

- Inicio
- Investigación
- Resultados desglosados
- Artículos en Revistas Internacionales

Artículos en Revistas Internacionales

Oficina Web UGR

- Muñoz-Leiva, F.; Sánchez-Fernández, J.; Montoro-Ríos, F.J.; Ibañez-Zapata, J.A. (2009): *Improving the response rate and quality in Web-based surveys through the personalization and frequency of follow-up mailings*, Quality & Quantity (pendiente de publicación).
- Sánchez, J.; Muñoz-Leiva, F.; Montoro, F.J.; Ibañez, J.A. (2008): *An Analysis of the Effect of pre-incentives and past-incentives based on draws on Response to Web Surveys*, Quality & Quantity (<http://dx.doi.org/10.1007/s11135-008-9197-4>).
- Castañeda, J.A.; Muñoz-Leiva, F.; Luque, T. (2007): *Web Acceptance Model (WAM): Moderating Effects of User Experience*, Information & Management, vol. 44, n.º 4, pp. 384-396.
- Castañeda, J. Alberto, Dolores M^a 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.
- Muñoz-Leiva, Francisco; Montoro-Ríos, Francisco J. and Ibañez-Zapata, José A. (2007): *An experimental study of the efficacy of trust-building seals and other determinants of usefulness in b-learning management systems*, Scottish Online Journal of e-Learning, vol. 1, n.º 1, pp. 43-55.
- Rodríguez, et al. (aceptado 2007) *The influence of the Internet on destination satisfaction*, Internet Research, pendiente de publicación.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.; Ibañez Zapata, J.A. (2007): *Modelling a city's image: The case of Granada*, Cities, pendiente de publicación.
- 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. (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.; Ibañez 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.
- Luque Martínez, T.; Ibañez 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
- 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, n.º 1, pgs. 00-30.
- Luque Martínez, T.; Castañeda García, J.A.; Frías Jamilena, D.M.; Muñoz-Leiva, F.; Rodríguez Molina, M.A. (2007) *Determinants of the use of internet as a tourist information source*, The Service Industries Journal, vol. 27, n.º 7.
- Castañeda, J.A.; 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.
- Sánchez Fernández, J. (2000): *Venta directa. Una alternativa para la empresa fabricante*, Esic-Market Revista Internacional de Economía y Empresa, pgs. 179-192.
- 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.
- Ibarro 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.

|| Accesibilidad | Política de privacidad

CEI BIOTIC | © 2025 | Universidad de Granada

Oficina Web UGR