

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

Artículos en Revistas Nacionales

Oficina Web UGR

- Luque Martínez, T.; Sánchez Fernández, J. (2001): *La lucha por la respuesta. Un análisis empírico*, Investigación y Marketing , pgs. 31-37.
- 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.
- 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.
- 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.; 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.
- 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. (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.
- Rodríguez Molina, M.A.; Del Barrio García, S.; Luque Martínez, T. (2000): *Posicionamiento mediante análisis factorial de correspondencias*, Investigación y Marketing, pgs. 18-25.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.; Muñoz Leiva, F. (2005): *Marketing turístico y estrategia espacial*, Investigación y Marketing , pgs. 37-42.
- Sánchez Fernández, J. (1999): *Opiniones sobre la venta a distancia. Un análisis empírico*, Investigación y Marketing, pgs. 27-34.
- 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

|| Accesibilidad | Política de privacidad

CEI BIOTIC | © 2024 | Universidad de Granada

Oficina Web UGR