



Javier Casanoves Boix

Generado desde: Editor CVN de FECYT

Fecha del documento: 05/03/2026

v 1.4.3

7bd7d32de0bc42e0e142f9747da6ee79

Este fichero electrónico (PDF) contiene incrustada la tecnología CVN (CVN-XML). La tecnología CVN de este fichero permite exportar e importar los datos curriculares desde y hacia cualquier base de datos compatible. Listado de Bases de Datos adaptadas disponible en <http://cvn.fecyt.es/>



Javier Casanoves Boix

Apellidos: **Casanoves Boix**
 Nombre: **Javier**
 ORCID: **0000-0001-6993-8708**
 C. Autón./Reg. de contacto: **Comunitat Valenciana**
 Página web personal: **<https://www.uv.es/uvweb/universidad/es/ficha-persona-1285950309813.html?p2=caboixa&idA=>**

Situación profesional actual

Entidad empleadora: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Departamento: Comercialización e Investigación de Mercados, Facultad de Economía
Categoría profesional: Profesor Ayudante Doctor
Fecha de inicio: 21/09/2024
Modalidad de contrato: Contrato laboral **Régimen de dedicación:** Tiempo completo indefinido
Funciones desempeñadas: Desde el 21/09/24 trabajo como Profesor Ayudante Doctor del Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados. Previo a ello, colaboré en UV como Profesor Sustituto del mismo Dpto., desde el 01/02/24 hasta el 15/05/24.

Cargos y actividades desempeñados con anterioridad

	Entidad empleadora	Categoría profesional	Fecha de inicio
1	Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)	Profesor e Investigador de Marketing	04/03/2024
2	Universidad Alfonso X El Sabio	Profesor e Investigador de Marketing	15/09/2023
3	Universitat Internacional Valenciana	Profesor e Investigador de Marketing	01/09/2016
4	Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)	Profesor e Investigador de Marketing	24/08/2020
5	Universidad Europea de Valencia	Profesor e Investigador de Marketing	01/09/2019
6	Capitol Empresa Formación Profesional	Profesor de Marketing	01/09/2016
7	Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing	Profesor e Investigador de Marketing	01/09/2012
8	Grupo Acrismatic	Assistant Brand Manager	01/08/2011
9	Exclusivas Dentales	Sales Graduate	01/02/2011
10	Miquel Suay Fashion	Auditor de Comunicación	01/02/2010
11	Grupo Sorolla	Marketing Graduate	01/01/2008
12	Reckitt Benckiser	Marketing Intern	01/02/2007
13	Viva Aqua Service	Sales Intern	01/06/2005



- 1 Entidad empleadora:** Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) **Tipo de entidad:** Universidad

Categoría profesional: Profesor e Investigador de Marketing

Fecha de inicio-fin: 04/03/2024 - 20/09/2026 **Duración:** 6 meses - 16 días

Modalidad de contrato: Contrato laboral indefinido

Régimen de dedicación: Tiempo parcial
- 2 Entidad empleadora:** Universidad Alfonso X El Sabio **Tipo de entidad:** Universidad

Departamento: Marketing, Facultad de Business & Tech

Categoría profesional: Profesor e Investigador de Marketing **Dirección y gestión (Sí/No):** Sí

Fecha de inicio-fin: 15/09/2023 - 20/09/2024 **Duración:** 1 año - 5 días

Modalidad de contrato: Contrato laboral indefinido

Régimen de dedicación: Tiempo parcial

Ámbito actividad de dirección y/o gestión: Universitaria
- 3 Entidad empleadora:** Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Universidad

Categoría profesional: Profesor e Investigador de Marketing

Fecha de inicio-fin: 01/09/2016 - 15/05/2023 **Duración:** 6 años - 5 meses - 15 días
- 4 Entidad empleadora:** Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) **Tipo de entidad:** Universidad

Departamento: Marketing

Ciudad entidad empleadora: Logroño, Rioja, La, España

Categoría profesional: Profesor e Investigador de Marketing **Dirección y gestión (Sí/No):** Sí

Fecha de inicio-fin: 24/08/2020 - 29/09/2021 **Duración:** 1 año - 1 mes - 5 días

Modalidad de contrato: Contrato laboral temporal

Régimen de dedicación: Tiempo parcial

Ámbito actividad de dirección y/o gestión: Universitaria
- 5 Entidad empleadora:** Universidad Europea de Valencia **Tipo de entidad:** Universidad

Categoría profesional: Profesor e Investigador de Marketing

Fecha de inicio-fin: 01/09/2019 - 31/01/2020 **Duración:** 5 meses

Modalidad de contrato: Contrato laboral temporal

Régimen de dedicación: Tiempo parcial
- 6 Entidad empleadora:** Capitol Empresa Formación Profesional **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial

Categoría profesional: Profesor de Marketing

Fecha de inicio-fin: 01/09/2016 - 31/08/2019 **Duración:** 3 años
- 7 Entidad empleadora:** Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing **Tipo de entidad:** Universidad

Categoría profesional: Profesor e Investigador de Marketing

Correo electrónico: javier.casanoves@esic.edu

Fecha de inicio-fin: 01/09/2012 - 31/08/2016 **Duración:** 4 años

Modalidad de contrato: Contrato laboral indefinido

Régimen de dedicación: Tiempo parcial



- | | | |
|-----------|---|--|
| 8 | Entidad empleadora: Grupo Acrismatic
Categoría profesional: Assistant Brand Manager
Fecha de inicio-fin: 01/08/2011 - 28/02/2012
Modalidad de contrato: Contrato laboral temporal | Tipo de entidad: Entidad Empresarial
Duración: 7 meses |
| 9 | Entidad empleadora: Exclusivas Dentales
Categoría profesional: Sales Graduate
Fecha de inicio-fin: 01/02/2011 - 01/04/2011
Modalidad de contrato: Contrato laboral temporal | Tipo de entidad: Entidad Empresarial
Duración: 3 meses |
| 10 | Entidad empleadora: Miquel Suay Fashion
Categoría profesional: Auditor de Comunicación
Fecha de inicio-fin: 01/02/2010 - 31/07/2010
Modalidad de contrato: Contrato laboral temporal | Tipo de entidad: Entidad Empresarial
Duración: 6 meses |
| 11 | Entidad empleadora: Grupo Sorolla
Categoría profesional: Marketing Graduate
Fecha de inicio-fin: 01/01/2008 - 31/01/2010
Modalidad de contrato: Contrato laboral indefinido | Tipo de entidad: Entidad Empresarial
Duración: 2 años - 6 meses |
| 12 | Entidad empleadora: Reckitt Benckiser
Categoría profesional: Marketing Intern
Fecha de inicio-fin: 01/02/2007 - 30/06/2007
Modalidad de contrato: Contrato laboral temporal | Tipo de entidad: Entidad Empresarial
Duración: 5 meses |
| 13 | Entidad empleadora: Viva Aqua Service
Categoría profesional: Sales Intern
Fecha de inicio-fin: 01/06/2005 - 30/09/2005
Modalidad de contrato: Contrato laboral temporal | Tipo de entidad: Entidad Empresarial
Duración: 3 meses |

Resumen de la actividad profesional

Dr. Javier Casanoves-Boix tiene 18+ años de experiencia laboral enfocada al campo empresarial, y especialmente al área de Marketing. Trece de ellos, dedicados al mundo universitario. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) y Doctor en Marketing, desde 2024 es profesor del Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valencia.

Como experiencia docente, ha colaborado en diversas instituciones educativas públicas y privadas, habiendo impartido un total de 3.008 en Universidad. Todas ellas, relacionadas con el área de Marketing y repartidas en Grado y Postgrado. Junto a ello, ha dirigido numerosos trabajos fin de titulación, participando como miembro en tribunales y realizando tareas de gestión académica. Además, ha colaborado en iniciativas de innovación docente.

Como experiencia investigadora, ha contribuido en diversos equipos y proyectos de investigación, albergando un total de 59 publicaciones hasta el momento, repartidas en artículos, libros y capítulos de libro. Junto a ello, ha participado como ponente en numerosos congresos de carácter nacional e internacional. Sus intereses de investigación se centran en el Marketing y el Branding.



Como experiencia empresarial, ha colaborado en empresas de diversos sectores, destacando Gran Consumo, Cosmética y Moda, desarrollando tareas de "Brand & Product Management". Además, ha gestionado proyectos de Marketing enfocados a profesionales autónomos.



Formación académica recibida

Titulación universitaria

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

- 1 Titulación universitaria:** Titulado Superior
Nombre del título: Master en Formación Profesorado de ESO, Bachillerato, Formación Profesional e Idiomas
Entidad de titulación: Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 2016
Nota media del expediente: Sobresaliente
Título homologado: Sí
- 2 Titulación universitaria:** Titulado Superior
Nombre del título: Master en Dirección de Comunicación y Gestión Publicitaria
Entidad de titulación: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 2010
Nota media del expediente: Notable
- 3 Titulación universitaria:** Titulado Superior
Nombre del título: Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial
Entidad de titulación: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 2008
Nota media del expediente: Notable
Título homologado: Sí
- 4 Titulación universitaria:** Titulado Superior
Nombre del título: Master en Dirección de Marketing y Ventas
Entidad de titulación: Universidad Miguel Hernández de Elche **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 2008
Nota media del expediente: Notable
Título homologado: Sí
- 5 Titulación universitaria:** Titulado Superior
Nombre del título: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas Especialidad Dirección
Entidad de titulación: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 2007
Nota media del expediente: Notable
Título homologado: Sí



- 6 Titulación universitaria:** Titulado Superior
Nombre del título: Diplomado en Ciencias Empresariales Especialidad Administración de Empresas
Entidad de titulación: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 2002
Nota media del expediente: Notable
Título homologado: Sí

Doctorados

- 1 Programa de doctorado:** Programa Oficial de Doctorado en Marketing
Entidad de titulación: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 2016
Doctorado Europeo: No
Título de la tesis: El capital de marca en la educación superior: Los agentes implicados, público versus privado
Director/a de tesis: Inés Küster Boluda
Codirector/a de tesis: Natalia Vila López
Calificación obtenida: Sobresaliente Cum Laude
Mención de calidad: No
Premio extraordinario doctor: No
Título homologado: Sí
- 2 Programa de doctorado:** Diploma de Estudios Avanzados en Comunicación
Entidad de titulación: Universidad Cardenal Herrera **Tipo de entidad:** Universidad CEU
Fecha de titulación: 2011

Conocimiento de idiomas

Idioma	Comprensión auditiva	Comprensión de lectura	Interacción oral	Expresión oral	Expresión escrita
Catalán	C1	C1	C1	C1	C1
Inglés	C1	C1	C1	C1	C1

Actividad docente

Formación académica impartida

- 1 Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing Research
Tipo de programa: Grado **Tipo de docencia:** Práctica (Aula-Problemas)
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Degree in Business Management
Fecha de inicio: 01/09/2025 **Fecha de finalización:** 31/01/2026
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad



Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación máxima posible: 5
Idioma de la asignatura: Inglés

2 **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing Research
Tipo de programa: Grado **Tipo de docencia:** Práctica (Aula-Problemas)
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Degree in Business Management
Fecha de inicio: 01/09/2025 **Fecha de finalización:** 31/01/2026
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación máxima posible: 5
Idioma de la asignatura: Inglés

3 **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing Research
Tipo de programa: Grado **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Optativa
Titulación universitaria: Degree in Business Management
Fecha de inicio: 01/02/2025 **Fecha de finalización:** 30/06/2025
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 4,36 **Calificación máxima posible:** 5
Idioma de la asignatura: Inglés

4 **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing
Tipo de programa: Grado **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Degree in Business Management
Fecha de inicio: 01/09/2024 **Fecha de finalización:** 31/01/2025
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 3,69 **Calificación máxima posible:** 5
Idioma de la asignatura: Inglés

5 **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing Management
Tipo de programa: Grado **Tipo de docencia:** Práctica (Aula-Problemas)
Tipo de asignatura: Obligatoria



Titulación universitaria: Degree in Business Management

Fecha de inicio: 01/09/2024

Fecha de finalización: 31/01/2025

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 30

Entidad de realización: Universitat de València

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 4,76

Calificación máxima posible: 5

Idioma de la asignatura: Inglés

6 Tipo de docencia: Docencia internacional

Nombre de la asignatura/curso: Marketing Integral

Categoría profesional: 10

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Fecha de inicio: 03/03/2024

Fecha de finalización: 30/09/2024

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 67

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 8,29

Idioma de la asignatura: Español

7 Tipo de docencia: Docencia internacional

Nombre de la asignatura/curso: Plan de Marketing y Gestión Comercial

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Master Universitario en Dirección de Marketing y Control de Gestión Comercial

Fecha de inicio: 03/03/2024

Fecha de finalización: 30/09/2024

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 80,5

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Departamento: Marketing

Idioma de la asignatura: Español

8 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Marketing

Tipo de programa: Grado

Tipo de docencia: Práctica (Aula-Problemas)

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Degree in Business Management

Fecha de inicio: 01/02/2024

Fecha de finalización: 30/06/2024

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 30

Entidad de realización: Universitat de València

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 4,78

Calificación máxima posible: 5

Idioma de la asignatura: Inglés



- 9** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing
Tipo de programa: Grado **Tipo de docencia:** Práctica (Aula-Problemas)
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Degree in Business Management
Fecha de inicio: 01/02/2024 **Fecha de finalización:** 30/06/2024
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 4,91 **Calificación máxima posible:** 5
Idioma de la asignatura: Inglés
- 10** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing Aplicado a Dispositivos Móviles
Tipo de programa: Grado **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de evaluación: Encuesta
Titulación universitaria: Grado Universitario en Marketing
Fecha de inicio: 01/02/2024 **Fecha de finalización:** 30/06/2024
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 46
Entidad de realización: Universidad Alfonso X El Sabio **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Business & Tech
Departamento: Marketing
Tipo de evaluación: Encuesta
Calificación obtenida: ? **Calificación máxima posible:** 10
Idioma de la asignatura: Español
- 11** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Introducción al Marketing
Tipo de programa: Grado **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de evaluación: Encuesta
Titulación universitaria: Grado Universitario en Administración y Dirección de Empresas (ADE) / Grado en Marketing
Fecha de inicio: 01/09/2023 **Fecha de finalización:** 31/01/2024
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 92
Entidad de realización: Universidad Alfonso X El Sabio **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Business & Tech
Departamento: Marketing
Tipo de evaluación: Encuesta
Calificación obtenida: 10 **Calificación máxima posible:** 10
Idioma de la asignatura: Español
- 12** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Retail Marketing
Tipo de programa: Grado **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de asignatura: Obligatoria
Tipo de evaluación: Encuesta



Titulación universitaria: Grado Universitario en Marketing

Fecha de inicio: 01/09/2023

Fecha de finalización: 31/01/2024

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 22

Entidad de realización: Universidad Alfonso X El Sabio **Tipo de entidad:** Universidad

Facultad, instituto, centro: Facultad de Business & Tech

Departamento: Marketing

Tipo de evaluación: Encuesta

Calificación obtenida: 10

Calificación máxima posible: 10

Idioma de la asignatura: Español

13 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Políticas de Producto y Precio

Tipo de programa: Grado

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Obligatoria

Tipo de evaluación: Encuesta

Titulación universitaria: Grado Universitario en Dirección Comercial y Marketing / Grado en Marketing

Fecha de inicio: 01/09/2023

Fecha de finalización: 31/01/2024

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 92

Entidad de realización: Universidad Alfonso X El Sabio **Tipo de entidad:** Universidad

Facultad, instituto, centro: Facultad de Business & Tech

Tipo de evaluación: Encuesta

Calificación obtenida: 10

Calificación máxima posible: 10

Idioma de la asignatura: Español

14 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Obligatoria

Tipo de evaluación: Encuesta

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Fecha de inicio: 01/09/2022

Fecha de finalización: 31/01/2023

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional
Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y
Asimilados

Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Departamento: Marketing

Tipo de evaluación: Encuesta

Calificación obtenida: 4,40

Calificación máxima posible: 5

Idioma de la asignatura: Español

15 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Obligatoria

Tipo de evaluación: Encuesta

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Fecha de inicio: 01/09/2021

Fecha de finalización: 31/01/2022

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas



Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Departamento: Marketing

Tipo de evaluación: Encuesta

Calificación obtenida: 4,53

Calificación máxima posible: 5

Idioma de la asignatura: Español

16 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Obligatoria

Tipo de evaluación: Encuesta

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Fecha de inicio: 01/09/2021

Fecha de finalización: 31/01/2022

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Departamento: Marketing

Tipo de evaluación: Encuesta

Calificación obtenida: 4,64

Calificación máxima posible: 5

Idioma de la asignatura: Español

17 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Marketing Estratégico: Análisis y Formulación

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Obligatoria

Tipo de evaluación: Encuesta

Titulación universitaria: Master Universitario en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Fecha de inicio: 01/09/2021

Fecha de finalización: 31/01/2022

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Departamento: Marketing

Tipo de evaluación: Encuesta

Calificación obtenida: 4,45

Calificación máxima posible: 5

Idioma de la asignatura: Español

18 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Política de Producto

Tipo de programa: Grado

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Obligatoria

Tipo de evaluación: Encuesta

Titulación universitaria: Grado Universitario en Marketing

Fecha de inicio: 01/09/2021

Fecha de finalización: 31/01/2022

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas



Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Departamento: Marketing

Tipo de evaluación: Encuesta

Calificación obtenida: 4,91

Calificación máxima posible: 5

Idioma de la asignatura: Español

19 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Fecha de inicio: 01/04/2021

Fecha de finalización: 30/09/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Ciencias Sociales

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 4,43

Calificación máxima posible: 5

Idioma de la asignatura: Español

20 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Marketing Estratégico: Análisis y Formulación

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Master Universitario en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Fecha de inicio: 01/04/2021

Fecha de finalización: 30/09/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 50

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Ciencias Sociales

Departamento: Marketing

Idioma de la asignatura: Español

21 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección Producto y Colaboración Canal

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Máster Universitario en Dirección de Marketing Estratégico

Fecha de inicio: 01/03/2021

Fecha de finalización: 30/09/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 57,5

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja

Tipo de entidad: Universidad

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 9,32

Calificación máxima posible: 10



- 22** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing Integral
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Práctica (Aula-Problemas)
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)
Fecha de inicio: 01/03/2021 **Fecha de finalización:** 30/09/2021
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 60
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Departamento: Marketing
- 23** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Mobile Marketing
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Práctica (Aula-Problemas)
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Master Universitario en Marketing Digital
Fecha de inicio: 01/03/2021 **Fecha de finalización:** 30/09/2021
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 60
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Calificación obtenida: 7,80 **Calificación máxima posible:** 10
- 24** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección Producto y Colaboración Canal
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de asignatura: Troncal
Tipo de evaluación: Encuesta
Titulación universitaria: Máster Universitario en Dirección de Marketing Estratégico
Curso que se imparte: Primero
Fecha de inicio: 01/09/2020 **Fecha de finalización:** 31/01/2021
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 60
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Departamento: Marketing
Ciudad entidad realización: Online, España
Tipo de evaluación: Encuesta
Calificación obtenida: 8,03 **Calificación máxima posible:** 10
Idioma de la asignatura: Español
- 25** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing Integral
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Práctica (Aula-Problemas)
Tipo de asignatura: Troncal
Tipo de evaluación: Encuesta
Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)
Curso que se imparte: Primero
Fecha de inicio: 01/09/2020 **Fecha de finalización:** 31/01/2021
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas



Nº de horas/créditos ECTS: 86,5

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Departamento: Marketing

Ciudad entidad realización: Online, España

Tipo de evaluación: Encuesta

Calificación obtenida: 9,23

Calificación máxima posible: 10

Idioma de la asignatura: Español

26 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Fecha de inicio: 01/09/2020

Fecha de finalización: 31/01/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Ciencias Sociales

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 4,43

Calificación máxima posible: 5

Idioma de la asignatura: Español

27 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Marketing Estratégico: Análisis y Formulación

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Master Universitario en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Fecha de inicio: 01/09/2020

Fecha de finalización: 31/01/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 50

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Ciencias Sociales

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 4,33

Calificación máxima posible: 5,0

Idioma de la asignatura: Español

28 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Política de Producto

Tipo de programa: Grado Oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Grado Universitario en Marketing

Curso que se imparte: Segundo curso

Fecha de inicio: 01/09/2020

Fecha de finalización: 31/01/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Ciencias Sociales



Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 4,5
Idioma de la asignatura: Español

Calificación máxima posible: 5

29 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Canales de Venta y Key Account Management

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Master Universitario en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Curso que se imparte: 2019/20

Fecha de inicio: 01/04/2020

Fecha de finalización: 30/09/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 50

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 4,26

Calificación máxima posible: 5,0

Idioma de la asignatura: Español

30 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Virtual

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Curso que se imparte: 2019/20

Fecha de inicio: 01/04/2020

Fecha de finalización: 30/09/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 4,05

Calificación máxima posible: 5,0

Idioma de la asignatura: Español

31 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Política de Producto y Marca

Tipo de programa: Grado Oficial

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Grado Universitario en Marketing y Dirección Comercial

Curso que se imparte: 2019/20

Fecha de inicio: 01/09/2019

Fecha de finalización: 31/01/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universidad Europea de Valencia

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 5,0

Calificación máxima posible: 5,0

Idioma de la asignatura: Español



- 32** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Canales de Venta y Key Account Management
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Master Universitario en Dirección de Marketing y Gestión Comercial
Curso que se imparte: 2019/20
Fecha de inicio: 01/09/2019 **Fecha de finalización:** 31/01/2020
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 50
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 4,64 **Calificación máxima posible:** 5,0
Idioma de la asignatura: Español
- 33** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)
Curso que se imparte: 2019/20
Fecha de inicio: 01/09/2019 **Fecha de finalización:** 31/01/2020
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 60
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 4,59 **Calificación máxima posible:** 5,0
Idioma de la asignatura: Español
- 34** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Canales de Venta y Key Account Management
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Master Universitario en Dirección de Marketing y Gestión Comercial
Curso que se imparte: 2018/19
Fecha de inicio: 01/02/2019 **Fecha de finalización:** 30/09/2019
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 50
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 4,28 **Calificación máxima posible:** 5,0
Idioma de la asignatura: Español



- 35** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)
Curso que se imparte: 2018/19
Fecha de inicio: 01/02/2019 **Fecha de finalización:** 30/09/2019
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 60
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Idioma de la asignatura: Español
- 36** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Canales de Venta y Key Account Management
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Master Universitario en Dirección de Marketing y Gestión Comercial
Curso que se imparte: 2018/19
Fecha de inicio: 01/09/2018 **Fecha de finalización:** 31/01/2019
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 50
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 3,3 **Calificación máxima posible:** 5,0
Idioma de la asignatura: Español
- 37** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)
Curso que se imparte: 2018/19
Fecha de inicio: 01/09/2018 **Fecha de finalización:** 31/01/2019
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 60
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 4,06 **Calificación máxima posible:** 5,0
- 38** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing
Tipo de programa: Máster oficial **Tipo de docencia:** Virtual
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)



Curso que se imparte: 2017/18

Fecha de inicio: 01/02/2018

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Idioma de la asignatura: Español

Fecha de finalización: 30/09/2018

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

39 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Curso que se imparte: 2017/18

Fecha de inicio: 01/09/2017

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 4,99

Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Virtual

Fecha de finalización: 31/01/2018

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Calificación máxima posible: 5,0

40 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Curso que se imparte: 2016/17

Fecha de inicio: 01/02/2027

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 7,42

Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Virtual

Fecha de finalización: 30/06/2017

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Calificación máxima posible: 10

41 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Marketing

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Master Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

Curso que se imparte: 2016/17

Fecha de inicio: 01/09/2016

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Tipo de docencia: Virtual

Fecha de finalización: 31/01/2017



Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 5,14

Idioma de la asignatura: Español

Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Calificación máxima posible: 10

42 Tipo de docencia: Docencia no oficial

Nombre de la asignatura/curso: Gestión Estratégica de Marcas

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial + Grado ADE

Curso que se imparte: 2015/16

Fecha de inicio: 01/02/2016

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 45

Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 8,3

Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Teórica presencial

Fecha de finalización: 30/06/2016

Tipo de entidad: Universidad

Calificación máxima posible: 10

43 Tipo de docencia: Docencia no oficial

Nombre de la asignatura/curso: Gestión Estratégica de Marcas

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Programa Avanzado de Habilidades y Herramientas Empresariales

Curso que se imparte: 2015/16

Fecha de inicio: 01/02/2016

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 45

Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 8,5

Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Teórica presencial

Fecha de finalización: 30/06/2016

Tipo de entidad: Universidad

Calificación máxima posible: 10

44 Tipo de docencia: Docencia no oficial

Nombre de la asignatura/curso: Gestión Estratégica de Marcas

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial + Grado Gestión Comercial y Marketing

Curso que se imparte: 2015/16

Fecha de inicio: 01/09/2015

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 45

Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School

Tipo de docencia: Teórica presencial

Fecha de finalización: 31/01/2016

Tipo de entidad: Universidad



Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 8,1
Idioma de la asignatura: Español

Calificación máxima posible: 10

45 Tipo de docencia: Docencia no oficial

Nombre de la asignatura/curso: Gestión Estratégica de Marcas
Tipo de programa: Título Propio
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial + Grado Gestión Comercial y Marketing
Fecha de inicio: 01/09/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 45
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School
Facultad, instituto, centro: Economía
Calificación obtenida: 8,0
Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Teórica presencial

Fecha de finalización: 31/01/2016

Tipo de entidad: Universidad

Calificación máxima posible: 10

46 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Gestión de Productos y Precios
Tipo de programa: Licenciatura
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing
Curso que se imparte: 2015/16
Fecha de inicio: 01/2009
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 60
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 8,5
Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Teórica presencial

Fecha de finalización: 31/01/2016

Tipo de entidad: Universidad

Calificación máxima posible: 10

47 Tipo de docencia: Docencia no oficial

Nombre de la asignatura/curso: Gestión Estratégica de Marcas
Tipo de programa: Licenciatura
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Programa Avanzado de Habilidades y Herramientas Empresariales
Curso que se imparte: 2014/15
Fecha de inicio: 01/02/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 45
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 9,5
Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Teórica presencial

Fecha de finalización: 30/06/2015

Tipo de entidad: Universidad

Calificación máxima posible: 10



- 48** **Tipo de docencia:** Docencia no oficial
Nombre de la asignatura/curso: Métodos y Previsión de Ventas
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Titulo Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial + Grado Comunicación y RRPP
Curso que se imparte: 2014/15
Fecha de inicio: 01/02/2015 **Fecha de finalización:** 30/06/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 6,69 **Calificación máxima posible:** 10
Idioma de la asignatura: Español
- 49** **Tipo de docencia:** Docencia no oficial
Nombre de la asignatura/curso: Gestión Estratégica de Marcas
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Titulo Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial + Grado ADE
Curso que se imparte: 2014/15
Fecha de inicio: 01/09/2014 **Fecha de finalización:** 31/01/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 45
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 6,46 **Calificación máxima posible:** 10
Idioma de la asignatura: Español
- 50** **Tipo de docencia:** Docencia no oficial
Nombre de la asignatura/curso: Gestión Estratégica de Marcas
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Titulo Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial
Curso que se imparte: 2014/15
Fecha de inicio: 01/09/2014 **Fecha de finalización:** 31/01/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 45
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 7,29 **Calificación máxima posible:** 10
Idioma de la asignatura: Español



- 51** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Gestión de Productos y Precios
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing
Curso que se imparte: 2014/15
Fecha de inicio: 01/09/2014 **Fecha de finalización:** 31/01/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 60
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 8,87 **Calificación máxima posible:** 10
Idioma de la asignatura: Español
- 52** **Tipo de docencia:** Docencia no oficial
Nombre de la asignatura/curso: Métodos y Previsión de Ventas
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Titulo Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial + Grado ADE
Curso que se imparte: 2013/14
Fecha de inicio: 01/02/2014 **Fecha de finalización:** 30/06/2014
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 4,18 **Calificación máxima posible:** 10
Idioma de la asignatura: Español
- 53** **Tipo de docencia:** Docencia no oficial
Nombre de la asignatura/curso: Métodos y Previsión de Ventas
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Troncal
Titulación universitaria: Titulo Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial
Curso que se imparte: 2013/14
Fecha de inicio: 01/02/2014 **Fecha de finalización:** 30/06/2014
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Economía
Departamento: Marketing
Calificación obtenida: 6,25 **Calificación máxima posible:** 10
Idioma de la asignatura: Español
- 54** **Tipo de docencia:** Docencia no oficial
Nombre de la asignatura/curso: Gestión Estratégica de Marcas
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial



Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Curso que se imparte: 2013/14

Fecha de inicio: 01/09/2013

Fecha de finalización: 31/01/2014

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 45

Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Economía

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 6,08

Calificación máxima posible: 10

Idioma de la asignatura: Español

55 **Tipo de docencia:** Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Gestión de Productos y Precios

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Titulación universitaria: Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing

Curso que se imparte: 2013/14

Fecha de inicio: 01/09/2013

Fecha de finalización: 31/01/2014

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 60

Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 9,0

Calificación máxima posible: 10

Idioma de la asignatura: Español

56 **Tipo de docencia:** Docencia no oficial

Nombre de la asignatura/curso: Métodos y Previsión de Ventas

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Curso que se imparte: 2012/13

Fecha de inicio: 01/02/2013

Fecha de finalización: 30/06/2013

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 30

Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School

Departamento: Marketing

Calificación obtenida: 8,88

Calificación máxima posible: 10

Idioma de la asignatura: Español

57 **Tipo de docencia:** Docencia no oficial

Nombre de la asignatura/curso: Gestión Estratégica de Marcas

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Troncal

Titulación universitaria: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Curso que se imparte: 2012/13

Fecha de inicio: 01/09/2012

Fecha de finalización: 31/01/2013

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 45

Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School

Departamento: Marketing



Calificación obtenida: 7,10
Idioma de la asignatura: Español

Calificación máxima posible: 10

Dirección de tesis doctorales y/o trabajos fin de estudios

- 1 Título del trabajo:** El éxito del K-pop: ¿moda o estrategia?
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Irene Parrilla Cabrera
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 08/10/2024
Explicación narrativa: Master Universitario en Gestión de Marca
- 2 Título del trabajo:** Plan de Social Media Marketing de Chiquimar, tienda dedicada a la venta de artículos de fiesta
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Nelly Montesdeoca Andrade
Calificación obtenida: 9,5
Fecha de defensa: 08/10/2024
Explicación narrativa: Master Universitario en Marketing Digital TFM realizado por tres alumnos: (1) Nelly Montesdeoca Andrade, (2) Andrés Salazar Salazar, y (3) María Emilia Vela González
- 3 Título del trabajo:** Ruta del Vino Ribera del Duero: un análisis desde la Gestión de Marca
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: David Angulo Pascual
Calificación obtenida: 6,5
Fecha de defensa: 08/10/2024
Explicación narrativa: Master Universitario en Gestión de Marca
- 4 Título del trabajo:** El mercado de la relojería y la importancia de las marcas
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Sergio Carranza Higuero
Calificación obtenida: 5,0
Fecha de defensa: 07/10/2024
Explicación narrativa: Master Universitario en Gestión de Marca
- 5 Título del trabajo:** Tendencias Actuales en Branding: Aplicaciones y Casos de Exito
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Celia Rodil Rodríguez
Calificación obtenida: 10,0
Fecha de defensa: 07/10/2024
Explicación narrativa: Master Universitario en Gestión de Marca



- 6** **Título del trabajo:** Plan de Marketing Digital para el Lanzamiento de la Marca de Moda Urbana "Amores Culture"
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Lucas Ojeda Baudín
Calificación obtenida: 9,0
Fecha de defensa: 03/10/2024
Explicación narrativa: Master Universitario en Marketing Digital
- 7** **Título del trabajo:** Plan de marketing digital Verdatura
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Lorenzo José Cano López
Calificación obtenida: 6,6
Fecha de defensa: 03/10/2024
Explicación narrativa: Master Universitario en Marketing Digital
- 8** **Título del trabajo:** Plan de Marketing para la comercialización del invento Cool Clip: Un accesorio de esquí
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: EDEM Escuela de Empresarios **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Emma Torras Vigo
Calificación obtenida: 9,6
Fecha de defensa: 01/10/2024
- 9** **Título del trabajo:** Plan de Marketing de Picolina by Concha: Artesanía única, elegancia que inspira
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: EDEM Escuela de Empresarios **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alejandra Camarasa Picornell
Calificación obtenida: 9,2
Fecha de defensa: 03/09/2024
- 10** **Título del trabajo:** Detrás de la Etiqueta: Impacto de la Imagen de Marca en la Elección del Consumidor en Bodegas Españolas
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: EDEM Escuela de Empresarios **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Blanca García Villagrasa
Calificación obtenida: 9,6
Fecha de defensa: 03/07/2024
- 11** **Título del trabajo:** Crafting memories, captivating consumers: How experiential marketing is redefining luxury brand engagement
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alba Sales Alhambra
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 01/06/2024



- 12** **Título del trabajo:** Fast Fashion: Análisis de las estrategias de merchandising desde la perspectiva del consumidor
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Laura Gómez Delgado
Calificación obtenida: 9,0
Fecha de defensa: 01/06/2024
- 13** **Título del trabajo:** Forecast in the German and Spanish Automotive Industry and Market Research on the Adaptation to Electric Vehicles
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: María Reis Olmo
Calificación obtenida: 9,5
Fecha de defensa: 01/06/2024
- 14** **Título del trabajo:** Internacionalización de las plataformas musicales digitales
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alejandro Hernández Rodríguez
Calificación obtenida: 9,0
Fecha de defensa: 01/06/2024
- 15** **Título del trabajo:** La influencia de la publicidad y el contenido generado por los usuarios en el sector cosmético
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Lucía Rubio Vanacloig
Calificación obtenida: 9,5
Fecha de defensa: 01/06/2024
- 16** **Título del trabajo:** Plan de Marketing de BeAst Team, una nueva marca en el sector del fitness
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Vinyet Montoliu Mollar
Calificación obtenida: 9,0
Fecha de defensa: 01/06/2024
- 17** **Título del trabajo:** Proyecto de Dirección para el CDP Presentación de María
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: María Cerrillo García
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 28/06/2023
- 18** **Título del trabajo:** Plan de Marketing sostenible Coopidrogras
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Alexandra Aguirre Cuartas
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 29/03/2023



- 19** **Título del trabajo:** Plan de empresa de González Group USA para su expansión a Los Angeles, California
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Astrid Gómez Castrillón
Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 13/12/2022
- 20** **Título del trabajo:** Plan de Marketing del producto Aceite Girasol de la empresa La Fabril
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Kelly Alejandra Rivera Cárdenas
Calificación obtenida: 9,7
Fecha de defensa: 08/04/2022
- 21** **Título del trabajo:** Plan de empresa de DRYFRUITS, frutas liofilizadas saludables en Colombia
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Andrés Felipe Velasco Montenegro
Calificación obtenida: 6,0
Fecha de defensa: 07/04/2022
- 22** **Título del trabajo:** Plan de marketing de PRENUTS Colombia, Snacks saludables
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: María Paula Rodríguez Barreto
Calificación obtenida: 7,8
Fecha de defensa: 07/04/2022
- 23** **Título del trabajo:** PLAN DE EMPRESA DE ANDY, SERVICIO DE RESTO-BAR EN GUAYAQUIL (ECUADOR)
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Andrés Arturo Alvarado Echeverría
Calificación obtenida: 7,5
Fecha de defensa: 05/04/2022
- 24** **Título del trabajo:** Plan de empresa Martiderm, especialista en productos dermocosméticos para la piel y el pelo en Colombia
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Andrea Catalina Prieto Chapeton
Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 05/04/2022
- 25** **Título del trabajo:** Implementación de Chat Bot para el Sistema Educativo Adventista del Norte en Ecuador
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Isaac Echevarría Mantilla
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 04/04/2022
- 26** **Título del trabajo:** PLAN DE EMPRESA DE CLEAN HOME, SERVICIO DE LIMPIEZA QUITO
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Dominique Lizeth Arcos Duran
Calificación obtenida: 6,9
Fecha de defensa: 04/04/2022



- 27** **Título del trabajo:** Plan de Marketing para la categoría de producto: filtros purificadores de agua, de empresa Hidros del Sur, Región de Los Ríos, Chile
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Silvia Macarena Matamala Guzmán
Calificación obtenida: 9,3
Fecha de defensa: 04/04/2022
- 28** **Título del trabajo:** Plan de Marketing 2022 Peluquería Mary Estilistas
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Víctor Morales Cárdenas
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 11/03/2022
- 29** **Título del trabajo:** Plan de Marketing para Cognitiva, empresa de software para Industria 4.0
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Vicente Javier Valdivieso Ramírez
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 11/03/2022
- 30** **Título del trabajo:** Análisis inicial sobre las oportunidades de marketing en redes sociales para los adolescentes británicos
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Ana Escribá Ros
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 07/03/2022
- 31** **Título del trabajo:** Plan de empresa de Maday Skincare, empresa comercializadora y asesora de cosmética natural
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Erika Yuliana Giraldo Nieto
Calificación obtenida: 9,0
Fecha de defensa: 28/01/2022
- 32** **Título del trabajo:** Plan de marketing para Masiv, startup de tecnología y comunicaciones en Colombia
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Ingrid Andrea Alzate Franco
Calificación obtenida: 9,8
Fecha de defensa: 19/11/2021
- 33** **Título del trabajo:** Plan de empresa de TRIsy, sistema de digitalización del proceso de triaje en el servicio de urgencias hospitalarias en España.
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Magdalena Bravo Ladero
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 28/10/2021



- 34** **Título del trabajo:** Estudio del perfil de Instagram de La Roja en Colombia como canal consolidador de mensajes de construcción de paz
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Jessika Esperanza Camargo Salazar
Calificación obtenida: 9,5
Fecha de defensa: 22/10/2021
- 35** **Título del trabajo:** Plan de Marketing 2021 de IMBEE, empresa dedicada a la tecnología y servicios de chatbots
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Angela Ortiz Fernández
Calificación obtenida: 9,7
Fecha de defensa: 20/10/2021
- 36** **Título del trabajo:** Plan de Marketing para la mejora del eCommerce del Centro de Estética
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Lourdes Penalva Cutillas
Calificación obtenida: 9,0
Fecha de defensa: 15/10/2021
- 37** **Título del trabajo:** Plan de marketing digital eKonsilio, agencia francesa de marketing especializada en el sector del automóvil, para su implantación en España
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Javier Bernal Tolosa
Calificación obtenida: 9,5
Fecha de defensa: 14/10/2021
- 38** **Título del trabajo:** Plan de negocio Gestión AGP, empresa dedicada a la externalización de labores administrativas
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Grado
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Andrés García Peñalver
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 01/10/2021
- 39** **Título del trabajo:** Propuesta estratégica para una adhesión práctica a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de Naciones Unidas
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Grado
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Andrés Hernando Chaves Muñoz
Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 01/10/2021



- 40** **Título del trabajo:** Plan de Marketing Ohana, Studio de Yoga
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: María del Mar Domínguez Suárez
Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 29/09/2021
- 41** **Título del trabajo:** Plan de Marketing digital, empresa de exportación de productos de construcción Dartex, Valencia (España)
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Azzamina Mansour Hamdan
Calificación obtenida: 6,0
Fecha de defensa: 28/09/2021
- 42** **Título del trabajo:** La importancia de la enseñanza de la Bioética en la formación de profesionales de la salud de Ecuador
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Emilio Abadid Espinoza Cárdenas
Calificación obtenida: 6,8
Fecha de defensa: 17/09/2021
- 43** **Título del trabajo:** Análisis científico y ético del Ensayo Clínico con Hidroxicloroquina de la Plataforma RECOVERY
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Tomader Amrani Raissouni
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 15/09/2021
- 44** **Título del trabajo:** La bioética en la producción investigativa de la zona centro del Ecuador, un tema poco explorado
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Verónica Carlina Delgado López
Calificación obtenida: 7,7
Fecha de defensa: 15/09/2021
- 45** **Título del trabajo:** Plan de Marketing 2021: La nueva calidad de DIA, en el lineal o en tu casa
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Mónica Quintano Gutierrez
Calificación obtenida: 9,10
Fecha de defensa: 19/07/2021
- 46** **Título del trabajo:** Plan de Marketing de DEMOSMART, empresa dedicada a la venta del servicio de Internet en Ecuador
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La **Tipo de entidad:** Universidad Rioja



Alumno/a: Mayra Andrea Salazar Acosta

Calificación obtenida: 6,0

Fecha de defensa: 28/06/2021

47 Título del trabajo: Plan de investigación para la implementación de una unidad educativa virtual especializada en educación básica superior en el Cantón Otavalo (Ecuador)

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universidad Internacional de La **Tipo de entidad:** Universidad Rioja

Alumno/a: Karla Estefania Tapia Hermosa

Calificación obtenida: 9,0

Fecha de defensa: 28/06/2021

48 Título del trabajo: Plan de marketing para el aumento de cuota de mercado atún Delfin

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universidad Internacional de La **Tipo de entidad:** Universidad Rioja

Alumno/a: Jorge Antonio Rendón González

Calificación obtenida: 6,50

Fecha de defensa: 28/06/2021

49 Título del trabajo: Propuesta de un Plan de Marketing Digital para las MyPYMES del sector co-mercial de Santo Domingo de los Tsáchilas post pandemia, 2021

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universidad Internacional de La **Tipo de entidad:** Universidad Rioja

Alumno/a: Diego Sebastián Camacho Echeverría

Calificación obtenida: 7,0

Fecha de defensa: 20/05/2021

50 Título del trabajo: Análisis del comercio electrónico y las redes sociales como herramientas de ventas empresariales: Caso Ecuador

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universidad Internacional de La **Tipo de entidad:** Universidad Rioja

Alumno/a: David Armando Calderón Peña

Calificación obtenida: 6,50

Fecha de defensa: 19/05/2021

51 Título del trabajo: Plan de Marketing para mejorar el posicionamiento de marca en CHEVROLET CENTRALCAR en la ciudad de Ambato, Ecuador

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universidad Internacional de La **Tipo de entidad:** Universidad Rioja

Alumno/a: Valeria Natalia Erazo Gavilanes

Calificación obtenida: 7,50

Fecha de defensa: 19/05/2021

52 Título del trabajo: Plan de Marketing para microemprendimientos del programa Be Just como marketplace con enfoque de inclusión social – Ecuador

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Tipo de entidad: Universidad



Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja

Alumno/a: María Paula Ortega Puente

Calificación obtenida: 8,0

Fecha de defensa: 19/05/2021

53 Título del trabajo: Plan de marketing digital para la Escuela de Pintura Clásica en Quito Ecuador

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja

Alumno/a: Julieta Proaño Alomoto

Calificación obtenida: 8,0

Fecha de defensa: 19/05/2021

54 Título del trabajo: Análisis exploratorio sobre la incidencia del Covid-19 en el e-commerce en Colombia

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja

Alumno/a: Diana Lucía Sotelo Rubio

Calificación obtenida: 7,10

Fecha de defensa: 18/05/2021

55 Título del trabajo: El liderazgo de las mujeres en la crisis de la COVID-19: un estudio cualitativo en el marketplace eBay

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja

Alumno/a: Lourdes Barrios García

Calificación obtenida: 8,50

Fecha de defensa: 18/05/2021

56 Título del trabajo: Plan de Marketing de Siemens S.A, empresa de servicios tecnológicos biomédicos en Ecuador

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Alumno/a: Wellington Isaac Maliza Cruz

Calificación obtenida: 7,0

Fecha de defensa: 29/04/2021

57 Título del trabajo: Plan de marketing de Tena y Asociados, empresa de servicios de biotecnología

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana

Alumno/a: Manuel Fernando Tena Polanco

Calificación obtenida: 9,0

Fecha de defensa: 29/04/2021

58 Título del trabajo: Análisis estratégico de la promoción de ventas dirigida al consumidor digital en Ecuador

Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja

Alumno/a: Fany Aracely Paredes Vera

Calificación obtenida: 5,0



Fecha de defensa: 22/04/2021

- 59 Título del trabajo:** Uso de nuevas técnicas de comunicación comercial en la estrategia de ventas
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: María Elisa Romero Recalde
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 22/04/2021
- 60 Título del trabajo:** Análisis del Comercio Electrónico y las Redes Sociales como Herramientas de Venta en las Empresas Colombianas
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Yizeth Maritza Jaimes Baez
Calificación obtenida: 5,4
Fecha de defensa: 21/04/2021
- 61 Título del trabajo:** El impacto del comercio electrónico como herramienta clave para incrementar la captación de nuevos clientes en las empresas de fondos de inversión en Ecuador
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Rebeca Belén Llerena Changoluisa
Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 21/04/2021
- 62 Título del trabajo:** La Influencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los procesos de venta en la Micro y Pequeña empresa de la Industria Textil y de Cuero de Lima, Perú
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Miguel Velarde Vilchez
Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 20/04/2021
- 63 Título del trabajo:** Plan de marketing African Clínica Veterinaria
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Francisco José Sánchez Martínez
Calificación obtenida: 9
Fecha de defensa: 20/04/2021
- 64 Título del trabajo:** Plan de implementación de un Customer Relationship Management (CRM) para potenciar el Multi Level Marketing (MLM) en Ecuador
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: Flor del Carmen Andrade Véliz
Calificación obtenida: 7,7



Fecha de defensa: 19/04/2021

- 65 Título del trabajo:** Plan de Marketing Digital aplicado a la Microempresa Quesos & Más, para el posicionamiento de Marca 2021-2025
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Jonathan Paul Valdevieso Guamán
Calificación obtenida: 9,5
Fecha de defensa: 15/04/2021
- 66 Título del trabajo:** Plan de marketing de Lina S.A.S., empresa fabricante y distribuidora de esencias comestibles en Barranquilla (Colombia)
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Stephany Borrero Morales
Calificación obtenida: 8,3
Fecha de defensa: 14/04/2021
- 67 Título del trabajo:** Plan de empresa de Biolanature, empresa dedicada a la elaboración de biol (abono orgánico)
Tipo de proyecto: Trabajo Fin de Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Byron Daniel León Panta
Calificación obtenida: 6,0
Fecha de defensa: 29/03/2021
- 68 Título del trabajo:** Plan de Marketing de Exalta, empresa productora de sal
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Kamila Sofía Castellanos Trepp
Calificación obtenida: 9,2
Fecha de defensa: 11/03/2021
- 69 Título del trabajo:** Plan de investigación de la categoría Abarrotes de Corporación Fernández en Ecuador
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Joselin Gricelda Robles Delgado
Calificación obtenida: 8,2
Fecha de defensa: 11/03/2021
- 70 Título del trabajo:** Plan de creación de Geovila, empresa de ingeniería especializada en Geotécnia en Via-Real (Castellón-España)
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Enrique Cabrera Ferrer
Calificación obtenida: 9,4
Fecha de defensa: 04/03/2021
- 71 Título del trabajo:** Plan de Marketing de CK&E, empresa de casinos, catering y eventos de Santa Marta (Colombia)
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universidad Internacional de La **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Alumno/a: José Jefferson Navarro Fuentes



Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 10/02/2021

- 72 Título del trabajo:** Análisis económico-financiero de Hortofrutícola Costa de Almería, S.L.
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: María del Mar Cara Fernández
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 08/02/2021
- 73 Título del trabajo:** Solución Estratégica de Marketing Digital Orientada al Sector Microempresarial de Servicios Profesionales en la Ciudad de Quito, Ecuador
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Leonardo Mauricio Zanella Martínez
Calificación obtenida: 7,8
Fecha de defensa: 08/02/2021
- 74 Título del trabajo:** Plan de Marketing lanzamiento Traintop, nueva marca de ULA Formación
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Francisco Rodriguez Granados
Calificación obtenida: 8,8
Fecha de defensa: 28/01/2021
- 75 Título del trabajo:** Plan de Marketing para el lanzamiento de la tarjeta de crédito "CMR Visa Signature" del Banco Falabella en Perú
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: José Luis Pérez Pérez
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 22/09/2020
- 76 Título del trabajo:** Creación de un negocio online: Dropshipping
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Grado
Entidad de realización: Universidad Europea de Valencia
Tipo de entidad: Universidad
Alumno/a: Juan Antonio Valls Ochoa
Calificación obtenida: 9,0
Fecha de defensa: 17/07/2020
- 77 Título del trabajo:** Plan de marketing Asiana Travel: Agencia de viajes innovadora
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Patricia Ballester Bueno
Calificación obtenida: 9,5
Fecha de defensa: 12/03/2020
- 78 Título del trabajo:** Plan de marketing de IES Virgen de Vico de Arnero (La Rioja)
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana



Alumno/a: Alberto Mazo Tomás
Calificación obtenida: 9,5
Fecha de defensa: 23/01/2020

- 79 Título del trabajo:** Plan de marketing para la empresa Capacitación in Company
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Lorena Salomé Rodríguez Losano
Calificación obtenida: 6,0
Fecha de defensa: 22/01/2020
- 80 Título del trabajo:** Plan de creación de una empresa de asistencia integral de personas dependientes y de la tercera edad
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Iván Melón Guerra
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 08/10/2019
- 81 Título del trabajo:** Plan de marketing para el posicionamiento de un canal de atención al cliente del grupo ENEL en Colombia
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Sergio Enrique García Acosta
Calificación obtenida: 7,5
Fecha de defensa: 08/10/2019
- 82 Título del trabajo:** Plan de Marketing Humalib, laboratorio clínico especializado en montería, Colombia
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Liliam Berajano Vega
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 07/10/2019
- 83 Título del trabajo:** Plan de Marketing Empresa C&M Carga Expressa Colombia
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Diana Azuzena Rodríguez Infante
Calificación obtenida: 6,5
Fecha de defensa: 03/10/2019
- 84 Título del trabajo:** Plan de Empresa Brandingburgo, Consultora de Branding
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Alberto Ferrer Martínez
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 17/09/2019
- 85 Título del trabajo:** Plan de Negocio "QuéLeRegalo", aplicación para el consumidor 2.0
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana



Alumno/a: Natalia Soledad Díaz Díaz
Calificación obtenida: 8,1
Fecha de defensa: 17/09/2019

- 86 Título del trabajo:** Plan de Marketing APP "Tu Carga"
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Marisol Rojas Gómez
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 25/07/2019
- 87 Título del trabajo:** Desarrollo de una estrategia de marketing aplicada a una empresa de tecnología en Colombia
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Ana María Robayo Trivino
Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 23/07/2019
- 88 Título del trabajo:** Comercialización de un nuevo servicio: Cuevas de Ellora
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Raul Vivas Del Monte
Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 18/07/2019
- 89 Título del trabajo:** Trabajo de Investigación sobre Marketing en el Sector Aeroportuario
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Marta González Castro
Calificación obtenida: 8,4
Fecha de defensa: 19/02/2019
- 90 Título del trabajo:** Plan E-Commerce aplicado a la empresa Román y Martos
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: María Oliva García Ruiz
Calificación obtenida: 10
Fecha de defensa: 18/02/2019
- 91 Título del trabajo:** Plan de Marketing Juegos Electrónicos el Sur S.A.S Peterland - Colombia
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Nilce Verónica Villegas Lozano
Calificación obtenida: 10
Fecha de defensa: 15/02/2019
- 92 Título del trabajo:** Plan de Marketing MQMORA - Hand Crafted Jewelry
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: María Camila Mora Domínguez
Calificación obtenida: 10



Fecha de defensa: 12/02/2019

- 93 Título del trabajo:** Plan de Marketing La Huerta en Casa
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Marina Soledad Iantorno
Calificación obtenida: 9,0
Fecha de defensa: 21/01/2019
- 94 Título del trabajo:** Plan de Marketing Seguro Familiar Codensa
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Juan Andrés Rubio Ocampo
Calificación obtenida: 8,5
Fecha de defensa: 04/10/2018
- 95 Título del trabajo:** Plan de Marketing Benito Araujo, cerámica y baños
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Ana María Araujo Morillo
Calificación obtenida: 7,5
Fecha de defensa: 02/07/2018
- 96 Título del trabajo:** Plan de Compras Pricemart Colombia SAS
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Master
Entidad de realización: Universitat Internacional Valenciana
Alumno/a: Jaddy González Trujillo
Calificación obtenida: 7,0
Fecha de defensa: 11/04/2018
- 97 Título del trabajo:** Plan de Marketing Petrel 92, tacones para mujer
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Grado
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Paula Poveda Beltrán
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 22/06/2016
- 98 Título del trabajo:** Plan de Marketing La Camelia, sushi bio-vegetal
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Grado
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ángela Sebastián Nebot
Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 15/06/2016
- 99 Título del trabajo:** Plan de Marketing Complejo EcoRural Carrícola
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Grado
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Iván Terrer Montolio



Calificación obtenida: 8,0
Fecha de defensa: 09/06/2014

- 100 Título del trabajo:** Plan de Marketing Miver, máquina para calzado
Tipo de proyecto: Trabajo Fin Grado
Entidad de realización: ESIC Business&Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Rosana Sogorb Barceló
Calificación obtenida: 9,0
Fecha de defensa: 06/06/2013

Cursos y seminarios impartidos

- 1 Tipo de evento:** Seminario
Nombre del evento: Marca personal: construye tu identidad profesional
Entidad organizadora: Grupo Sorolla Educación **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial
Horas impartidas: 6
Fecha de impartición: 2023
- 2 Tipo de evento:** Seminario
Nombre del evento: Brand Equity
Entidad organizadora: ADEIT Fundación Empresa **Tipo de entidad:** Universidad
Horas impartidas: 5
Fecha de impartición: 2019
- 3 Tipo de evento:** Seminario
Nombre del evento: Marketing y Gestión Comercial
Entidad organizadora: IMF Business School **Tipo de entidad:** Universidad
Horas impartidas: 6
Fecha de impartición: 2018
- 4 Tipo de evento:** Congreso
Nombre del evento: Branding y Marca Personal
Entidad organizadora: Unió d'Estudiants Valencians **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones
Horas impartidas: 2
Fecha de impartición: 2014
- 5 Tipo de evento:** Seminario
Nombre del evento: Fundamentos de Marketing
Entidad organizadora: INEDE Business School **Tipo de entidad:** Universidad
Horas impartidas: 2
Fecha de impartición: 2014
- 6 Tipo de evento:** Seminario
Nombre del evento: Taller de Creación de Blogs Educativos
Entidad organizadora: Colegio Argos **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones
Horas impartidas: 8
Fecha de impartición: 2010



- 7** **Tipo de evento:** Seminario
Nombre del evento: El know-how de las RRSS en Educación
Entidad organizadora: Grupo Sorolla Educación **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial
Horas impartidas: 6
Fecha de impartición: 2009

Material y otras publicaciones docentes o de carácter pedagógico

- 1** Dirección de Marketing y Gestión Comercial, (España): Universidad Internacional de Valencia. 2022.
Nombre del material: Documento Multimedia de Asignatura
Perfil de destinatarios/as: Estudiantes de Master
Tipo de soporte: Documento multimedia
Explicación narrativa: Material para el Master en Administración y Dirección de Empresas (MBA) Documento Multimedia de 133 páginas No tiene ISBN.
Autor de correspondencia: Sí
- 2** Canales de Venta y Key Account Management, pp. 1 - 153. (España): Universidad Internacional de Valencia. 2018. Disponible en Internet en: <<https://www.universidadviu.com/es/master-universitario-direccion-marketing-gestion-comercial>>.
Nombre del material: Manual de Asignatura
Perfil de destinatarios/as: Estudiantes de Master
Tipo de soporte: Manual
Explicación narrativa: Manual para el Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.
Autor de correspondencia: Sí
- 3** David De Matías Batalla; Javier Casanoves Boix. Marketing Estratégico: Análisis y Formulación, pp. 1 - 166. (España): Universidad Internacional de Valencia. 2021.
Nombre del material: Manual de Asignatura
Perfil de destinatarios/as: Estudiantes de Master
Tipo de soporte: Manual
Explicación narrativa: Manual de asignatura para el Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. No tiene ISBN.
Autor de correspondencia: No
- 4** Canales de Venta y Key Account Management, pp. 1 - 153. (España): Universidad Internacional de Valencia. 2018.
Nombre del material: Videos de Asignatura
Perfil de destinatarios/as: Estudiantes de Master
Tipo de soporte: Videos docentes
Explicación narrativa: Material para el Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. 2 videos docentes, con un total de 01:02:55 No tiene ISBN.
Autor de correspondencia: Sí
- 5** Canales de Venta y Key Account Management, pp. 1 - 153. (España): Universidad Internacional de Valencia. 2018.
Nombre del material: Videos de Asignatura
Perfil de destinatarios/as: Estudiantes de Master
Tipo de soporte: Videos docentes
Explicación narrativa: Material para el Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. 2 videos docentes, con un total de 01:02:55 No tiene ISBN.
Autor de correspondencia: Sí



Otras actividades/méritos no incluidos en la relación anterior

- 1 Descripción de la actividad:** Miembro Tribunal en 287 Defensas Trabajo Fin de Master (Grado y Postgrado)
Fecha de finalización: 2026
- 2 Descripción de la actividad:** Estancia Erasmus+ PDI
Ciudad de realización: Cork, Irlanda
Entidad organizadora: Munster Technological University
Tipo de entidad: Universidad
Fecha de finalización: 2022
- 3 Descripción de la actividad:** Verificador de Titulación: Grado Universitario en Marketing
Entidad organizadora: Universitat Internacional Valenciana
Fecha de finalización: 2019

Experiencia científica y tecnológica

Grupos/equipos de investigación, desarrollo o innovación

- 1 Nombre del grupo:** Metodologías activas para el aprendizaje en Marketing (MarkAct)
Objeto del grupo: Grupo de investigación sobre metodologías activas para el aprendizaje en Marketing
Nombre del investigador/a principal (IP): Cristina Aragonés Jericó
Nº de componentes grupo: 8
Código normalizado: Marketing - Comercialización
Clase de colaboración: Coautoría de proyectos y de su desarrollo
Entidad de afiliación: Universitat de València
Tipo de entidad: Universidad
Fecha de inicio: 02/02/2026
- 2 Nombre del grupo:** Marketing aplicado al comportamiento del consumidor (MarkAp)
Objeto del grupo: Grupo de investigación sobre Marketing aplicado al comportamiento del consumidor
Nombre del investigador/a principal (IP): Inés Küster Boluda
Nº de componentes grupo: 10
Código normalizado: Marketing - Comercialización
Clase de colaboración: Coautoría de proyectos y de su desarrollo
Entidad de afiliación: Universitat de València
Tipo de entidad: Universidad
Explicación narrativa: Referencia del grupo: GIUV2018-436 Descripción de la actividad investigadora: El Grupo de I+D MarkAp-UV coordinado por la investigadora Prof. Dra. Inés Kuster Boluda, está formado por un equipo de investigadores pertenecientes al área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València. Su principal objetivo es la investigación en diversos sectores relacionados con el Marketing y la implantación y desarrollo de metodologías novedosas en escenarios reales empresariales. Objetivos científicotécnicos: El grupo realiza investigaciones de marketing encaminadas tanto al ámbito académico como al ámbito empresarial Líneas de investigación: (1) Comportamiento del consumidor. Análisis de las diferentes etapas del proceso de compra del cliente final, con especial incidencia en la modelización de la decisión de compra y las variables internas y/o externas que influyen sobre dicha decisión; (2) Marketing estratégico. Investigación en el ámbito de diversas estrategias de marketing, de orientación al mercado y en marketing de relaciones, estrategias offline y online; (3) Marketing y nuevas tecnologías. Uso de nuevas tecnologías en el ámbito del marketing (Internet, redes sociales, telefonía móvil, TV interactiva, etc.); y (4) Investigación de marketing en campos específicos. Investigación de mercados, cualitativa



y cuantitativa, para dar respuesta a diversas problemáticas en diferentes campos de actuación (turismo, servicios, etc.).

Fecha de inicio: 14/01/2026

3 Nombre del grupo: Cátedra "Marca España y Deporte"

Objeto del grupo: Equipo de investigación sobre marca España y deporte

Código normalizado: Marketing - Comercialización

Clase de colaboración: Coautoría de proyectos y de su desarrollo

Entidad de afiliación: MESIAS - Inteligencia de Marca España

Tipo de entidad: Agencia Estatal

Fecha de inicio: 10/11/2021

4 Nombre del grupo: Posicionamiento y Marca (POMA)

Objeto del grupo: Grupo de investigación sobre posicionamiento y marca

Nombre del investigador/a principal (IP): Natalia Vila López **Nº de componentes grupo:** 9

Código normalizado: Marketing - Comercialización

Clase de colaboración: Coautoría de proyectos y de su desarrollo

Entidad de afiliación: Universitat de València

Tipo de entidad: Universidad

Explicación narrativa: Referència del grup: GIUV2018-437 Descripció de l'activitat investigadora: Tant l'auge de la competència entre empreses a causa de la globalització dels mercats, com la major informació de què disposa el consumidor hui dia gràcies a l'auge de les noves tecnologies, comporten la necessitat apostar per dotar de valor afegit a l'oferta comercial. Ara bé, si aquest valor afegit no es diferencia amb una marca ben posicionada, la seua potència quedar afeblida, sent el resultat final la derrota. El que no es coneix, no existeix; i el que no existeix, no es consumeix. UNA ALTRA INFORMACIÓ D'INTERÉS: El grup d'investigació s'ha nodrit de fons obtinguts en concurs públic (Conselleria d'Empresa, Universitat i Ciència de la Generalitat Valenciana i Ministeri d'Economia i Competitivitat.), investigant com afegir valor i construir marca utilitzant eines com ara les noves tecnologies, l'embalatge/envase del producte o la figura del venedor/comercial. El grup pública tots els anys en revistes científiques d'impacte i assisteix amb regularitat a congressos nacionals i internacionals per a compartir les seues troballes. Objectius científicotècnics: Contribuir a crear valor añadido a través de la marca y el posicionamiento del producto/empresa Línies d'investigació: (1) Posicionament de marca. Anàlisi de la competència, segmentació del mercat, disseny d'estratègia de posicionament, creació de mapes perceptius de competidors sobre la base del seu posicionament, disseny de marca sobre la base d'identitat visual (forma) i missatge (contingut); (2) Envase i marca. Anàlisi de posicionament en punt de venda de productes tangibles a través de l'envàs per a estimular consum. Elements clau en un envàs: elements visuals i informatius (color, forma, etiqueta, imatges etc.); (3) Extensions i transferència de marca. Anàlisi d'estratègies d'extensió una marca consolidada, creació de marques paraigües entre diversos competidors, transferència de valor i imatge de marca a través de diverses eines de comunicació. Registre de marca i altres aspectes legals; y (4) Força de vendes i marca. Anàlisi del paper dels recursos humans en el posicionament de marca.

Fecha de inicio: 01/09/2020

5 Nombre del grupo: Marketing Aplicado al Sector Educativo (MASE)

Objeto del grupo: Grupo de investigación sobre Marketing aplicado al sector educativo

Código normalizado: Marketing - Comercialización

Clase de colaboración: Coautoría de proyectos y de su desarrollo

Entidad de afiliación: Universitat Internacional Valenciana

Fecha de inicio: 17/12/2019

Duración: 3 años - 4 meses - 29 días

Actividad científica o tecnológica

Proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de Administraciones o entidades públicas y privadas

Nombre del proyecto: El deporte en la construcción de marca país: el turista y el residente (SportBrand)

Entidad de realización: Conselleria d'Innovació, Universitats, Ciència i Societat Digital de Valencia (CIAICO/2021/062) **Tipo de entidad:** Agencia Estatal

Ciudad entidad realización: Valencia, Comunitat Valenciana, España

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Natalia Vila López; Inés Küster Boluda

Nº de investigadores/as: 8

Fecha de inicio-fin: 01/01/2021 - 31/12/2024 **Duración:** 3 años

Cuantía total: 46.700 €

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

1 Nombre del proyecto: Branding in higher education: a comparative study between private and public spanish-speaking universities

Grado de contribución: Investigador/a

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Ana María Cano Lanza

Nº de investigadores/as: 3

Entidad/es financiadora/s:

Universidad de Lima

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad financiadora: Lima, Perú

Fecha de inicio: 01/04/2024

Duración: 1 año

Cuantía total: 7.653 €

2 Nombre del proyecto: Ficción versus realidad, medición de la imagen turística y el discurso a partir de la generación de contenido de los influencers digitales

Entidad de realización: Universidad de Guanajuato

Grado de contribución: Investigador/a

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad realización: México

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Mónica Pérez Sánchez

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

Universidad de Guanajuato

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad financiadora: Guanajuato, México

Fecha de inicio: 01/01/2024

Duración: 1 año

Cuantía total: 50.412 €

3 Nombre del proyecto: Determinantes del valor capital de marca de organizaciones de educación superior desde la perspectiva de los estudiantes universitarios

Grado de contribución: Investigador/a

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Ana María Cano Lanza



Nº de investigadores/as: 3

Entidad/es financiadora/s:

Universidad de Lima

Ciudad entidad financiadora: Lima, Perú

Fecha de inicio: 01/04/2023

Cuantía total: 7.653 €

Tipo de entidad: Universidad

Duración: 1 año

4 Nombre del proyecto: La confianza y las emociones en la experiencia de relación entre internautas y los robos influencers, construyendo comunicación efectiva para promover el turismo sostenible en Guanajuato

Entidad de realización: Universidad de Guanajuato

Grado de contribución: Investigador/a

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad realización: México

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Mónica Pérez Sánchez

Nº de investigadores/as: 5

Entidad/es financiadora/s:

Universidad de Guanajuato

Ciudad entidad financiadora: Guanajuato, México

Fecha de inicio: 01/01/2023

Cuantía total: 84.021 €

Tipo de entidad: Universidad

Duración: 1 año

Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

1 Índice H: 4

Fecha de aplicación: 11/02/2026

Fuente de Índice H: WOS

2 Índice H: 9

Fecha de aplicación: 11/02/2026

Fuente de Índice H: GOOGLE SCHOLAR

3 Índice H: 3

Fecha de aplicación: 11/02/2026

Fuente de Índice H: SCOPUS

4 Índice H: 4

Fecha de aplicación: 11/02/2026

Fuente de Índice H: DIALNET

5 Índice H: 8

Fecha de aplicación: 11/02/2026

Fuente de Índice H: RESEARCH GATE

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1** Javier Casanoves Boix. Is it possible to build university brand with the 140 characters in a Tweet?. Libro "Propuestas Multidisciplinares de Innovación e Intervención Educativa". pp. 163 - 172. Universidad Internacional de Valencia, 2018. Disponible en Internet en: <<https://www.universidadviu.es/modelo-de-investigacion/>>. ISBN 978-84-09-07242-2

Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1
Fuente de impacto: No SPI
Publicación relevante: Sí

Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Autor de correspondencia: Sí
- 2** Javier Casanoves Boix. Fundamentos de Branding: claves construir marca poderosa. pp. 1 - 240. Barcelona, Cataluña(España): Profit Editorial, 2017. Disponible en Internet en: <<https://www.profiteditorial.com/libro/fundamentos-de-branding/>>. ISBN 978-84-16904-60-0

Depósito legal: B 24170-2017
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1
Resultados relevantes: El libro se ha traducido a inglés, y se ha publicacado con un nuevo ISBN en 2019. Detalles: Título: Fundamentals of Branding: the keys to building a powerful brand Editorial: Profit Editorial Versión: eBook ISBN: 978-84-17942-18-2 Link web: <https://www.profiteditorial.com/libro/fundamentals-of-branding>
Publicación relevante: Sí

Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
Autor de correspondencia: Sí
- 3** Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Betzabeth Dafne Morales. Human-like virtual influencers: human perceptions and attitudes towards an emerging phenomenon. 9, pp. 1 - 19. European Public & Social Innovation Review, 2024. Disponible en Internet en: <<https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/657>>. ISSN 2529-9824

Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 2

Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: Q3

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: No
- 4** Santiago Canchilla; Carlos Meneses Erazo; Javier Casanoves Boix; Pascual Cortés Pellicer; Fernando Castelló Sirvent. Natural Language Processing: An overview on current models and applied practices. 21 - 3, pp. 1097 - 1145. Computer Science and Information Systems, 2024. Disponible en Internet en: <<https://doiserbia.nb.rs/Article.aspx?ID=1820-02142400031C>>. ISSN 1820-0214

Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 3

Nº total de autores: 5
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: Q3

Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: No

- 5** Inés Küster Boluda; Natalia Vila López; Elisabet Mora Pérez; Javier Casanoves Boix. Social media impact on international sports events related to the brand Spain: a comparison between inner versus outside events. 34 - 2, pp. 121 - 132. European Journal of Management & Business Economics, 2024. Disponible en Internet en: <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJMBE-06-2023-0171/full/html>>. ISSN 2444-8451
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 4
Nº total de autores: 4
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: Q2
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: No
- 6** Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Agustín Ruiz Lanuza. The tourist's perception of the management of Guanajuato cultural heritage destination. 7 - 1, pp. 295 - 309. Journal of Tourism and Heritage Research, 2024. Disponible en Internet en: <<http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/558>>. ISSN 2659-3580
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: Latindex
Índice de impacto: Q2
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: No
- 7** Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Agustín Ruiz Lanuza. Inbound Marketing in the repositioning of the cultural identity of heritage cities. 5 - 4, pp. 100 - 115. (España): Journal of Tourism and Heritage Research, 2023. Disponible en Internet en: <<http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/496>>. ISSN 2659-3580
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: Latindex
Índice de impacto: Q2
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: No
- 8** Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Ana Cruz García. The digital promotion of sustainable consumption in the G2C relationship: Urgent policy for the future. 5 - 4, pp. 1 - 10. International Visual Culture Review, 2023. Disponible en Internet en: <<https://journals.eagora.org/revVISUAL/article/view/4565>>. ISSN 2695-9631
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
Índice de impacto: Q2
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: No
- 9** Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez; Cristina López López. The importance of the brand image in the maximization of educational tourism for private vocational training students in Spain. 5 - 4, pp. 233 - 248. Journal of Tourism and Heritage Research, 2023. Disponible en Internet en: <<http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/479>>. ISSN 2659-3580
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: Latindex
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: Sí

**Índice de impacto: Q2**

- 10** Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez. Digital brand identity applied to the tourism industry: Vueling Airlines case study. 5 - 3, pp. 120 - 140. Journal of Tourism and Heritage Research, 2022.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Nº total de autores: 2 **Autor de correspondencia:** Sí
- 11** Rafael Guerrero Rodríguez; Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez. Promotion of a heritage city based on the tourist's storytelling on Instagram. 5 - 4, pp. 11 - 29. Journal of Tourism and Heritage Research, 2022.
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
- 12** Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez. Digital marketing management applied to the tourism industry: Vueling Airlines case study. 4 - 2, pp. 9 - 30. Journal of Tourism and Heritage Research, 2021. Disponible en Internet en: <<http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/264>>. ISSN 2659-3580
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Autor de correspondencia: Sí
Fuente de impacto: Latindex
- 13** Javier Casanoves Boix; Inés Küster Boluda; Natalia Vila López. Educational branding in private Spanish universities: Building brands that the public fall in love with. 3 - 2, pp. 145 - 163. Journal of Management and Business Education (JMBE), 2020. Disponible en Internet en: <https://www.nitoku.com/@journal.mbe/jmbe.2020.0010_branding>. ISSN 2444-8834
DOI: <https://doi.org/10.35564/jmbe.2020.0010>
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1 **Autor de correspondencia:** Sí
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: Latindex
- 14** Javier Casanoves Boix; Pablo Pinazo Dallenbach; José Ricardo Flores Pérez. The perception of educational brand capital in the Spanish context: a proposal for measurement with internal stakeholders. 9 - 1, pp. 40 - 52. Harvard Deusto Business Research, 2020. Disponible en Internet en: <<http://www.hdbresearch.com/index.php/hdbr/article/view/265>>. ISSN 2254-6235
DOI: <https://doi.org/10.3926/hdbr.265>
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1 **Autor de correspondencia:** Sí
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: Latindex
- 15** Javier Casanoves Boix. Web management applied to the tourism industry: Vueling Airlines case study. 3 - 1, pp. 506 - 524. Journal of Tourism and Heritage Research, 2020. Disponible en Internet en: <<http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/144>>. ISSN 2659-3580
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1 **Autor de correspondencia:** Sí
Nº total de autores: 1
Fuente de impacto: Latindex



- 16** Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez. Perceived quality as a key to building educational brand through university lecturers. 16 - 1, pp. 60 - 79. UCJC Business & Society Review, 2019. Disponible en Internet en: <<https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/3479>>. ISSN 2659-3270
DOI: <http://dx.doi.org/10.3232/UBR.2019.V16.N1.03>
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3 **Autor de correspondencia:** Sí
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Marketing
Índice de impacto: Q3
- 17** Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez. ¿Por qué las instituciones de educación superior deben apostar por la marca?. 37 - 1, pp. 111 - 127. Revista de Investigación Educativa (RIE), 2019. Disponible en Internet en: <<https://revistas.um.es/rie/article/view/291191>>. ISSN 0212-4068
DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/rie.37.1.291191>
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3 **Autor de correspondencia:** Sí
Fuente de impacto: SCOPUS (SJR) **Categoría:** Marketing
Índice de impacto: Q2
- 18** Javier Casanoves Boix; Inés Küster Boluda; Natalia Vila López. Aproximación teórica de los elementos del capital de marca: Características, medición e implicaciones estratégicas. 28 - 1, pp. 107 - 128. Cuadernos de Estudios Empresariales, 2018. Disponible en Internet en: <<https://comercioyturismo.ucm.es/data/cont/docs/31-2019-10-03-Vol.28.5.%202018.pdf>>. ISSN 1131-6985
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3 **Autor de correspondencia:** Sí
Fuente de impacto: Latindex
- 19** Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda. Evolution of marketing in higher education: Educational brand capital. 48 - 1, pp. 59 - 83. Esic Market Economics and Business Journal, 2017. Disponible en Internet en: <https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_esic_contenidos.php?id=489&lm=i>. ISSN 0212-1867
DOI: [10.7200/esicm.156.0481.2i](https://doi.org/10.7200/esicm.156.0481.2i)
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Nº total de autores: 2 **Autor de correspondencia:** Sí
Fuente de impacto: WOS (JCR)
- 20** Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez. La importancia de percibir notoriedad e imagen de marca entre el PAS de universidad. 27, pp. 65 - 86. Cuadernos de Estudios Empresariales, 2017. Disponible en Internet en: <<https://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/view/57371>>. ISSN 1131-6985
DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/CESE.57371>
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3 **Autor de correspondencia:** Sí
Fuente de impacto: Latindex

- 21** Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez. Student loyalty as a key variable to build university brand capital. 48 - 3, pp. 553 - 578. Esic Market Economics and Business Journal, 2017. Disponible en Internet en: <https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_esic_contenidos.php?id=516&lm=i>. ISSN 0212-1867
DOI: 10.7200/esicm.158.0483.3i
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: Sí
- 22** Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda. Digital management in tourism: E-business strategies applied to the air service.2 - 1, pp. 303 - 317. Int. Journal of Scientific Management and Tourism, 2016. Disponible en Internet en: <<http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/86/95>>. ISSN 2386-8570
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Fuente de impacto: Latindex
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: Sí
- 23** Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Omar Trejoluna Puent. Social interaction between human netizens and robot influencers. Libro "Persuasión neurocomunicativa. La ciencia del comportamiento nos observa". pp. 307 - 322. Peter Lang, 2024. Disponible en Internet en: <<https://www.peterlang.com/document/1568283>>. ISBN 978-3-631-91612-4
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 3
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Autor de correspondencia: No
- 24** Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez; Ana Cruz García. The construction of educational brand in the university context. Libro "Planteamientos educativos adaptados a las nuevas necesidades docentes". pp. 107 - 118. Peter Lang, 2024. Disponible en Internet en: <<https://www.peterlang.com/document/1568281>>. ISBN 978-3-631-91610-0
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Autor de correspondencia: Sí
- 25** Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix. The hegemonical discourses of virtual influencers and their effects on the emotions of netizens. Libro "Internet al servicio de la modernidad en red". pp. 285 - 299. Peter Lang, 2024. Disponible en Internet en: <<https://www.peterlang.com/document/1565249>>. ISBN 978-3-631-91598-1
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Autor de correspondencia: No
- 26** Javier Casanoves Boix; Jesús Escrivá Cámara; Cristina López López. Bullying, Cyberbullying y lealtad de marca en la construcción de lovemark educativa por parte de los estudiantes de Formación Profesional privada en España. Libro "Atención e intervención en colectivos de especial vulnerabilidad y otros retos". pp. 39 - 68. Tirant lo Blanch, 2023. Disponible en Internet en: <<https://editorial.tirant.com/es/ebook/atencion-e-intervencion-en-colectivos-de-especial-vulnerabilidad-y-otros-retos-laura-carrascosa-iranzo-9788411693202>>. ISBN 978-84-1169-320-2
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro



Nº total de autores: 3

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Autor de correspondencia: Sí

- 27** Cristina López López; Jesús Escrivá Cámara; Javier Casanoves Boix. Innovación docente en la enseñanza de métodos alternativos de resolución de conflictos: role playing y gamificación. Libro "Nuevas metodologías de enseñanza aprendizaje en mediación y gestión de conflictos". pp. 117 - 124. Tirant lo Blanch, 2023. Disponible en Internet en: <<https://editorial.tirant.com/es/libro/9788411476393>>. ISBN 978-84-11476-39-3

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Nº total de autores: 3

Autor de correspondencia: No

- 28** Javier Casanoves Boix. Análisis del macroentorno a través del Aprendizaje Basado en Proyectos enfocado a estudiantes de postgrado en Investigación de Mercados. Libro "Innovación Docente en Ciencias Sociales: Experiencias en el Aula". pp. 49 - 66. Universidad Internacional de Valencia, 2022. ISBN 978-84-19314-59-8

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Nº total de autores: 1

Autor de correspondencia: Sí

- 29** Javier Casanoves Boix. Análisis interno de una empresa a través del Aprendizaje Basado en Proyectos enfocado a estudiantes de postgrado en Investigación de Mercados. Libro "Innovación Docente en Ciencias Sociales: Experiencias en el Aula". pp. 34 - 48. Universidad Internacional de Valencia, 2022. ISBN 978-84-19314-59-8

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Nº total de autores: 1

Autor de correspondencia: Sí

- 30** Javier Casanoves Boix; Ana María Cruz García; Inés Küster Boluda. The perception of employees in the construction of university brand: Spanish context case study. Libro "Education Applications & Developments VII, Advances in Education and Education Trends Series". 4, pp. 299 - 310. In Science Press, 2022. ISBN 978-989-53614-4-1

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Nº total de autores: 3

Autor de correspondencia: Sí

- 31** Julia Martínez Candado; Javier Casanoves Boix; Cristina López López. Innovación Docente en Ciencias Sociales: Experiencias en el Aula. pp. 1 - 331. (España): Universidad Internacional de Valencia, 2022. ISBN 978-84-19314-59-8

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 2

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Nº total de autores: 3

Autor de correspondencia: Sí

Resultados relevantes: Coordinadores del libro

- 32** Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez. Brand management in higher education: an empirical study through the agents involved. pp. 1 - 304. Navarra, Navarra, Comunidad Foral de(España): Aranzadi (Thomson Reuters), 2019. Disponible en Internet en: <<https://www.thomsonreuters.es/es/tienda/duo-papel-ebook/Brand-management-in-higher-education-Duo/p/10013076>>. ISBN 978-84-1308-328-5

Depósito legal: NA 2956-2018

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo



Nº total de autores: 3

Autor de correspondencia: Sí

Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- Título del trabajo:** Introducción de las marcas de territorio en el aula a través del deporte: la marca España
Nombre del congreso: 2º Congreso Internacional de Metodología de Investigación en Ciencias Sociales
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Virtual Conference,
Fecha de celebración: 10/04/2024
Fecha de finalización: 12/04/2024
Entidad organizadora: University of Illinois **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Illinois, Estados Unidos de América
Elisabet Mora Pérez; Javier Casanoves Boix; Inés Küster Boluda; Natalia Vila López.
- Título del trabajo:** La transferencia del conocimiento y el pensamiento crítico en la era de la Inteligencia Artificial
Nombre del congreso: III Congreso Internacional de Pensamiento, Cultura y Sociedad (LOGOS24)
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Virtual Conference, España
Fecha de celebración: 20/03/2024
Fecha de finalización: 21/03/2024
Entidad organizadora: Universidad de Córdoba **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Córdoba, España
Mónica Pérez Sánchez; José María Barragán Maravilla; Javier Casanoves Boix.
- Título del trabajo:** Los agentes implicados en la Educación Superior pública española para construir loemarks
Nombre del congreso: III Congreso Internacional de Pensamiento, Cultura y Sociedad (LOGOS24)
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Virtual Conference, España
Fecha de celebración: 20/03/2024
Fecha de finalización: 21/03/2024
Entidad organizadora: Universidad de Córdoba **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Córdoba, España
Javier Casanoves Boix; Sonia García Lafuente; Mónica Pérez Sánchez; José Miguel Lorente Ayala.
- Título del trabajo:** ¿Qué percepción tienen los estudiantes en la construcción de marca universitaria de ámbito público? Caso de estudio de Irlanda
Nombre del congreso: III Congreso Internacional de Pensamiento, Cultura y Sociedad (LOGOS24)
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Virtual Conference, España
Fecha de celebración: 20/03/2024
Fecha de finalización: 21/03/2024
Entidad organizadora: Universidad de Córdoba **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Córdoba, España
Javier Casanoves Boix; Ana Cruz García; Sonia García Lafuente; Mónica Pérez Sánchez.



- 5** **Título del trabajo:** La gestión del destino del patrimonio cultural, una visión sostenible para Guanajuato
Nombre del congreso: X Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Córdoba, España
Fecha de celebración: 23/02/2024
Fecha de finalización: 24/02/2024
Entidad organizadora: Universidad Loyola de Andalucía **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Córdoba, España
Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Agustín Ruiz Lanuza.
- 6** **Título del trabajo:** Apropiación de la Inteligencia Artificial entre los jóvenes de la Generación Centennials Universitarios en Guanajuato: Un Estudio Exploratorio
Nombre del congreso: I Congreso Internacional Iberoamericano (CICALS24)
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Virtual Conference, España
Fecha de celebración: 15/02/2024
Fecha de finalización: 16/02/2024
Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; José María Barragán Maravilla.
- 7** **Título del trabajo:** ¿Difiere la percepción de valor de marca en universidades públicas y privadas? Caso de Estudio de México
Nombre del congreso: I Congreso Internacional Iberoamericano (CICALS24)
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Virtual Conference, España
Fecha de celebración: 15/02/2024
Fecha de finalización: 16/02/2024
Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Javier Casanoves Boix; Sonia García Lafuente; Mónica Pérez Sánchez.
- 8** **Título del trabajo:** ¿Es importante ganar preferencia para crear valor de marca universitaria? Caso de estudio de Perú
Nombre del congreso: I Congreso Internacional Iberoamericano (CICALS24)
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Virtual Conference, España
Fecha de celebración: 15/02/2024
Fecha de finalización: 16/02/2024
Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ana María Cano Lanza; Javier Casanoves Boix; Carlos Jaimes Velásquez.
- 9** **Título del trabajo:** Country Image "Spain" in International Sports Events
Nombre del congreso: International Marketing Trends Conference (IMTC24)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Venecia, Italia
Fecha de celebración: 18/01/2024



Fecha de finalización: 20/01/2024

Entidad organizadora: Università Ca' Foscari
Venezia

Tipo de entidad: Universidad

Inés Küster Boluda; Natalia Vila López; Elisabet Mora Pérez; Javier Casanoves Boix; Francisco Sarabia Sánchez.

10 Título del trabajo: Análisis externo de una empresa a través del Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) enfocado a estudiantes universitarios de postgrado en investigación de Mercados

Nombre del congreso: I Jornadas de Innovación Docente en la Educación Superior (JICS22)

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

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Valencia, España

Fecha de celebración: 05/10/2022

Fecha de finalización: 06/10/2022

Entidad organizadora: Universitat Internacional
Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras
Universitarias y Asimilados

Ciudad entidad organizadora: Valencia, España
Javier Casanoves Boix.

11 Título del trabajo: Análisis interno de una empresa a través del Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) enfocado a estudiantes universitarios de postgrado en investigación de Mercados

Nombre del congreso: I Jornadas de Innovación Docente en la Educación Superior (JICS22)

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

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Valencia, España

Fecha de celebración: 05/10/2022

Fecha de finalización: 06/10/2022

Entidad organizadora: Universitat Internacional
Valenciana

Tipo de entidad: Centros y Estructuras
Universitarias y Asimilados

Ciudad entidad organizadora: Valencia, España
Javier Casanoves Boix.

12 Título del trabajo: La promoción digital del consumo sostenible en la relación G2C: Política urgente por el futuro

Nombre del congreso: XII Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación, Innovación, Investigación y Docencia (CUICIID22)

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

Autor de correspondencia: No

Ciudad de celebración: Virtual Conference, España

Fecha de celebración: 05/10/2022

Fecha de finalización: 07/10/2022

Entidad organizadora: Universidad Complutense de Madrid

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Madrid, España

Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Ana Cruz García.

13 Título del trabajo: Branding digital aplicado al sector turístico: Caso Vueling Airlines

Nombre del congreso: VIII Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural

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

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Córdoba, España

Fecha de celebración: 17/02/2022



Fecha de finalización: 18/02/2022

Entidad organizadora: Universidad Loyola de Andalucía

Ciudad entidad organizadora: Córdoba, España

Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez.

- 14 Título del trabajo:** Promoción de la ciudad patrimonial a partir del Storytelling del turista en Instagram
Nombre del congreso: VIII Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Córdoba, España
Fecha de celebración: 17/02/2022
Fecha de finalización: 18/02/2022
Entidad organizadora: Universidad Loyola de Andalucía
Ciudad entidad organizadora: Córdoba, España
Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Rafael Guerrero Rodríguez.
- 15 Título del trabajo:** Estrategias de Marketing digital aplicadas al sector turístico en Covid-19: Caso Vueling Airlines
Nombre del congreso: Simposio Internacional "El turismo a través del arte, la cultura y el patrimonio, reflexiones en torno a las crisis actuales: adaptabilidad a los retos del presente"
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Guanajuato, México
Fecha de celebración: 28/09/2021
Fecha de finalización: 30/09/2021
Entidad organizadora: Universidad de Guanajuato **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Guanajuato, México
Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez.
- 16 Título del trabajo:** Brand management applied to the Irish Public Health System during Covid-19
Nombre del congreso: 20h International Congress on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM21)
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Online,
Fecha de celebración: 28/06/2021
Fecha de finalización: 29/06/2021
Entidad organizadora: Universidad de Alcalá **Tipo de entidad:** Universidad
Javier Casanoves Boix; Ana Cruz García; Maurice Murphy.
- 17 Título del trabajo:** Lovemarks applied to the Mexican private universities: the importance of the students opinions
Nombre del congreso: 20h International Congress on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM21)
Tipo evento: Congreso
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Online,
Fecha de celebración: 28/06/2021
Fecha de finalización: 29/06/2021
Entidad organizadora: Universidad de Alcalá **Tipo de entidad:** Universidad
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix; Ana Cruz García; Mónica Pérez Sánchez.



- 18 Título del trabajo:** Branding in private universities at El Salvador: brands that the public fall in love with
Nombre del congreso: International Conference on Education and New Developments (END 21)
Tipo evento: Congreso
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Online,
Fecha de celebración: 26/06/2021
Fecha de finalización: 28/06/2021
Entidad organizadora: IATED Academy
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix; Ana Cruz García; Pablo Pinazo Dallenbach; José Ricardo Flores Pérez. ISBN 978-989-54815-8-3
- 19 Título del trabajo:** Creating lovemarks trough students of public universities at Ireland
Nombre del congreso: International Conference on Education and New Developments (END 21)
Tipo evento: Congreso
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Online,
Fecha de celebración: 26/06/2021
Fecha de finalización: 28/06/2021
Entidad organizadora: IATED Academy
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix; Ana Cruz García; Maurice Murphy. ISBN 978-989-54815-8-3
- 20 Título del trabajo:** Brand management applied to higher education: creating lovemarks in public Irish universities
Nombre del congreso: 15th annual International Technology, Education and Development Conference (INTED21)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Online,
Fecha de celebración: 08/03/2021
Fecha de finalización: 09/03/2021
Entidad organizadora: IATED Academy
Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez; Ana Cruz García; Maurice Murphy.
- 21 Título del trabajo:** Digital storytelling, creating brand community with higher education students
Nombre del congreso: 15th annual International Technology, Education and Development Conference (INTED21)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Online,
Fecha de celebración: 08/03/2021
Fecha de finalización: 09/03/2021
Entidad organizadora: IATED Academy
Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Ana Flores Meza.
- 22 Título del trabajo:** Gestión estratégica web aplicada al sector turístico: el caso de Vueling Airlines
Nombre del congreso: VI Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral
Autor de correspondencia: Sí
Ámbito geográfico: Unión Europea
Intervención por: Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)



Ciudad de celebración: Córdoba, Andalucía, España

Fecha de celebración: 17/02/2021

Fecha de finalización: 19/02/2021

Entidad organizadora: Universidad Loyola de Andalucía

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Valencia,

Con comité de admisión ext.: Sí

Forma de contribución: Artículo científico

Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix. "Web management applied to the tourism industry: Vueling Airlines case study".

23 Título del trabajo: Comunicación integrada de Marketing digital aplicada al sector turístico: el caso de Vueling Airlines

Nombre del congreso: VII Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Córdoba, Andalucía, España

Fecha de celebración: 17/02/2021

Fecha de finalización: 19/02/2021

Entidad organizadora: Universidad Loyola de Andalucía
Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez.

24 Título del trabajo: Brand concept and brand reputation as determining factors of the attitude towards the university brand and the purchase choice in the post-covid era

Nombre del congreso: 13th annual International Conference of Education, Research and Innovation (ICERI20)

Tipo evento: Congreso

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

Autor de correspondencia: No

Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España

Fecha de celebración: 09/11/2020

Fecha de finalización: 11/11/2020

Entidad organizadora: IATED Academy

Tipo de entidad: Asociaciones y Agrupaciones

Mónica Pérez Sánchez; Javier Casanoves Boix; Carlos Chang Albitres.

25 Título del trabajo: Brand management and private universities: creating lovemarks in private mexican universities

Nombre del congreso: 13th annual International Conference of Education, Research and Innovation (ICERI20)

Tipo evento: Congreso

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

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España

Fecha de celebración: 09/11/2020

Fecha de finalización: 11/11/2020

Entidad organizadora: IATED Academy

Tipo de entidad: Asociaciones y Agrupaciones

Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez.

26 Título del trabajo: Student loyalty as a key to building strong brands in Mexican public universities

Nombre del congreso: 12th annual International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN20)

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Unión Europea

Intervención por: Revisión previa a la aceptación



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

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Palma de Mallorca, Balears, Illes, España

Fecha de celebración: 06/07/2020

Fecha de finalización: 07/07/2020

Entidad organizadora: IATED Academy

Tipo de entidad: Entidad Empresarial

Ciudad entidad organizadora: Palma de Mallorca, Balears, Illes, España

Publicación en acta congreso: Sí

Con comité de admisión ext.: Sí

Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez; Carlos Chang Albitres. 1 - 1, pp. 4598 - 4604. ISBN 978-84-09-17979-4

27 Título del trabajo: Brand management applied to higher education: building strong brands in Irish public universities

Nombre del congreso: 19th International Congress on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM20)

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Unión Europea

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

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: León, Castilla y León, España

Fecha de celebración: 02/07/2020

Fecha de finalización: 04/07/2020

Entidad organizadora: Universidad de León

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Valencia,

Con comité de admisión ext.: Sí

Javier Casanoves Boix; Ana María Cruz García; Maurice Murphy.

28 Título del trabajo: Creating lovemarks trough students of private universities at El Salvador

Nombre del congreso: 19th International Congress on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM20)

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Unión Europea

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

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: León, Castilla y León, España

Fecha de celebración: 02/07/2020

Fecha de finalización: 04/07/2020

Entidad organizadora: Universidad de León

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Valencia,

Con comité de admisión ext.: Sí

Forma de contribución: Artículo científico

Javier Casanoves Boix; Pablo Pinazo Dallenbach; José Ricardo Flores Pérez.

29 Título del trabajo: Brand management applied to higher education: building strong brands in Mexican public universities

Nombre del congreso: 14th annual International Technology, Education and Development Conference (INTED20)

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Unión Europea

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

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España

Fecha de celebración: 02/03/2020



Fecha de finalización: 04/03/2020

Entidad organizadora: IATED Academy

Ciudad entidad organizadora: Valencia,

Con comité de admisión ext.: Sí

Forma de contribución: Artículo científico

Javier Casanoves Boix; Mónica Pérez Sánchez.

Tipo de entidad: Entidad Empresarial

30 Título del trabajo: La naturaleza de la Universidad en la construcción de capital de marca educativo

Nombre del congreso: 2nd International Conference on Digital, Innovation, Entrepreneurship and Financing (DIF19)

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Unión Europea

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

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España

Fecha de celebración: 02/12/2019

Fecha de finalización: 03/12/2019

Entidad organizadora: Universitat Politècnica de València

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España

Con comité de admisión ext.: Sí

Forma de contribución: Artículo científico

Javier Casanoves Boix; Inés Küster Boluda; Natalia Vila López.

31 Título del trabajo: La gestión estratégica de marca como clave para maximizar el desarrollo de las universidades públicas españolas

Nombre del congreso: XII Congreso Iberoamericano de Contabilidad y Gestión (CIBEC19)

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

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

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Puerto Vallarta, México

Fecha de celebración: 17/09/2019

Fecha de finalización: 20/09/2019

Entidad organizadora: UNIVA Universidad

Ciudad entidad organizadora: Puerto Vallarta, México

Con comité de admisión ext.: Sí

Forma de contribución: Artículo científico

Pablo Pinazo Dallenbach; Javier Casanoves Boix; Ricardo Flores.

32 Título del trabajo: La percepción de capital de marca educativo: propuesta de medición

Nombre del congreso: VI Simposio Internacional de Innovación Aplicada (IMAT19)

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Unión Europea

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

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España

Fecha de celebración: 01/04/2019

Fecha de finalización: 02/04/2019

Entidad organizadora: ESIC Business and Marketing School

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España



Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix.

- 33 Título del trabajo:** Brand management and private universities: the importance of building educational brand capital
Nombre del congreso: 13rd annual International Technology, Education and Development Conference (INTED19)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 11/03/2019
Fecha de finalización: 13/03/2019
Entidad organizadora: IATED Academy **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial
Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix.

- 34 Título del trabajo:** La extensión de marca como estrategia de expansión empresarial
Nombre del congreso: Congreso Internacional de Investigación Celaya 2018
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Celaya, México
Fecha de celebración: 07/11/2018
Fecha de finalización: 09/11/2018
Entidad organizadora: Intituto Tecnologico de Celaya **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Celaya, México
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Monica Perez Sanchez; Javier Casanoves Boix.

- 35 Título del trabajo:** Efectividad de la tutoría académica a través del uso de las TICs.
Nombre del congreso: 8º Encuentro Nacional de Tutoría.
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: San Luis de Potosi, México
Fecha de celebración: 29/10/2018
Fecha de finalización: 01/11/2018
Entidad organizadora: Universidad San Luis de Potosí **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: San Luis de Potosi, México
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix; Monica Isabel Mejia Rocha; Monica Perez Sanchez.



- 36** **Título del trabajo:** Etiquetas nutricionales y claims saludables en el packaging de los alimentos
Nombre del congreso: XXX Congreso Internacional de Marketing (AEMARK18)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Barcelona, Cataluña, España
Fecha de celebración: 05/09/2018
Fecha de finalización: 07/09/2018
Entidad organizadora: Universitat Autònoma de Barcelona **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Barcelona, Cataluña, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Pedro Canales Ronda; Asunción Fernández Hernández; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez; Javier Casanoves Boix.
- 37** **Título del trabajo:** Creating Brand in Higher Education among Students
Nombre del congreso: 17th International Conference on Research in Advertising (ICORIA18)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 21/06/2018
Fecha de finalización: 23/06/2018
Entidad organizadora: European Advertising Academy **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial
Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez; Pedro Canales Ronda; Asuncion Fernandez Herandez.
- 38** **Título del trabajo:** Actividad deportiva habitual, hábitos alimenticios y packaging de los alimentos: diferencias entre grupos de adolescentes
Nombre del congreso: XXXII Congreso Anual de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM18)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Gandia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 06/06/2018
Fecha de finalización: 08/06/2018
Entidad organizadora: Universitat Politècnica de València **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Gandia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Pedro Canales Ronda; Asunción Fernández Hernández; Javier Casanoves Boix.



- 39** **Título del trabajo:** La importancia de construir marca universitaria a través de las redes sociales
Nombre del congreso: II Congreso Internacional en Tecnologías e Innovación Educativa
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 06/06/2018
Fecha de finalización: 08/06/2018
Entidad organizadora: Universitat Internacional Valenciana
Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix.
- 40** **Título del trabajo:** Brand Management and Public Universities: The importance of Build Educational Brand Capital
Nombre del congreso: 12nd annual International Technology, Education and Development Conference (INTED18)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 05/03/2018
Fecha de finalización: 07/03/2018
Entidad organizadora: IATED Academy **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial
Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix.
- 41** **Título del trabajo:** Innovación educativa a través de la maximización del capital de marca educativo
Nombre del congreso: V Simposio Internacional de Innovación Aplicada (IMAT18)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 01/03/2018
Fecha de finalización: 02/03/2018
Entidad organizadora: ESIC Business and Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix.
- 42** **Título del trabajo:** Structural Equation Modeling in Research on Brand Capital in Higher Education
Nombre del congreso: 1st International Conference on Advanced Research Methods and Analytics (CARMA16)



Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 06/07/2016
Fecha de finalización: 07/07/2016
Entidad organizadora: Universitat Politècnica de València **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
 Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez.

43 Título del trabajo: Is it posible to measure brand equity in higher education?
Nombre del congreso: 8th annual International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN16)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Barcelona, Cataluña, España
Fecha de celebración: 04/07/2016
Fecha de finalización: 06/07/2016
Entidad organizadora: IATED Academy **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial
Ciudad entidad organizadora: Barcelona, Cataluña, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
 Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez.

44 Título del trabajo: Segmento juvenil en el sector turístico
Nombre del congreso: III Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico (IMAT16)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 30/06/2016
Fecha de finalización: 01/07/2016
Entidad organizadora: ESIC Business and Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
 Monica Perez Sanchez; Javier Casanoves Boix; Monica Isabel Mejia Rojas; Walter Daniel Cisneros Mujica.

45 Título del trabajo: Dirección empresarial digital en Turismo: estrategias e-business aplicadas al servicio aéreo
Nombre del congreso: II Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí



Ciudad de celebración: Cordoba, Andalucía, España
Fecha de celebración: 14/04/2016
Fecha de finalización: 15/04/2016
Entidad organizadora: Universidad Loyola **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Cordoba, Andalucía, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda.

46 **Título del trabajo:** Brand Capital in Higher Education: The External Customer, Public versus Private
Nombre del congreso: 10th annual International Technology, Education and Development Conference (INTED16)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 07/03/2016
Fecha de finalización: 09/03/2016
Entidad organizadora: IATED Academy **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial
Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez.

47 **Título del trabajo:** Brand Capital in Higher Education: The Internal Customer, Public versus Private
Nombre del congreso: 8th annual International Conference of Education (ICERI15)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España
Fecha de celebración: 16/11/2015
Fecha de finalización: 18/11/2015
Entidad organizadora: IATED Academy **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial
Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez.

48 **Título del trabajo:** E-business como factor de innovación aéreo-empresarial
Nombre del congreso: International Conference of Tourism in Transition Economies
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Cáceres, Extremadura, España
Fecha de celebración: 14/09/2015
Fecha de finalización: 15/09/2015
Entidad organizadora: Universidad de Cáceres **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Cáceres, Extremadura, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico



Javier Casanoves Boix; Monica Perez Sanchez; Ines Kuster Boluda.

- 49** **Título del trabajo:** El capital de marca en la educación superior: el cliente interno público versus privado
Nombre del congreso: XXVII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK15)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Pamplona, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 09/09/2015
Fecha de finalización: 11/09/2015
Entidad organizadora: Universidad de Navarra **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Pamplona, Navarra, Comunidad Foral de, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda; Natalia Vila Lopez.
- 50** **Título del trabajo:** Nuevos modelos de e-business en el sector turístico: el caso Vueling Airlines
Nombre del congreso: II Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico (IMAT15)
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Unión Europea
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de celebración: 02/07/2015
Fecha de finalización: 03/07/2015
Entidad organizadora: ESIC Business and Marketing School **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Artículo científico
Javier Casanoves Boix; Ines Kuster Boluda. "Libro de actas del congreso".

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

Comités científicos, técnicos y/o asesores

- 1** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "XVII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (CILCS25)"
Entidad de afiliación: Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Virtual Conference, España
Fecha de inicio-fin: 10/12/2025 - 12/12/2025
- 2** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "XV Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación, Innovación, Investigación y Docencia (CUICIID25)"
Entidad de afiliación: Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Virtual Conference, España
Fecha de inicio-fin: 22/10/2025 - 24/10/2025



- 3** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "XXXVI Congreso Internacional de Marketing (AEMARK25)"
Entidad de afiliación: Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Murcia, España
Fecha de inicio-fin: 17/09/2025 - 19/09/2025
- 4** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "International Conference on Education and New Developments (END'25)"
Entidad de afiliación: World Institute for Advanced Research and Science (WIARS) **Tipo de entidad:** Instituto de Investigación
Ciudad entidad afiliación: Budapest, Hungría
Fecha de inicio-fin: 28/06/2025 - 30/06/2025
- 5** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "11th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'25)"
Entidad de afiliación: Universitat Politècnica de València **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de inicio-fin: 17/06/2025 - 20/06/2025
- 6** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "59º Congreso Internacional CLADEA24"
Entidad de afiliación: Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (CLADEA) **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones
Ciudad entidad afiliación: Arequipa, Perú
Fecha de inicio-fin: 16/10/2024 - 18/10/2024
- 7** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "XXXV Congreso Internacional de Marketing (AEMARK24)"
Entidad de afiliación: Universidad de Castilla-La Mancha **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Cuenca, España
Fecha de inicio-fin: 11/09/2024 - 13/09/2024
- 8** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "10th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'24)"
Entidad de afiliación: Universitat Politècnica de València **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de inicio-fin: 18/06/2024 - 21/06/2024
- 9** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "International Conference on Education and New Developments (END'24)"
Entidad de afiliación: World Institute for Advanced Research and Science (WIARS) **Tipo de entidad:** Instituto de Investigación
Ciudad entidad afiliación: Porto, Portugal
Fecha de inicio-fin: 15/06/2024 - 17/06/2024
- 10** **Título del comité:** Miembro del Comité Científico "58º Congreso Internacional CLADEA23"
Entidad de afiliación: Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (CLADEA) **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones
Ciudad entidad afiliación: Córdoba, Argentina

Fecha de inicio-fin: 30/10/2023 - 01/11/2023

- 11 Título del comité:** Miembro del Comité Científico "International Conference on Education and New Developments (END'23)"
Entidad de afiliación: World Institute for Advanced Research and Science (WIARS) **Tipo de entidad:** Instituto de Investigación
Ciudad entidad afiliación: Lisboa, Portugal
Fecha de inicio-fin: 24/06/2023 - 26/06/2023
- 12 Título del comité:** Vocal del Comité de Evaluación y Seguimiento de la Investigación con Seres Humanos (CEISH)
Entidad de afiliación: Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarios y Asimilados
Ciudad entidad afiliación: Valencia, España
Fecha de inicio-fin: 01/09/2020 - 15/05/2023
- 13 Título del comité:** Miembro del Comité Científico "I Jornadas de Innovación Docente en Ciencias Sociales (JICS22)"
Entidad de afiliación: Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarios y Asimilados
Ciudad entidad afiliación: Valencia, España
Fecha de inicio-fin: 05/10/2022 - 06/10/2022
- 14 Título del comité:** Miembro del Comité Científico "International Conference on Education and New Developments (END'22)"
Entidad de afiliación: World Institute for Advanced Research and Science (WIARS) **Tipo de entidad:** Instituto de Investigación
Ciudad entidad afiliación: Virtual Conference, Portugal
Fecha de inicio-fin: 18/06/2022 - 20/06/2022
- 15 Título del comité:** Miembro del Comité Científico "8th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'22)"
Entidad de afiliación: Universitat Politècnica de València **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Valencia, España
Fecha de inicio-fin: 14/06/2022 - 17/06/2022
- 16 Título del comité:** Miembro del Comité Científico "7th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'21)"
Entidad de afiliación: Universitat Politècnica de València **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Virtual Conference, Comunitat Valenciana, España
Fecha de inicio-fin: 22/06/2021 - 23/06/2021
- 17 Título del comité:** Miembro del Comité Científico "6th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'20)"
Entidad de afiliación: Universitat Politècnica de València **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Valencia, Comunitat Valenciana, España
Fecha de inicio-fin: 02/06/2020 - 05/06/2020

18 Título del comité: Miembro del Comité Científico "5th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'19)"

Primaria (Cód. Unesco): 531105 - Marketing

Entidad de afiliación: Universitat Politècnica de València **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad afiliación: Valencia, Comunitat Valenciana, España

Fecha de inicio-fin: 26/06/2019 - 28/06/2019

19 Título del comité: Miembro del Panel Permanente de Colaboradores

Entidad de afiliación: MESIAS - Inteligencia de Marca España **Tipo de entidad:** Organismo Público de Investigación

Ciudad entidad afiliación: Madrid, España

Fecha de inicio: 01/02/2019

Organización de actividades de I+D+i

1 Título de la actividad: Miembro Comité Organizador "7th International Conference on Marketing and Technologies (ICMarkTech25)"

Tipo de actividad: Congreso Internacional

Ciudad de celebración: Valencia, España

Entidad convocante: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad convocante: Valencia, España

Modo de participación: Organizador

Fecha de inicio-fin: 27/11/2025 - 29/11/2025 **Duración:** 3 días

2 Título de la actividad: Moderador de Mesa "Immersive experiences, playful learning, social media, AI and pricing analytics in digital Marketing"

Tipo de actividad: Congreso Internacional

Ciudad de celebración: Valencia, España

Entidad convocante: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad convocante: Valencia, España

Modo de participación: Organizador

Fecha de inicio-fin: 27/11/2025 - 29/11/2025 **Duración:** 3 días

3 Título de la actividad: Moderador de Mesa "Gestión turística de manifestaciones de patrimonio Cultural"

Tipo de actividad: X Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural (CITC24)

Entidad convocante: Universidad Loyola de Andalucía **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad convocante: Córdoba, España

Fecha de inicio-fin: 22/02/2024 - 23/02/2024 **Duración:** 2 días

4 Título de la actividad: Moderador de Mesa "Políticas de Turismo Cultural"

Tipo de actividad: X Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural (CITC24)

Entidad convocante: Universidad Loyola de Andalucía **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad convocante: Córdoba, España

Fecha de inicio-fin: 22/02/2024 - 23/02/2024 **Duración:** 2 días



- 5** **Título de la actividad:** Moderador de Mesa "Turismo Cultural II"
Tipo de actividad: IX Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural (CITC23)
Entidad convocante: Universidad Loyola de Andalucía **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad convocante: Córdoba, España
Fecha de inicio-fin: 23/02/2023 - 24/02/2023 **Duración:** 2 días
- 6** **Título de la actividad:** Miembro Comité Organizador "I Jornadas de Innovación Docente en Ciencias Sociales y Jurídicas (JICS22)"
Tipo de actividad: Jornada de Innovación
Entidad convocante: Universitat Internacional Valenciana
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio-fin: 05/10/2022 - 06/10/2022
- 7** **Título de la actividad:** Moderador de Mesa "Clausura del Congreso"
Tipo de actividad: I Jornadas de Innovación Docente en Ciencias Sociales (JICS22)
Entidad convocante: Universitat Internacional Valenciana **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad convocante: Valencia, España
Fecha de inicio-fin: 05/10/2022 - 06/10/2022 **Duración:** 2 días
- 8** **Título de la actividad:** Moderador de Mesa "Retos del Turismo Cultural"
Tipo de actividad: VIII Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural (CITC22)
Entidad convocante: Universidad Loyola de Andalucía **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad convocante: Córdoba, España
Fecha de inicio-fin: 17/02/2022 - 18/02/2022 **Duración:** 2 días
- 9** **Título de la actividad:** Moderador de Mesa "Teachers and Students"
Tipo de actividad: International Conference on Education and New Developments (END21)
Entidad convocante: World Institute for Advanced Research and Science (WIARS) **Tipo de entidad:** Instituto de Investigación
Ciudad entidad convocante: Virtual Conference, Portugal
Fecha de inicio-fin: 26/06/2021 - 28/06/2021 **Duración:** 3 días
- 10** **Título de la actividad:** Miembro Comité Organizador "1er Congreso de Emprendedurismo en la Formación Profesional"
Tipo de actividad: Congreso de Emprendedurismo
Entidad convocante: Capitol Business School **Tipo de entidad:** Centro de Formación Profesional
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio-fin: 28/11/2018 - 30/11/2018

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

- 1** **Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Current Issues in Tourism
Fecha de inicio-fin: 2026 - 2026



- 2 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Basic and Applied Social Psychology
Fecha de inicio-fin: 2025 - 2025
- 3 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: International Journal of Human-Computer Interaction
Fecha de inicio-fin: 2025 - 2025
- 4 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: International Journal of Human-Computer Interaction
Fecha de inicio-fin: 2025 - 2025
- 5 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Revista de Estudios Filosóficos
Fecha de inicio-fin: 2025 - 2025
- 6 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Tourism Review
Fecha de inicio-fin: 2025 - 2025
- 7 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Vivat Academia
Fecha de inicio-fin: 2025 - 2025
- 8 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: European Journal on Management and Business Economics
Fecha de inicio-fin: 2021 - 2021
- 9 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: European Research on Management and Business Economics
Fecha de inicio-fin: 2021 - 2021
- 10 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Journal of Management and Business Education
Fecha de inicio-fin: 2021 - 2021
- 11 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Spanish Journal of Marketing
Fecha de inicio-fin: 2020 - 2020
- 12 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Escuela de Administración de Negocios (EAN)
Fecha de inicio-fin: 2019 - 2019
- 13 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Estudios Gerenciales: Journal of Management and Economics for Iberoamérica
Fecha de inicio-fin: 2019 - 2019



- 14 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Estudios Gerenciales: Journal of Management and Economics for Iberoamérica
Fecha de inicio-fin: 2019 - 2019
- 15 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: European Research on Management and Business Economics
Fecha de inicio-fin: 2019 - 2019
- 16 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Interciencia, revista de ciencia y tecnología de las Américas
Fecha de inicio-fin: 2019 - 2019
- 17 Funciones desempeñadas:** Revisor de artículo científico
Entidad de realización: Suma de Negocios
Fecha de inicio-fin: 2019 - 2019

Otros méritos

Estancias en centros públicos o privados

Entidad de realización: Munster Technological University **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad realización: Cork, Southern and Eastern, Irlanda

Primaria (Cód. Unesco): 531105 - Marketing

Secundaria (Cód. Unesco): 531204 - Educación

Fecha de inicio-fin: 01/02/2020 - 31/01/2021 **Duración:** 1 año

Nombre del programa: Programa de Post-Doctorado en Marketing aplicado a la Educación y la Sanidad en Irlanda, antes y durante Covid-19 (NO COMPETITIVO)

Objetivos de la estancia: Posdoctoral

Tareas contrastables: 5

Capac. adq. desarrolladas: Contextualización, trabajo de campo, análisis, resultados e idioma

Explicación narrativa: La estancia fue de 1 año, siendo 7 meses de carácter presencial en Cork (Irlanda) y los otros 5 meses en modalidad online, debido a la pandemia sufrida en 2020.

Identificar palabras clave: Psicología del marketing y del comportamiento del consumidor

Tipo Estancia: Investigación

Ayudas y becas obtenidas

- 1 Nombre de la ayuda:** Ayuda para ponencia de trabajo en Congreso Científico
Finalidad: Predoctoral
Entidad concesionaria: Universitat de València **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de concesión: 15/11/2016 **Duración:** 3 días
Fecha de finalización: 19/11/2016
Entidad de realización: 8th annual International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN16)
Facultad, instituto, centro: Congreso Científico



2 **Nombre de la ayuda:** Beca Leonardo Da Vinci
Finalidad: Predoctoral
Entidad concesionaria: PROMOVE: Promoción de la Movilidad de Estudiantes en Europa **Tipo de entidad:** Agencia Estatal
Fecha de concesión: 29/01/2007 **Duración:** 4 meses
Fecha de finalización: 27/05/2007
Entidad de realización: Reckitt Benckiser, LTD.
Facultad, instituto, centro: Empresa receptora de mis prácticas formativas

3 **Nombre de la ayuda:** Beca Erasmus+ para la movilidad de docencia
Finalidad: Posdoctoral
Entidad concesionaria: Programa Erasmus+ de la Unión Europea
Fecha de concesión: 28/04/2020 **Duración:** 5 días
Entidad de realización: Munster Technological University
Facultad, instituto, centro: Universidad

Premios, menciones y distinciones

- 1** **Descripción:** 1er puesto Concurso de Posters "6o Congreso Estudiantil de Inteligencia Artificial Aplicada a la Ingeniería y Tecnología (CEIAAIT23)"
Entidad concesionaria: Universidad Nacional Autónoma de México
Ciudad entidad concesionaria: Virtual Conference, México
Fecha de concesión: 09/11/2023
- 2** **Descripción:** Premio "Best Reviewer Award 2021"
Entidad concesionaria: Journal of Management and Business Education **Tipo de entidad:** Revista Científica
Ciudad entidad concesionaria: España
Fecha de concesión: 01/02/2021

Acreditaciones/reconocimientos obtenidos

- 1** **Descripción:** Evaluación Positiva: Figura de Profesor Contratado Doctor
Entidad acreditante: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) **Tipo de entidad:** Agencia Estatal
Fecha del reconocimiento: 2022
- 2** **Descripción:** Evaluación Positiva: Figura de Profesor Universidad Privada
Entidad acreditante: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) **Tipo de entidad:** Agencia Estatal
Fecha del reconocimiento: 2022
- 3** **Descripción:** Evaluación Positiva: Figura de Profesor Ayudante Doctor
Entidad acreditante: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA)
Ciudad entidad acreditante: España
Fecha del reconocimiento: 2019