- Inicio
- Investigación
- Investigación por Áreas Temáticas

Investigación por Áreas Temáticas

Oficina Web UGR

Metodología – Investigación de mercados

- Luque Martínez, T. (2003): *Nuevas herramientas de investigación de mercados : especial referencia a redes neuronales artificiales aplicadas al marketing*. Civitas. Madrid.
- Ibáñez Zapata, J.A.; Webb, J.R.; Martínez López, F.J. (2003): *Investigación de marketing*. Thomson editores Spain. Madrid. España.
- Luque Martínez, T. et al. (2000): *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Pirámide. Madrid.
- Luque Martínez, T.; Castañeda García, J.A.; Montoro Ríos, F.J.; Ibáñez Zapata, J.A.; Martínez López, F.J. (2004): *Aplicación práctica de un sistema de entrevista personal asistida por ordenador(capi)en la enseñanza de investigación de marketing*. En proyectos de innovación docente de las Universidades andaluzas. Unidad para la calidad de las Universidades andaluzas (UCUA). Córdoba.
- Luque Martínez, T. (2001): *Investigación y pyme: reflexiones y propuestas*. En La pequeña y mediana empresa en el umbral del siglo XXI. Universidad de Granada. Granada.
- Luque Martínez, T. (2001): Reflexiones sobre la investigación en marketing. En *Non idem iterum, semper novum: homenaje al Prof. Dr. Manuel Ortigueira Bouzada*. Edición Digital @ Tres. Sevilla, España.
- Chica Olmo, J.M.; Frías Jamilena, D. (2000): Regresión lineal. En *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Pirámide. Madrid.
- Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T. (2000): *El análisis de ecuaciones estructurales*. En *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Pirámide. Madrid.
- Sánchez Fernández, J.; Luque Martínez, T. (2000): El análisis discriminante. En *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Pirámide. Madrid.
- Luque Martínez, T. (1999): Encuestas para la investigación. En *Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas*. Pirámide. Madrid.
- Luque, T. y Castañeda, J.A. (2005): La investigación académica en Internet. Gestión y marketing. En Gutiérrez, A. Mª y Sánchez, M.J. (Coor.): *Marketing en Internet. Estrategia y Empresa*. Pirámide.
- Castañeda, J.A. y Luque, T. (2004): Diseños de investigación comercial en Internet: oportunidades y limitaciones. *Investigación y Marketing*, nº 84, Septiembre, pgs. 20-28.
- Castañeda, J.A.; Luque, T. y Rodríguez, M.A. (2005): Medidas de evaluación del resultado en minería de datos: una propuesta integradora. *Investigación y Marketing*. nº 86, pgs. 62-70.
- Castañeda, J.A. y Rodríguez, M.A. (2003): La minería de datos como herramienta de marketing: delimitación y medidas de evaluación del resultado. En Barreiro, J. y otros. (Coor.): *Gestión científica empresarial: Temas de investigación actuales*. A Coruña: Net Biblio.
- Luque Martínez, T.; Sánchez Fernández, J. (2001): *La lucha por la respuesta. Un análisis empírico*, *Investigación y Marketing*, pgs. 31-37.
- Muñoz Leiva, F.; Montoro Ríos, F.J.; Luque Martínez, T. (2006): Assessment of interjudge reliability in the open-ended questions coding process, Quality & Quantity, vol. 40, pgs. 519-537.
- Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T. (2001): Comparación entre modelos de ecuaciones estructurales y redes neuronales artificiales. Una aplicación empírica, *Aedemo nuevas tecnologías en la investigación, el marketing y la Comunicación*. Santiago de Compostela.

Marketing – Internet – Nuevas tecnologías

- Castañeda, J.A.; Muñoz-Leiva, F.; Luque, T. (2007): Web Acceptance Model (WAM): Moderating Effects of User Experience, *Information & Management*, vol. 44, nº. 4, pp. 384-396.
- Castañeda, J. Alberto, Dolores Mª Frías, Francisco Muñoz-Leiva y Miguel A. Rodríguez. (2007): Extrinsic and Intrinsic motivation in the use of Internet as a tourist information source. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, Special Issue.
- Rodríguez, et al. (aceptado 2007) The influence of the Internet on destination satisfaction, *Internet Research*, pendiente de publicación.
- Sánchez Fernández, J. (2001): *Sistemas de información en las organizaciones : el EDI en los canales de distribución*. Pirámide. Madrid.
- Castañeda García, J.A. (2004): *Fidelidad y CRM: especial referencia a los e-business*. En XVI Edición de los cursos de verano de la universidad de granada en Ceuta. Instituto de Estudios Ceutíes. Granada, España.
- Castañeda, J.A.; Arias, I.; Rodríguez, M.A.; Montoro, F.J.; Fuentes, F. (pendiente de publicación) La lealtad del consumidor en el mercado electrónico: El caso de Carrefour online. En Ruiz, S. y Grande, I. (Coor.): *Casos de Comportamiento del Consumidor*
- Castañeda, J.A.; Montoro, F.J. y Luque, T. (2005). *Delimitating and measuring the customer Internet privacy concern*. 34th European Marketing Academy Conference . Milán (Italia).
- Castañeda, J.A. (2005): La fidelidad en Internet. En Gutiérrez, A.Mª y Sánchez, M.J. (Coor.): *Marketing en Internet. Estrategia y Empresa*. Pirámide.
- Luque, T. y Castañeda, J.A. (2005): *Análisis del constructo fidelidad conativa en el contexto electrónico*. XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Madrid (España).
- Castañeda, J.A.; Muñoz, F.; Luque, T. y Alcántara, J.M. (2005): *Experience moderation effect on the relationship between usefulness, ease of use and website acceptance*. Networking and Electronic Commerce Research Conference (NAEC 2005). ISBN. 0-9716253-6-0. Riva del Garda (Italia).

- Castañeda, J.A.; Rodríguez, M.A. y Luque, T. (2004): *Identifying the hierarchy of effects operative in an Internet attitude model applied to e-loyalty*. 33th European Marketing Academy Conference. Murcia (España).
- Sánchez Fernández, J.; Luque Martínez, T. (2001): Evolución del uso del EDI en el sector de la distribución comercial en España. *Distribución y consumo*. Vol 11; pgs. 5-21.
- Martínez López, F.J.; Montoro Ríos, F.J. (2005): Modelling consumer's trust in internet shopping based on the standard learning hierarchy: a structural approach, *Journal of Internet Business*, pgs.1-30.
- Castañeda García, J.A.; Montoro Ríos, F.J. (2006): The effect of internet general privacy concern on customer behaviour, *Journal of Electronic Commerce Research*, pgs. 00-30.
- Castañeda García, J.A.; Montoro Ríos, F.J. (2005): La preocupación por la privacidad/seguridad como barrera al desarrollo del comercio electrónico: evaluación, evolución y propuestas de futuro, *Boletín ICE Económico: Información Comercial Española*, pgs. 25-40.
- Sánchez Fernández, J. (2002): *Percepciones de fabricantes y distribuidores respecto a los efectos del uso del EDI en el canal de distribución*, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 11, pgs. 77-94.
- Sánchez Fernández, J. (2001): *El intercambio electrónico de datos en el sector de la distribución comercial: ¿Algo más que ahorros operativos?*, *Revista de Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 7, pgs. 99-116.
- Sánchez Fernández, J.; Luque Martínez, T. (2001): *Evolución del uso del EDI en el sector de la distribución comercial en España*, *Distribución y Consumo*, vol.11, pgs. 5-21.
- Sánchez Fernández, J. (2001): *La adopción del EDI: expectativas de futuro y papel de internet. Aplicación a la distribución comercial en España*, *Economía Industrial*, pgs. 137-151.
- Sánchez Fernández, J. (2000): *Posibilidades estratégicas del EDI en el sector de la distribución comercial en España: ¿cuestión de tiempo?*, XII Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Santiago de Compostela.
- Sánchez Fernández, J.; Luque Martínez, T. (2001): *EDI adoption and interorganisational relationships in the distribution channel*, EMAC 2001. Bergen (Noruega).
- Castañeda García, J.A.; Montoro Ríos, F.J. (2003): *El efecto de la privacidad percibida en el comportamiento del consumidor online*, XV Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Córdoba (España).
- Castañeda García, J.A. (2004): *E-CRM: Oportunidades de investigación y de aplicación*, Jornada de tecnologías de la información y gestión empresarial. Málaga.
- Martínez López, F.J.; Montoro Ríos, F.J. (2004): *The moderating role of internet expertise in an online consumer behaviour model. A crossnational comparison*, EMAC Conference (34), Milán (Italia).
- Castañeda García, J.A.; Muñoz Leiva, F.; Luque Martínez, T.; Alcántara Pilar, J.M. (2005): *Experience moderation effect over the relationship between usefulness, easy of use and Website acceptance*, Networking and electronic commerce research conference (NAEC). Riva de Garda, Italy.
- *Estudio sobre nuevas tecnologías de comunicación telemática con clientes. Contrato I +D* (Investigador principal: Sánchez Vizcaíno, G.).
- *Evaluación de las páginas web de las tiendas de tecnología y alimentación. Contrato I +D* (Investigador principal: Luque Martínez, T.).
- *Modelización del comportamiento del consumidor en mercados electrónicos. Análisis de los factores internos y de navegación. Proyecto I +D* (Investigador principal: Luque Martínez, T.).
- Alcántara Pilar, J.M. y Del Barrio García (2005): *Consumer searching information process and cultures values*. Networking and Electronic Commerce Research Conference (NAEC 2005). ISBN. 0-9716253-6-0. Riva del Garda (Italia).

Planificación y marketing estratégico

- Luque Martínez, T.; Del Barrio García, S. (2005): *Plan Estratégico de la Universidad de Granada*. Universidad de Granada.
- Luque Martínez, T.; Muñoz Leiva, F. (2002): *City benchmarking: A methodological proposal referring specifically to Granada*. *Cities* vol. 22, No. 6; p.411-425.
- Luque-Martínez, T.; Del Barrio-García, S.; Ibáñez Zapata, J.A. (2007): *Modelling a city's image: The case of Granada*, *Cities*, pendiente de publicación.
- Luque Martínez, T.; Muñoz Leiva, F. (2002): *Evaluación comparativa de indicadores urbanos*. Oficina Técnica del Plan Estratégico de Granada. Granada Metrópoli 21. Consejo Económico y Social de Granada.
- Luque Martínez, T.; Muñoz Leiva, F. (2002): *Foro ciudad de capitales andaluzas*. Oficina Técnica del Plan Estratégico de Granada. Granada Metrópoli 21. Consejo Económico y Social de Granada.
- Luque Martínez, T.; Muñoz Leiva, F. (2003): *Benchmarking y marketing de ciudades*, XVII Congreso Nacional Y XIII Congreso Hispano Francés De AEDEM. Alicante.
- Luque Martínez, T.; Muñoz Leiva, F. (2003): *Marketing de ciudades: una propuesta metodológica*, VII Coloquios andaluces sobre temas empresariales. Huelva.
- Luque Martínez, T.; Del Barrio García, S.; Ibáñez Zapata, J.A.; Rodríguez Molina, M.A. (2003): *Modelización de la imagen de ciudad: caso de la ciudad de granada*, XV Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Córdoba.
- Luque Martínez, T.; Del Barrio García, S.; Ibáñez Zapata, J.A.; Rodríguez Molina, M.A. (2004): *La modelización de la imagen de granada desde la perspectiva de los líderes de opinión externos*, XVI Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Alicante.
- Luque Martínez, T.; Muñoz Leiva, F. (2004): *Perfiles de indicadores urbanos en el benchmarking de ciudades: especial referencia al caso andaluz*, VIII Coloquios andaluces sobre temas empresariales. Jaén.
- Luque Martínez, T.; Del Barrio García, S. (2005): *Aplicación del análisis importancia-adequación basado en las percepciones a la planificación estratégica de universidad*, XVII Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Madrid.
- Ibáñez Zapata, J.A. (2001): *Strategic marketing planning: the case of the university of Granada*, Introduction to the methodology of strategic planning, proyecto transformation of administration and financial services at polish universities. Polonia.
- Luque Martínez, T.; Del Barrio García, S. (2006): *University Benchmarking: A Methodological Proposal in the University Strategic Planning Process*, 2nd Workshop on The Process of Reform of University, The European Institute for advances studies in management, Venice, Italia.
- Luque Martínez, T.; Del Barrio García, S. (2007): *Analysis of the Value of the Customer's Perceptions in University Strategic Planning*, 6th International Congress Marketing Trends, Venice-Paris Marketing -ESCP-EAP, Paris, Francia.
- Luque Martínez, T.; Del Barrio García, S. (2007): *University Strategic Planning: Benchmarking and Positioning of Universities*, VIth International Congress of Public and Non Profit Marketing, AIMPON, Braga, Portugal.

Comunicación: publicidad, promoción y otros

- Del Barrio García, S.; Rodríguez Molina, M.A.; Rodríguez Ardura, I; Bigné Alcañiz, J.E.; Alet I Vilaginés, J.; Küster Boluda, I.; García De Los Salmones, M.M.; Rodríguez Bobada-Rey, J.; Sanchez Franco, M.J.; Suárez Vázquez, A.; Ammetller Montes, G. (2004): Dirección de Comunicación. UOC. Barcelona. España
- Del Barrio García, S. (2001): *La publicidad comparativa : situación actual y análisis*. Pearson educacion. Madrid.

- Del Barrio García, S. (2005): *Estrategia de comunicación internacional*. En Marketing internacional. UOC. Barcelona, España.
- Rodríguez Ardura, I.; Del Barrio García, S. (2004): *Introducción a la comunicación*. En Dirección de comunicación. UOC. Barcelona, España.
- Rodríguez Molina, M.A.; Del Barrio García, S. (2004): *La comunicación institucional*. En Dirección de Comunicación. UOC. Barcelona.
- Bigné Alcañiz, J.E.; Del Barrio García, S. (2004): *Las relaciones públicas: eventos y protocolo*. En Dirección de Comunicación. UOC. Barcelona.
- Del Barrio García, S. (2004): *La auditoria de comunicación: evaluación externa*. En Dirección de Comunicación. UOC. Barcelona.
- Del Barrio García, S. (2004): *Las relaciones públicas: comunicación en situaciones de crisis*. En Dirección de Comunicación. UOC. Barcelona.
- Del Barrio García, S. (2004): *El gabinete de comunicación*. En dirección de comunicación. UOC. Barcelona.
- Del Barrio García, S. (2003): *Técnicas de promoción de ventas*. En Promoción comercial : un enfoque integrado. ESIC. Pozuelo de Alarcón, Madrid.
- Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T. (2003): *El papel moderador de la posición de mercado relativa de la marca anunciada en la eficacia de la publicidad comparativa*. Revista Española de Investigación de Marketing ESIC Vol. 12, pp.189-203
- Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T. (2003): *Modelling consumer response to differing levels of comparative advertising*. European Journal of Marketing. Vol 37, pp.256-274.
- Del Barrio García, S. (2001): *El papel moderador de las respuestas cognitivas en la eficacia de la publicidad comparativa*, Investigación y Marketing, pgs. 48-54.
- Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T. (2001): *La publicidad comparativa y sus potenciales beneficios sobre la información del consumidor: Un estudio empírico*, Revista Estudios sobre Consumo, Vol. 16, pgs. 27-39.
- Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T. (2001): *Procesamiento central versus periférico: Análisis diferencial entre la publicidad comparativa directa, indirecta y no comparativa*, Revista Española de Investigación de Marketing, vol. 5, pgs. 41-69.
- Rodríguez Molina, M.A.; Luque Martínez, T. (2002): *El procesamiento de la publicidad: un análisis comparativo entre anuncios con y sin famosos*, Revista Española de Investigación de Marketing, vol. 6, pgs. 87-111.
- Del Barrio García, S. (2002): *La credibilidad como elemento clave en la eficacia de la publicidad comparativa en prensa: un estudio experimental*, Revista de Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 8, pgs. 119-133.
- Rodríguez Molina, M.A.; Luque Martínez, T.; Ibáñez Zapata, J.A. (2003): *El efecto persuasivo de la congruencia entre los elementos visuales y verbales en los anuncios publicitarios*, Revista de Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 9, pgs. 211-224.
- Del Barrio García, S. (2000): *La estrategia de publicidad comparativa en el proceso de integración europea. Análisis de su eficacia desde el punto de vista de la información para el consumidor*, International Scientific Conference On Management Of Enterprise In A Global Economy. Lodz (Polonia).
- Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T. (2001): *Respuesta del consumidor hacia la publicidad comparativa en España: una aplicación mediante análisis de ecuaciones estructurales*, XIII Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Málaga.
- Rodríguez Molina, M.A.; Luque Martínez, T. (2002): *El papel moderador de la implicación hacia el mensaje en la eficacia publicitaria de los anuncios con y sin famosos*, XIV Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Granada .
- Rodríguez Molina, M.A.; Luque Martínez, T. (2002): *The moderating effect of brand familiarity in celebrity advertising*, The Academy Of Marketing Science 2002 Multicultural Marketing Conference. Valencia.
- Rodríguez Molina, M.A.; Del Barrio García, S.; Castañeda García, J.A. (2003): *Procesamiento diferencial entre la publicidad comparativa y la publicidad con famosos en condiciones de baja implicación*, XV Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Córdoba.
- Rodríguez Ardura, I. (coord.) y otros (2007): *Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una visión integrada en el marketing*, Editorial UOC, Barcelona.
- Del Barrio García y Crespo Almendrés, E. (2007): *Predictores del interés hacia la información sobre promociones de ventas en Internet*, XVII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, La Rioja.
- Del Barrio García y Crespo Almendrés, E. (2006): *El usuario de promoción de ventas on-line y su experiencia de uso web*, XVIII Encuentro de Profesores Universitarios De Marketing. Almería.

Comportamiento del consumidor

- Sánchez, J.; Muñoz, F.; Montoro, R.; Ibáñez, J.A. (2008): *An Analysis of the Effect of Pre-Incentives and Post-Incentives Based on Draws on Response to Web Surveys, Quality & Quantity*, junio, pendiente de publicación.
- Muñoz, F.; Sánchez, J.; Montoro, R.; Ibáñez, J. A. (2008): *¿Cómo Mejorar la Calidad de la Respuesta en Estudios Web? Un Análisis del Efecto de la Personalización y de los Envíos de Seguimiento*, 7th Marketing Trend Congress, enero, Venecia (Italia).
- Muñoz, F.; Montoro, R.; Ibáñez, J. A. (2007): *Experimental Assessment of the Determinants of Usefulness of b-Learning Platforms*, International Technology, Education and Development Conference (INTED 2008), marzo, Valencia.
- Álvarez, E.; Muñoz, F.; Montoro, R.; Ibáñez, J. A. (2008): *The Main Determinants of Perceived Usefulness of Web-Based Learning Management Systems*, International Technology, Education and Development Conference (INTED 2008), marzo, Valencia.
- Rodríguez Molina, M.A. (2001): *Grupos de referencia y líderes de opinión*. En Experiencias y casos de comportamiento del consumidor. ESIC Editorial. Madrid .
- Fuentes Moreno, F. (2004): *La importancia de la gestión del valor de las marcas para la competitividad de las empresas*. En XVI Edición de los cursos de verano de la universidad de granada en Ceuta. Instituto de Estudios Ceutíes. Granada, España.
- Luque Martínez, T.; Ibáñez Zapata, J.A.; Del Barrio García, S. (2000): *Consumer ethnocentrism measurement: an assessment of the reliability and validity of the cetscale in Spain*, European Journal of Marketing, vol. 34, pgs. 1353-1373
- Rodríguez Molina, M.A.; Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T. (2000): *Posicionamiento mediante análisis factorial de correspondencias*, Investigación y Marketing, pgs. 18-25.
- Ibáñez Zapata, J.A.; Luque Martínez, T.; Rodríguez Molina, M.A. (2004): *Análisis de los efectos provocados por el etnocentrismo del consumidor en la evaluación de los productos procedentes de diferentes países*, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol.13, pgs. 1-19.
- Montoro Ríos, F.J.; Luque Martínez, T.; Cañadas Soriano, P.; Fuentes Moreno, F. (2006): *Improving attitudes toward brands with environmental associations: an experimental approach*, Journal of Consumer Marketing, Vol. 23, nº 1, pgs. 00-30.
- Ibáñez Zapata, J.A.; Luque Martínez, T.; Rodríguez Molina, M.A. (2004): *Propuesta y contrastación de un modelo integrador de los efectos del país de origen sobre las evaluaciones de los productos*, Revista Española de Investigación de Marketing, pgs. 1-20.
- Montoro Ríos, F.J.; Castañeda García, J.A.; Muñoz Leiva, F. (2005): *Efecto de la certificación de agricultura ecológica sobre el comportamiento del comprador*, Estudios sobre Consumo, pgs. 49-57.
- Fuentes Moreno, F. (2005): *La importancia de la creación de valor en las marcas de aceite de oliva virgen*, Oleo, pgs. 24-31.
- Muñoz Leiva, F.; Montoro Ríos, F.J.; Castañeda García, J.A. (2006): *Productos de agricultura ecológica y sistemas de certificación: perfiles del consumidor*, Distribución y Consumo, pgs. 1-30.

- Fuentes Moreno, F. (2000): *La lealtad hacia la marca. Una cuestión a debate*, XIV Congreso Nacional, X Congreso Hispano-Francés De La AEDEM. Jaén.
- Ibáñez Zapata, J.A.; Luque Martínez, T. (2002): *An explanatory model of the effects caused by country of origin image on consumer attitudes: the moderating role of product category knowledge*, The Academy Of Marketing Science 2002 Multicultural Marketing Conference. Valencia .
- Ibáñez Zapata, J.A.; Luque Martínez, T.; Rodríguez Molina, M.A. (2002): *Evaluation of the effects caused by country-of-manufacture image and brand prestige*, EMAC Conference. Rotterdam (Holland).
- Ibáñez Zapata, J.A.; Luque Martínez, T. (2002): *Propuesta y contratación empírica de una extensión del modelo flexible simple de los efectos del país de origen de los productos*, XIV Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Granada.
- Fuentes Moreno, F.; Luque Martínez, T.; Montoro Ríos, F.J.; Cañadas Soriano, P. (2004): *Efectos del valor de la marca sobre la lealtad y el precio atribuido por el consumidor*, XVI Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Alicante.
- Montoro Ríos, F.J.; Luque Martínez, T.; Fuentes Moreno, F.; Cañadas Soriano, P. (2004): *Environmental information in the forming of attitudes toward the brand*, EMAC Conference (34). Milán (Italia).
- Luque Martínez, T.; Montoro Ríos, F.J.; Rodríguez Molina, M.A.; Fuentes Moreno, F. (2005): *Environmental associations improve brand equity? Looking for an answer with the help of the elaboration likelihood model*, 34TH EMAC Conference. Milán (Italia).

Marketing y turismo

- Luque Martínez, T.; Castañeda García, J.A.; Frías Jamilena, D.M.; Muñoz eiva, F.; Rodríguez Molina, M.A. (2007) *Determinants of the use of internet as a tourist information source*, The Service Industries Journal, vol. 27, nº. 7.
- Castañeda, Frías, D.; Rodríguez, M.A.: *Travel Agencies on pre-visit destination image formation: An Information processing view*, Tourism Management, pendiente de publicación.
- Frías, D.; Rodríguez, M.A.; Castañeda, J.A. (2007): *Internet versus travel agencies on pre-visit destination image formation: an information processing view*, Tourism Management, pendiente de publicación.
- Frías Jamilena, D.; Rodríguez Molina, M.A.; Castañeda García, J.A. (2006): *Internet como fuente de información alternativa a las agencias de viajes en la selección de un destino turístico: un análisis del perfil del usuario*, Investigación y Marketing, pgs. 1-15.
- Luque Martínez, T.; Castañeda García, J.A.; Frías Jamilena, D.; Muñoz Leiva, F.; Rodríguez Molina, M.A. (2006): *Determinants of the use of internet as a tourist information source*, EMAC Conference (35). Atenas.
- Luque Martínez, T.; Muñoz Leiva, F. (2005): *Marketing turístico y estrategia espacial*, Investigación y Marketing , pgs. 37-42.
- Luque Martínez, T.; Del Barrio García, S.; Ibáñez Zapata, J.A.; Rodríguez Molina, M.A.; Muñoz Leiva, F.; García Maroto, I. (2002): *Granada vista por los granadinos*. Ayuntamiento de Granada. Granada.
- Luque Martínez, T.; Del Barrio García, S.; Ibáñez Zapata, J.A.; Rodríguez Molina, M.A.; Muñoz Leiva, F.; García Maroto, I. (2002): *Granada vista por los líderes de opinión externos*. Ayuntamiento de granada. Granada.
- Valderrama Bonnet, M.J.; Aguilera Del Pino, A.M.; Ocaña Lara, F.A.; Gutiérrez Jáimez, R.; Luque Martinez, T.; Sanchez Gonzalez, C. (2000): *Diseño metodológico de la estructura y actividad del sector turístico en Andalucía*. Instituto de Estadística de Andalucía. Sevilla.
- *La imagen de la ciudad de granada por los líderes de opinión*. Contrato I +D (Investigador principal: Luque Martínez, T.).
- *La imagen de la ciudad de granada por los residentes*. Contrato I +D (Investigador principal: Luque Martínez, T.).
- *Efectividad de internet como fuente de información en la elección de destino turístico*. Proyecto I +D (Investigador principal: Frías Jamilena, D.)

Distribución comercial

- Sánchez Fernández, J. (1999): *Opiniones sobre la venta a distancia. Un análisis empírico*, Investigación y Marketing, pgs. 27-34.
- Sánchez Fernández, J. (2000): *Venta directa. Una alternativa para la empresa fabricante*, Esic-Market Revista Internacional de Economía y Empresa, pgs. 179-192.
- Maraver Tarifa, G.; Cañadas Soriano, P.; Hurtado Torres, N.E. (1999): *Incidencia de las dimensiones del entorno y la incertidumbre sobre el canal de distribución: Consideraciones en el sector logístico*, XIII Congreso Nacional Y IX Hispano Francés de AEDEM. Logroño.
- Del Barrio García, S.; Maraver Tarifa, G.; Sánchez Fernández, J.; Sánchez Vizcaíno, G.; Luque Martínez, T. (1999): *Interdependencia y estabilidad en las relaciones fabricante-distribuidor*, XI Encuentro De Profesores Universitarios De Marketing. Valladolid.
- Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T.; Maraver Tarifa, G. (2000): *Aplicación y validez de un instrumento de medida del conflicto en sector logístico*, XII Encuentro de profesores universitarios de marketing. Santiago de Compostela.
- Maraver Tarifa, G.; Cañadas Soriano, P.; Hurtado Torres, N.E.; Montoro Ríos, F.J. (2000): *Ejercicio de estrategias de influencia en el canal de distribución*, XIV Congreso Nacional Y X Hispano-Francés de AEDEM. Jaén.
- *Investigación comercial de canales de distribución en las unidades estratégicas de negocio de aromatizadas y grasas*. Contrato I +D (Investigador principal: Luque Martínez, T.).

Otros

- Del Barrio García, S.; Ibáñez Zapata, J.A.; Rodríguez Molina, M.A.; Sánchez Fernández, J.; Hurtado, N.; Jiménez, A.I.; Maraver, G.; Predaja, M.; Rubio, E. (2005): *Marketing Internacional*. UOC. Barcelona. España
- Ibáñez Zapata, J.A.; Del Barrio García, S.; Hurtado Torres, N.E.; Jiménez Zarco, A.I.; Maraver Tarifa, G.; Pedraja Iglesias, M.; Rodriguez Molina, M.A.; Rubio Lopez, E; Sanchez Fernandez, J. (2004): *Marketing Internacional*. UOC. Barcelona, España.
- Frías Jamilena, D. (2000): *Marketing farmacéutico*. Pirámide. Madrid.
- Ibáñez Zapata, J.A.; Hurtado Torres, N.E.; Jiménez Zarco, A.I.; Maraver Tarifa, G.; Pedraja Iglesias, M.; Rubio Lopez, E (2004): *El proceso de internacionalización de la empresa*. En *Màrqueting Internacional*. UOC. Barcelona.
- Ibáñez Zapata, J.A. (2004): *Estratègies d'entrada i desenvolupament en els mercats internacionals*. En *Màrqueting Internacional*. UOC. Barcelona.
- Ibáñez Zapata, J.A. (2004): *Investigació de màrqueting internacional*. En *Màrqueting Internacional*. UOC. Barcelona.
- Rodríguez Molina, M.A. (2004): *El màrqueting internacional en l'activitat empresarial*. En *Màrqueting Internacional*. UOC. Barcelona.
- Rodríguez Molina, M.A. (2004): *L'entorn de màrqueting internacional*. En *Màrqueting Internacional*. UOC. Barcelona.
- Sánchez Fernández, J. (2004): *La segmentació i el posicionament transnacional*. En *Màrqueting Internacional*. UOC. Barcelona.
- Del Barrio García, S. (2004): *Estratègia de comunicació internacional*. En *Màrqueting Internacional*. UOC. Barcelona.

- Montoro Ríos, F.J. (2004): *La búsqueda de la sostenibilidad a través del marketing*. En XVI Edición de los cursos de verano de la universidad de granada en Ceuta. Instituto de Estudios Ceutíes. Granada, España.
- Cañadas Soriano, P. (2004): *El papel del marketing en el ámbito agrario*. En XVI Edición de los cursos de verano de la universidad de granada en Ceuta. Instituto de Estudios Ceutíes. Granada, España.
- Montoro Ríos, F.J. (2002): *Comercialización de actividades deportivas turísticas*. En Curso sobre deporte, turismo y medio ambiente. Instituto andaluz del deporte. Málaga.
- Del Barrio García, S. (2001): *La nueva identidad corporativa de Puleva*. En *Comunicación comercial : casos prácticos*. Civitas. Madrid.
- Hurtado Torres, N.E.; Maraver Tarifa, G.; Cañadas Soriano, P. (2001): *Decisiones estratégicas en el proceso de internacionalización de las pymes*. En *La pequeña y mediana empresa en el umbral del siglo XXI*. Universidad de Granada. Granada.
- Sánchez Vizcaíno, G. (2001): *La innovación tecnología en las pymes desde la perspectiva de los sistemas productivos locales: el caso de estepa*. En *La pequeña y mediana empresa en el umbral del siglo XXI*. Universidad de Granada. Granada.
- Aragón Correa, J.A.; Casado Mateos, M.A.; López Moreno, L. (1999): *La valoración del puesto de trabajo ante la inserción laboral: su efecto en la implantación de nuevas técnicas de gestión*. En *Inserción laboral*. Huelva.
- Fuentes Fuentes, M.M.; López Moreno, L. (1999): *Planteamientos de la calidad total y la reingeniería ¿presentan diferencias?*, *Alta Dirección*, pgs. 299-306.
- Delgado Alaminos, J. y Sánchez Vizcaíno, G. (2000): *Caracterización de las ramas industriales según su comportamiento innovador*, *Ekonomiaz*, pgs. 256-277.
- Frías Jamilena, D. (1999): *Los consumidores ante la parafarmacia*, *Estudios sobre Consumo*, vol. 14, pgs. 69-79.
- Frías Jamilena, D. (2002): *Concentración y desigualdad a nivel de laboratorios en el sector farmacéutico*, *Esic-Market Revista Internacional de Economía y Empresa*, vol. 113, pgs.251-275.
- Vera Ríos, S.; Sánchez Fernández, J. (2002): *La estimación de los costes intangibles de la calidad sobre la base de la variabilidad del proceso*, *Esic-Market Revista Internacional de Economía y Empresa*, pgs.175-189.
- Frías Jamilena, D.; Arias Horcajadas, I. (2006): *Identificación y validación de las dimensiones del servicio farmacéutico*, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, pgs. 1-16.
- Luque Martínez, T.; Maraver Tarifa, G.; Sánchez Fernández, J. (2000): *Andalucía. evolución de las formas y estructura de la oferta. Composición y comportamiento de la demanda*, *Distribución y Consumo*, vol. 10, pgs. 89-116.
- Luque Martínez, T. (2000): *Marketing político y sondeos electorales*, *Revista de Tecnología Administrativa*, vol. 14, pgs. 19-43.
- Frías Jamilena, D. (2001): *Distribución farmacéutica. Evolución y situación actual*, *Distribución y Consumo*, vol. 11, pgs. 63-77.
- Ibarrondo Dávila, P.; Sánchez Fernández, J. (2005): *Tendencias estratégicas de las Cajas de Ahorro y de las Cajas Rurales españolas*, *Revista de Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 11, pgs. 17-36.
- Sánchez Vizcaíno, G.; Casado Mateos, M.A.; López Moreno, L. (1999): *El proceso de innovación tecnológica en una pyme industrial desde la perspectiva de la teoría de recursos y capacidades: el caso de industrias Espadafor, S.A.*, II Workshop internacional RRHH: la organización del futuro en la sociedad de la información, Cádiz.
- Luque Martínez, T. (1999): *La intervención de los medios de comunicación en los procesos electorales*, *Partidos políticos, medios de comunicación y el proceso democrático*. MEXICO.
- Cañadas Soriano, P. (2000): *Implicaciones de la nueva normativa comunitaria sobre el sector hortofrutícola*, X Jornadas Luso Españolas De Gestión Científica. Vilamoura (Portugal).
- Arias Horcajadas, I. (2000): *Alimentos funcionales: nuevas oportunidades de negocio*, XIV Congreso Nacional de AEDEM-X Congreso Hispano-Francés. Jaén.
- Luque Martínez, T. (2000): *Marketing y desarrollo económico: revisión, síntesis y evolución de la situación*, XIV Congreso Nacional de AEDEM-X Congreso Hispano-Francés. Jaén.
- Luque Martínez, T. (2000): *Tendencias recientes en marketing*, V Coloquios andaluces sobre temas empresariales. Sevilla.
- Frías Jamilena, D.; Arias Horcajadas, I. (2002): *Un entorno favorable para el desarrollo de alimentos funcionales*, Congreso Nacional, XII Congreso Hispano-Francés de la AEDEM. Alicante.
- Luque Martínez, T. (2002): *Libro de Actas XIV Encuentro de profesores universitarios de marketing*. Granada.
- *Sistemas de administración en la integración de empresas*. Contrato I +D (Investigador principal: Sánchez Vizcaíno, G.).
- *El consumidor de productos farmacéuticos (genéricos y otc) y para farmacéuticos en la provincia de granada*. Contrato I +D (Investigador principal: Frías Jamilena, D.)
- *Marketing en alimentación*. Contrato I +D (Investigador principal: Luque Martínez, T.).
- *Diagnóstico de la situación del comercio interior de Andalucía y programas y medidas de modernización del comercio interior en Andalucía*. Contrato I +D (Investigador principal: Martín Armario, E.).
- *Evaluación del profesorado y servicios ofertados por el centro de lenguas modernas*. Contratos I +D (Investigador principal: Sánchez Fernández, J.)
- *Estudios sobre el posicionamiento en el mercado de alimentos infantiles*. Contrato I +D (Investigador principal: Luque Martínez, T.).
- *Investigación y análisis de la evolución de los hogares monoparentales y sus necesidades específicas de vivienda*. Contrato I +D (Investigador principal: Navarro Galera, A.)
- *Citaedem, índice de citas en economía de la empresa*. Proyecto I +D (Investigador principal: Hernández Mogollón, R.).
- *Dirección y administración de empresas en el Espacio Europeo De Educacion Superior*. Proyecto I +D (Investigador principal: Casado Mateos, M.A.)