Asian Conference on the Social Sciences (ACSS)* en Kobe. Año 2016 para la comunicación “Foreign entry mode choices are

interdependent: Imitation behavior of strategic group members”, presentada en *The 2016 ICBTS International Sustainable Development Business and Tourism Research Conference*, en Boston. Año 2017 para la comunicación "Foreign entry mode choices: Imitation behaviour of strategic group members", presentada en *46th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC) "Leaving Footprints"*, en Groningen. Año 2018 para la comunicación "The importance of collective brand in the wine price premia", presentada en *2018 International Conference on Business and Information (BAI)*, en Seúl. Año 2019 para la comunicación "Protected Designation of Origin: The role of reputation of collective brand members", presentada en *2019 World Conference on Business and Management (WCBM)*, en Kuala Lumpur. Año 2022 para la comunicación "The follower's dilemma: An analysis of the impact of competitive comparisons on the launch of electric vehicles after an innovation shock", presentada en *22nd Annual Conference of the European Academy of Management (EURAM)* en Winterthur.

18. OTROS MÉRITOS DOCENTES O DE INVESTIGACIÓN

*** Evaluación de la docencia:**

6 Tramos de Docencia (quinquenios) reconocidos favorablemente por la Universidad de Alicante para los períodos que abarcan los ejercicios 1988 y 1990-1993, 1994-1998, 1999-2003, 2004-2008, 2009-2013 y 2014-2018.

*** Evaluación de la investigación:**

5 Tramos de Investigación (sexenios) reconocidos positivamente por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI) del Ministerio de Educación y Ciencia para los períodos 1992-97, 1998-2003, 2004-2009, 2010-2015 y 2016-2021

*** Dirección de Tesis Doctorales:**

- Director de la Tesis Doctoral titulada "Elección en Turismo: Aplicación Probabilística al Turista Español", presentada por D. Juan Luis Nicolau Gonzálbez en la Universidad de Alicante el 18 de diciembre de 2002. Calificación: Sobresaliente Cum laude por unanimidad

- Codirector junto al Dr. Pieter S.H. Leeftang (University of Groningen) de la Tesis Doctoral titulada "Modeling cross-promotion effects", presentada por D. Josefa Parreño Selva en la Universidad de Alicante el 3 de octubre de 2005. Calificación: Sobresaliente Cum laude por unanimidad

- Codirector junto al Dr. J.D.P. Kasper (University of Maastricht) de la Tesis Doctoral titulada "Customers' responses to service failures. Empirical studies on private, voice and third-party responses", presentada por D. Ana Belén Casado Díaz en la Universidad de Alicante el 11 de octubre de 2005. Calificación: Sobresaliente Cum laude por unanimidad

- Director de la Tesis Doctoral titulada "Productividad y eficiencia en la distribución comercial minorista española", presentada por D. Ricardo Sellers Rubio en la Universidad de Alicante el 19 de octubre de 2005. Calificación: Sobresaliente Cum laude por unanimidad

- Codirector junto al Dr. Antonio Ladrón de Guevara Martínez (Universidad Pompeu Fabra) de la Tesis Doctoral titulada "Rivalidad a través de un enfoque de variaciones conjeturales: Evidencias en la Banca Española", presentada por D. Manuel Felipe Ruiz Moreno en la Universidad de Alicante el 7 de mayo de 2007. Calificación: Sobresaliente Cum laude por unanimidad

- Director de la Tesis Doctoral titulada "Reacción de las empresas establecidas ante la entrada al mercado: Análisis de los costes y la inversión publicitaria en el Sector aéreo doméstico español, 2000-2009", presentada por D. Franco Manuel Sancho Esper en la Universidad de Alicante el 26 de junio de 2013. Calificación: Apto Cum laude por unanimidad

- Codirector junto al Dr. Juan Luis Nicolau Gonzálbez (Virginia Polytechnic Institute and State University) de la Tesis Doctoral titulada "Entrada y supervivencia del producto: un análisis de la rivalidad como factor explicativo", presentada por D. Fernando Campayo Sánchez en la Universidad de Alicante el 11 de junio de 2021. Calificación: Sobresaliente Cum laude por unanimidad

*** Dirección de Tesis de Licenciatura:**

- Director de la Tesis de Licenciatura titulada "La Atracción de los Consumidores hacia los Centros Comerciales: Una Aplicación Empírica", presentada por D^a María Dolores De Juan Vigaray en la Universidad de Alicante el 29 de abril de 1997

*** Coordinación de cursos de postgrado:**

- Coordinador del Área de "Marketing Internacional" en el Master Universitario en Dirección y Gestión en Comercio Internacional. Cursos 1991-92, 1992-93 y 1993-94. Universidad de Alicante

- Coordinador del Área de "Marketing" en el Master de Economía Bancaria. Cursos 1992-93, 1993-94, 1994-95, 1995-96, 1996-97, 1997-98, 1998-99, 1999-2000, 2000-2001, 2001-2002, 2002-2003, 2003-2004 y 2004-2005. Universidad de Alicante

- Coordinador del Módulo de "Marketing" en el Master en Dirección y Gestión Turística. Cursos 2001-2002, 2002-2003, 2003-2004, 2004-2005, 2005-2006 y 2006-2007. Escuela de Turismo. Universidad de Alicante

- Director del Programa de Doctorado de "Disciplinas Empresariales" propuesto por el Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Marketing de la Universidad de Alicante. Curso académico 2000/2001, 2001-2002 y 2002-2003

- Director en la Universidad de Alicante del Programa de Doctorado Interuniversitario de Marketing propuesto por las Universidades de Alicante, Jaume I de Castellón, Valencia y Politécnica de Valencia. Curso académico 2003-2004, 2004-2005, 2005-2006 y 2006-2007. Este Programa obtuvo la mención de calidad para el curso 2003-2004 que fue renovada para los cursos 2004-2005, 2005-2006 y 2006-2007.

- Codirector del Master en Dirección Comercial y Marketing propuesto por las Universidades de Alicante, Carlos III de Madrid, Autónoma de Barcelona, y Grupo Santillana. Curso académico: 2004-2005 (edición de octubre 2004), 2005-2006 (ediciones de marzo 2005 y octubre 2005), 2006-2007 (ediciones de marzo 2006 y octubre 2006),

2007-2008 (ediciones de marzo 2007 y octubre 2007), 2008-2009 (ediciones de marzo 2008 y octubre 2008), 2009-2010 (ediciones de marzo 2009, junio 2009 y octubre 2009) y 2010-2011 (ediciones de marzo 2010 y octubre 2010).

- Director en la Universidad de Alicante del Master Oficial en Marketing e Investigación de Mercados propuesto por las Universidades de Alicante, Jaume I de Castellón, Valencia y Politécnica de Valencia (transformación del Programa de Doctorado Interuniversitario de Marketing). Cursos académicos 2007-2008 (1º curso), 2008-2009 (1º y 2º cursos) y 2009-2010 (2º curso).

- Director del Master en Dirección Bancaria propuesto por el Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Marketing de la Universidad de Alicante. Cursos académicos 2008-2009, 2009-2010 y 2010-2011.

- Director del Master en Banca y Finanzas propuesto por el Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Alicante. Cursos académicos 2011-2012 y 2012-2013.

- Director del Programa de Estudios Propios (PEP) en Marketing propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante. Cursos académicos 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021, 2021-2022 y 2022-2023.

- Director del Programa de Estudios de Formación Permanente (PEFP) en Marketing propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante. Cursos académicos 2023-2024 y 2024-2025.

- Director del Experto en Redes Sociales, Estrategia y Comunicación Digital propuesto por el Departamento de Marketing y por el Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante dentro del PEP en Marketing. Cursos académicos 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019 y 2019-2020.

- Director del Master en Marketing propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante dentro del PEP en Marketing. Cursos académicos 2015-2016,

2016-2017, 2017-2018, 2018-2019 y 2019-2020.

- Director del Experto en Marketing Digital y Ecommerce propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante dentro del PEP en Marketing. Cursos académicos 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020 y 2020-2021.

- Director del Experto en Dirección Comercial y Ventas propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante dentro del PEP en Marketing. Cursos académicos 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021 y 2021-2022.

- Director del Curso de Formación Continua en Dirección Comercial y Ventas propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante. Cursos académicos 2022-2023, 2023-2024 y 2024-2025.

- Director del Experto en Marketing de la Moda propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante dentro del PEP en Marketing. Curso académico 2017-2018.

- Director de la Microcredencial en Excelencia Comercial: Mejora continua y optimización de procesos de venta, propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante. Curso académico 2024-2025

- Director de la Microcredencial en La profesión de agente comercial: Un sistema efectivo de ventas, propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante. Curso académico 2024-2025

*** Coordinación de otros cursos:**

- Director del Curso de Verano “Marketing y Ventas” (20 h.) en la Sede Universitaria de Biar propuesto por el Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Marketing de la Universidad de Alicante, julio de 2006

- Coordinador del Curso “Marketing y Ventas” (20 h.) en la Sede Universitaria de Biar propuesto por el Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Marketing de la

Universidad de Alicante, 10, 11, 17 y 18 noviembre de 2006

- Coordinador del Curso “Marketing y Ventas” (3 créditos) en la Sede Universitaria de Benisa propuesto por el Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Marketing de la Universidad de Alicante, 9, 10, 11 y 12 julio de 2007

- Codirector del Curso “I y II Jornadas de reflexión sobre el área comercial de las empresas del Alto Vinalopó” (46 h.) propuesto por el Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Marketing de la Universidad de Alicante, 9 noviembre-15 diciembre de 2007, 7-8 y 14-15 noviembre de 2008, 2009 y 2010.

- Codirector del Curso “Comunicación con el cliente y nuevas herramientas empresariales” (20 h.) en la Sede de Villena propuesto por el Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Marketing de la Universidad de Alicante, 5-13 febrero de 2010

- Director del Curso “Gestión comercial. Etapas y habilidades necesarias” (20 h.) en la Sede Universitaria de Biar propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante, 25marzo-2 abril de 2011

- Director del Curso “El éxito en la gestión comercial: Nuevas estrategias” (20 h.) en la Sede Universitaria de Biar propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante, 27 de abril-5 mayo de 2012

- Director del Curso “Arte y ciencia del marketing cultural” (30 h.) propuesto por el Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante, 23 de marzo-6 mayo de 2015

*** Evaluador de publicaciones, congresos, proyectos de investigación y de estudios:**

Evaluador de las revistas Economía Industrial, Información Comercial Española, Revista de Economía Aplicada, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Revista Española de Investigación de Marketing Esic, CEDE, European Journal of Marketing, Journal of Retailing and Consumer Services y Journal of the Spanish Economic Association.

Editorial Advisory member for International Journal of Bank Marketing in 2010 and 2011.

Evaluador de documentos de trabajo del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)

Evaluador de comunicaciones de los congresos International Congress Marketing Trends de 2006, Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing, Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas (ACEDE), y European Marketing Academy (EMAC)

Editorial Board member for Journal of Marketing Trends since 2008.

Evaluador de proyectos CICYT de la ANEP desde 2001, y en particular de tres proyectos en 2007, dos en 2008, dos en 2009 y 2010.

Evaluador de un proyecto de investigación de la Junta de Castilla y León en 2007

Evaluador de la Calidad de la Licenciatura en Economía de la Facultad de CC. EE. y EE. de la Universidad de Alicante de 1999. Plan de Calidad de las Universidades

Vocal del Comité Asesor nº 8 de Ciencias Económicas y Empresariales, nombrado el 30 de noviembre de 2011 por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI). Resolución de 7 de diciembre de 2011 (BOE nº 304 de 19 de diciembre de 2011) de la Dirección General de Política Universitaria de la Secretaría General de Universidades del Ministerio de Educación.

Vocal del Comité Asesor nº 8 de Ciencias Económicas y Empresariales, nombrado el 12 de febrero de 2013 por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI). Resolución de 25 de febrero de 2013 (BOE nº 50 de 27 de febrero de 2013) de la Dirección General de Política Universitaria de la Secretaría General de Universidades del Ministerio de Educación.

Vocal de la Comisión de Evaluación de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) en 2014 de los méritos de investigación de los Profesores Titulares Interinos y Profesores Visitantes de la

Universidad Rey Juan Carlos para la asignación de complementos retributivos.

Presidente de la Comisión de Evaluación de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Fundación para el Conocimiento Madri+d en 2016 dentro de la “Convocatoria de Evaluación de la actividad investigadora del Profesorado Titular de Universidad Interino y Visitante con el Grado de Doctor y vinculación a tiempo completo” (Resolución de 2 de noviembre de 2015 de dicha Universidad) y de la “Convocatoria de Evaluación de la actividad investigadora del profesorado permanente con el grado de doctor y vinculación a tiempo completo” de la Universidad Rey Juan Carlos (Resolución de 22 de enero de 2016 de dicha Universidad).

Vocal de la Comisión de Evaluación de la modalidad 3 “Cátedras de Excelencia” de la “Convocatoria de Ayudas destinadas a la Atracción de Talento Investigador para su incorporación a grupos de investigación de la Comunidad de Madrid” de la Consejería de Educación, Juventud y Deporte en 2016.

Presidente de la Comisión de Evaluación de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Fundación para el Conocimiento Madri+d en 2017 dentro de la “Convocatoria de Evaluación de la actividad investigadora del Profesorado Permanente, Titular de Universidad Interino, Visitante con el Grado de Doctor y Profesor Ayudante Doctor en su último año de contrato, con vinculación a tiempo completo” de la Universidad Rey Juan Carlos (Resolución de 2 de diciembre de 2016 de dicha Universidad).

Presidente de la Comisión de Evaluación de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Fundación para el Conocimiento Madri+d en 2018 dentro de la “Convocatoria de Evaluación méritos (trienios PDI) del Profesorado con Vinculación Permanente, Titular de Universidad Interino, Visitante con el Grado de Doctor y Profesor Ayudante Doctor, con vinculación a tiempo completo” de la Universidad Rey Juan Carlos (Resolución de 20 de diciembre de 2017 de dicha Universidad).

Presidente de la Comisión de Evaluación de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Fundación para el Conocimiento Madri+d en 2019 dentro de la “Convocatoria de Evaluación de méritos (trienios PDI) del Profesorado con Vinculación Permanente, Titular de Universidad Interino, Visitante con el Grado de Doctor y Profesor Ayudante Doctor y

vinculación a tiempo completo” de la Universidad Rey Juan Carlos (Resolución de 14 de diciembre de 2018 de dicha Universidad).

Presidente de la Comisión de Evaluación de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Fundación para el Conocimiento Madri+d en 2020 dentro de la “Convocatoria de Evaluación de méritos (trienios PDI) del Profesorado con Vinculación Permanente, Titular de Universidad Interino, Visitante con el Grado de Doctor y Profesor Ayudante Doctor y vinculación a tiempo completo” de la Universidad Rey Juan Carlos (Resolución de 21 de diciembre de 2020 de dicha Universidad).

Presidente de la Comisión de Evaluación de Economía, Empresa, Derecho y Jurisprudencia de la Fundación para el Conocimiento Madri+d en 2021 dentro de la “Convocatoria de Evaluación de méritos (trienios PDI) del Profesorado con Vinculación Permanente, Titular de Universidad Interino, Visitante con el Grado de Doctor y Profesor Ayudante Doctor y vinculación a tiempo completo” de la Universidad Rey Juan Carlos (Resolución de 21 de diciembre de 2021 de dicha Universidad).

Presidente de la Comisión de Evaluación de Economía, Empresa, Derecho y Jurisprudencia de la Fundación para el Conocimiento Madri+d en 2022 dentro de la “Convocatoria de Evaluación de méritos (trienios PDI) del Profesorado con Vinculación Permanente, Titular de Universidad Interino, Visitante con el Grado de Doctor y Profesor Ayudante Doctor y vinculación a tiempo completo” de la Universidad Rey Juan Carlos.

Presidente de la Comisión de Evaluación de Economía, Empresa y Derecho de la Fundación para el Conocimiento Madri+d en 2023 dentro de la “Convocatoria de Evaluación de méritos (trienios PDI) del Profesorado con Vinculación Permanente, Titular de Universidad Interino, Contratado Doctor Interino, Visitante con el Grado de Doctor y Profesor Ayudante Doctor y vinculación a tiempo completo” de la Universidad Rey Juan Carlos.

*** Tutor de Proyectos fin de Máster:**

- Tutor del Proyecto fin de Máster titulado "Plan de marketing corporativo en entornos digitales para el grupo Nutresa en Medellín", presentado por Juan Ricardo Gómez Villa para el MBA en la Universidad de Alicante el 4 de octubre de 2013 (Nota: 8).

19. OTROS MÉRITOS

Director del Departamento de Economía Financiera, Técnicas de Mercado y Publicidad de la Facultad de Ciencias EE y EE de la Universidad de Alicante desde el 21 de junio de 1994 hasta el 12 de junio de 1998

Subdirector del Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Marketing de la Facultad de Ciencias EE y EE de la Universidad de Alicante desde el 27 de julio de 1998 hasta el 10 de septiembre de 2010.

Director, en funciones, del Departamento de Marketing de la Facultad de Ciencias EE y EE de la Universidad de Alicante desde el 11 de septiembre de 2010 al 18 de mayo de 2011.

Director del Departamento de Marketing de la Facultad de Ciencias EE y EE de la Universidad de Alicante desde el 20 de mayo de 2011 al 21 de mayo de 2015.

Director del Departamento de Marketing de la Facultad de Ciencias EE y EE de la Universidad de Alicante desde el 22 de mayo de 2015 hasta el 8 de octubre de 2019.

Director del Departamento de Marketing de la Facultad de Ciencias EE y EE de la Universidad de Alicante desde el 27 de septiembre de 2023.

Miembro de la Comisión de Reclamaciones, como representante del Claustro Universitario, de la Universidad de Alicante, del 13 de mayo de 2009 al 2 de diciembre de 2013.

Miembro del Claustro de la Universidad de Alicante entre 2001-2005, 2005-2008, 2008-2011, 2011-2014, 2014-2016, 2017-2019.

Representante de los profesores doctores del Claustro en el Consejo de Gobierno de la Universidad de Alicante, desde el 19 de febrero de 2013 hasta el 20 de mayo de 2016.

Representante de los profesores doctores del Consejo de Gobierno en el Patronato de la Fundación General de la Universidad de Alicante, desde el 30 de octubre de 2014 hasta el 9 de septiembre de 2016.

National Representative-Spain on the EMAC Executive Committee. 30 de mayo de 2018-28 de mayo de 2021.

Miembro del Consejo de Publicaciones de la Universidad de Alicante desde febrero de 2014.

Miembro de la Comisión de Planificación Económica de la Universidad de Alicante desde 2018 hasta el 8 de octubre de 2019.

Miembro de la Comisión de Investigación de la Universidad de Alicante hasta el 20 de diciembre de 2019.

Miembro del Consejo Asesor del Parque Científico de la Universidad de Alicante desde el 5 de marzo de 2019.

Miembro de la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y de Opinión (AEDEMO) desde 1993 hasta 2005

Miembro de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) desde 2006

Miembro de la Strategic Management Society (SMS) desde 2011 y de la Academy of International Business (AIB) en 2014

Miembro del Consejo editor de la Revista Española de Investigación de Marketing Esic desde 2004 hasta 2013

Editorial Board member for International Journal of Operations Research and Information Systems (IJORIS) since 2008

Vocal del Comité Organizador del Certamen Ferial “Todo Comercio” en sus ediciones 2007 y 2008 de la Institución Ferial Alicantina (IFA)

Asistencia al XXV Congreso anual AEDEM, Valencia, 8-10 de junio de 2011.

Director del Grupo de Investigación “Marketing” de la Universidad de Alicante hasta el 8 de octubre de 2019.

Director del Grupo de Innovación tecnológico-educativo “Investigación Comercial” de la Universidad de Alicante (GITE-12004-UA: INVCOM). Desde el 1-5-2012. Y ha obtenido la Acreditación tecnológica al Profesorado (ATP) en 2012.