

MEMORIA DE INVESTIGACIÓN 2018



Transformando personas

Departamento de Investigación
Dr. Ignacio Soret Los Santos

© ESIC 2019. Todos los derechos reservados.

ÍNDICE

1. Presentación	003	C. Membrecías en comités de dirección, científicos o consejos de redacción en revistas científicas	027
2. Comité de investigación	004	D. Editor/a	028
3. Política de fomento de la investigación	005	E. Tesis doctorales	028
3.1 Planes de acción para el fomento de la investigación	005	E.1 Leídas y aprobadas	028
3.2 Plan de acción para las ayudas a la investigación	005	E.2 En curso	029
3.3 Plan de investigación 2018	006	E.3 Dirección de tesis doctorales	030
3.3.1 Introducción	007	E.4 Membrecías en tribunales de tesis doctorales	030
3.3.2 Objetivos y líneas preferentes de investigación	007	F. Libros de investigación	031
3.3.3 Actividades a desarrollar	007	G. Capítulo de libro, prólogo.	031
3.3.3.1 Plan de ayudas a la investigación	008	H. Congresos con revisión por pares	033
3.3.3.2 Plan de acreditación	008	H.1 Comunicaciones	033
3.3.3.3 Tipos de actividades de investigación para profesores de ESIC	009	H.2 Revisión, coordinación, gestión	042
3.3.3.3.1 Investigación proactiva	009	I. Movilidad internacional e intercambio de investigadores	043
3.3.3.3.2 Proyectos ESIC	009	J. Producción de audiovisuales, MOOC	044
3.3.3.3.3 Proyectos ESIC-Empresa	009	5.2 Contribución a la práctica empresarial	045
3.3.3.3.4 Unidades Permanentes de Investigación (UPI)	010	A. Casos con teaching note en revistas con revisión por pares	045
3.3.3.4 Otras actividades	010	B. Casos en Bases de datos (Case Center y otras)	045
3.3.3.4.1 Formación	010	C. Artículos en revistas orientadas a la práctica	046
3.3.3.4.2 Talleres de Desarrollo de “casos ESIC”	011	D. Libros profesionales	046
3.3.3.4.3 Extensión del plan a otros campus	011	E. Conferencias profesionales	047
3.3.4 Revistas ESIC	012	5.3 Contribución a la sociedad	049
3.3.5 KPI'S fundamentales	012	A. Proyectos de investigación promovidos y financiados por ESIC	049
3.3.6 Anexo I	012	B. Proyectos de investigación nacionales y/o internacionales externos.	050
3.3.7 Anexo II	015	C. Informes a Organismos Públicos, Asociaciones empresariales, patronales, confederaciones...	051
4. Formación	019	5.4 Innovación docente	051
5. Actividad investigadora	020	A. Proyectos de innovación docente	051
5.1 Contribución al conocimiento	020	B. Artículos de desarrollo pedagógico e innovación	052
A. Publicaciones en revistas con revisión por pares	020	6. Investigación proactiva. Proyectos.	054
A.1 JCR, SCOPUS	020	7. Proyectos ESIC	056
A.2 Otras indexaciones	022		
B. Revisión de papers en revistas	025		

1 | PRESENTACIÓN

El Departamento de Investigación o Unidad Corporativa de Investigación es la unidad responsable de la Investigación en ESIC. Su misión es facilitar y apoyar a los profesores en su actividad investigadora, con el objetivo de mejorar individual e institucionalmente, tanto en los resultados propios de la investigación como en los procesos docentes.

Entre sus funciones están:

- ▶ Establecimiento de una Política Institucional de Investigación
- ▶ Elaboración de un Plan de Investigación
- ▶ Establecer unas áreas prioritarias de investigación
- ▶ Programar actividades de formación
- ▶ Atender a las necesidades expuestas por los investigadores
- ▶ Facilitar la difusión nacional e internacional de los resultados de Investigación
- ▶ Gestión de ayudas y subvenciones a la Investigación
- ▶ Evaluación e información de la actividad investigadora

2 | COMITÉ DE INVESTIGACIÓN

El Comité de Investigación está integrado por diferentes miembros de ESIC, a los que corresponde las siguientes funciones:

- Asesorar al Director de Investigación acerca de la política general de investigación
- Resolución de solicitudes de ayudas a la investigación
- Analizar las propuestas presentadas por el Director de Investigación

El Comité de Investigación está constituido por los siguientes miembros (a 1/1/2019):

- ✓ D. Segundo Huarte
- ✓ Dña. María Guijarro
- ✓ D. Antonio Martín
- ✓ D. Abel Monfort
- ✓ D. Javier Rovira
- ✓ D. Ignacio Soret

3 | POLÍTICA DE FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

ESIC Business&Marketing School tiene como uno de sus objetivos fundamentales la investigación científica y la transferencia de conocimiento a la sociedad. Para cumplir dicho objetivo, ESIC impulsará la investigación mediante un Programa de Fomento y Desarrollo de la Investigación.

Otros objetivos son la identificación de áreas de investigación competitivas, el fomento de la investigación que proporcione un avance o aportación contrastado de la ciencia, la publicación en medios de difusión de prestigio y la motivación al personal investigador.

3.1 PLANES DE ACCIÓN PARA EL FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

• Plan de acción 1: TESIS DOCTORALES Y ACREDITACIONES

- ▶ Fomentar la realización de tesis doctorales por parte de profesores de ESIC y la posterior presentación de ponencias en congresos y publicación de artículos extraídos de las mismas.
- ▶ Impulsar el interés hacia la investigación de los alumnos de ESIC, realizando una labor de sensibilización a la ciencia y la investigación durante la carrera.
- ▶ Fomentar la dirección de tesis doctorales por parte de profesores doctores de ESIC.

• Plan de acción 2: EQUIPOS DE INVESTIGACIÓN

- ▶ Crear equipos de investigación con publicaciones periódicas en revistas de impacto nacional e internacional.
- ▶ Fomentar la creación de Cátedras genéricas o sectoriales con empresas de prestigio o Asociaciones empresariales.
- ▶ Publicar libros de investigación aplicada.

3.2 PLAN DE ACCIÓN PARA LAS AYUDAS A LA INVESTIGACIÓN

- ▶ Ayuda a investigadores por artículos publicados en revistas de relevancia científica con índice de impacto permanente, nacional o internacional.
- ▶ Ayuda para asistencia a Congresos, Jornadas o reuniones científicas donde se presente comunicación u otra actividad científica relevante.
- ▶ Se analizarán otras ayudas a propuesta de los investigadores.

3.3 PLAN DE INVESTIGACIÓN 2018

3.3.1 Introducción

3.3.2 Objetivos y líneas preferentes de investigación

3.3.3 Actividades a desarrollar

3.3.3.1 Plan de las ayudas a la investigación

3.3.3.2 Plan de acreditación

3.3.3.3 Tipos de actividades de investigación para profesores de ESIC

3.3.1 Investigación proactiva

3.3.2 Proyectos ESIC

3.3.3 Proyectos ESIC-Empresa

3.3.4 Unidades Permanentes de Investigación (UPI)

3.3.3.4 Otras actividades

3.3.3.4.1 Formación

3.3.3.4.2 Talleres de Desarrollo de “casos ESIC”

3.3.3.4.3 Extensión del plan a otros campus

3.3.4 Revistas ESIC

3.3.5 KPI'S fundamentales

3.3.6 Anexo I

3.3.7 Anexo II

3.3.1 INTRODUCCIÓN

En el contexto del Plan Estratégico 2020, y alineado con los objetivos corporativos derivados del mismo, el Departamento de Investigación, junto con los miembros del Comité de Dirección de ESIC: Teresa Freire (Secretaria General), Segundo Huarte (Director del Área de Grado y Presidente del Comité de Investigación) y Gastón Fornés (Director de la Unidad de Desarrollo Internacional), han preparado una serie de actividades para desplegar en todas las Unidades de ESIC, en todos los territorios, con el objetivo básico de “Impulsar la Investigación para consolidar nuestra cercanía con el mundo empresarial, ser un jugador internacional en Marketing y Economía Digital, y apoyar la empleabilidad de nuestros alumnos”.

3.3.2 OBJETIVOS Y LÍNEAS PREFERENTES DE INVESTIGACIÓN

- ▶ Generar un salto en calidad y cantidad en el ámbito de la Investigación, combinando tanto la Investigación Académica como la Investigación Aplicada, aportando valor al conocimiento
- ▶ Focalizar la Investigación en las áreas de interés, para conseguir impacto en la Sociedad y generar contenidos que apoyen la labor del profesor y reviertan en los alumnos
- ▶ Duplicar en cinco años el número de profesores implicados en Investigación
- ▶ Generar en cinco años un incremento notable en papers JCR y casos de estudio
- ▶ Mejorar el posicionamiento de al menos dos de las 3 revistas científicas de ESIC

Las líneas preferentes de investigación, en cualquier caso, son:

- Marketing
- Economía Digital
- Comunicación
- Emprendimiento
- International Management
- Economía, Ética y Sociedad
- Innovación Docente y Nuevas Tecnologías en Educación Superior

3.3.3 ACTIVIDADES A DESARROLLAR

- ▶ Plan de Ayudas a la Investigación
- ▶ Plan de Acreditación
- ▶ Tipos de actividades de investigación para profesores de ESIC
 - Investigación proactiva
 - Proyectos ESIC
 - Proyectos ESIC-EMPRESA
 - Unidades Permanentes de Investigación (UPI)

► Otras Actividades

- Formación
- Talleres de desarrollo de casos ESIC
- Categorización de investigadores
- Extensión del Plan a otros Campus

► Revistas ESIC

3.3.3.1 PLAN DE AYUDAS A LA INVESTIGACIÓN

Se han actualizado las ayudas a la investigación por publicaciones, congresos y otras actividades de investigación, según se describen en el Anexo I, que serán solicitadas en los formatos correspondientes al Comité de Investigación a través del Director de Investigación: **investigación@esic.edu** con el visto bueno preceptivo del responsable de la unidad de la que el solicitante forma parte. Se detallan también ciertas observaciones referentes al “Prestigio editorial”, en el Anexo II, y a los Congresos.

3.3.3.2 PLAN DE ACREDITACIÓN

Dentro del Plan de apoyo a la Acreditación se van a llevar a cabo jornadas informativas y de orientación a profesorado, para lo que se cuenta con una empresa experta. El programa de apoyo a profesorado se inicia con las siguientes acciones:

a. Jornadas informativas:

- Presentación de la empresa y servicios que presta.
- Servicio de solicitud de acreditación del profesorado contratado. Figuras de Profesor Ayudante Doctor, Contratado Doctor y de Universidad Privada. Fases del proceso, información y documentación requerida.
- Méritos específicos para el Campo de Evaluación de Ciencias Sociales y Jurídicas.

b. Jornada de orientación grupal e individual:

Se prevé otra Jornada de Orientación en profundidad, con una duración de 4 horas: 1 hora conjunta y 3 horas de atención individualizada.

c. Apoyo técnico para la presentación de documentación para la acreditación.

Para todos aquellos profesores que soliciten apoyo a la acreditación, podrán contar con los servicios prestados por la empresa, que consisten en:

- Carga de la información de los méritos del Currículo en la aplicación informática de la ANECA según los apartados definidos para la evaluación del profesorado para la contratación de la ANECA (figuras de Profesor Ayudante Doctor, Profesor Contratado Doctor y Profesor de Universidad Privada), buscando optimizar su puntuación.
- Búsqueda y carga de los indicios de calidad de las publicaciones científicas recogidas en la aplicación.
- Preparación de la solicitud y del documento con los justificantes de los méritos. No se incluye escaneado de documentación.
- Asesoramiento técnico a lo largo de todo el proceso de elaboración de acreditación.

- Revisión por pares de la carga de datos.
- Presentación en el Registro.

3.3.3.3 TIPOS DE ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN PARA PROFESORES DE ESIC

3.3.3.3.1 INVESTIGACIÓN PROACTIVA

El profesor decide libremente qué tipo de investigación desea realizar, dónde difundir el resultado de su investigación y con quién, sea colaborando con otros investigadores de ESIC o no. En este caso, puede solicitar las ayudas destinadas a tal efecto (ver Anexo I y Anexo II), dirigiéndose al Departamento de Investigación: **investigación@esic.edu** con el formato adecuado disponible en el “Sistema de gestión de calidad” en Agresso-Recursos y Servicios¹.

3.3.3.3.2 PROYECTOS ESIC

En esta modalidad, los profesores pueden agruparse con otros investigadores, de ESIC o externos, para constituir un equipo que pueda llevar a cabo un proyecto de investigación. Los profesores de ESIC, 4 máximo, han de serlo en dedicación exclusiva y plena.

3.3.3.3.3 PROYECTOS ESIC-EMPRESA

Este tipo de proyectos pueden ser promovidos por cualquier profesor de ESIC o a iniciativa de cualquier empresa, y suelen ir ligados a una dotación económica de partida aportada por la empresa que contrata los servicios de un investigador o de un grupo de investigación. Dicha dotación será repartida entre los investigadores del grupo participante, en función de lo acordado al inicio del proyecto.

También se contemplan en este apartado los Casos de Estudio derivados de Acuerdos de ESIC Proyectos Corporativos con empresas concretas, constitución de Cátedras, Institutos, Observatorios...

La convocatoria se considera abierta durante todo el año.

Para la presentación de candidaturas puede usarse el formato de “Solicitud de creación y/o participación en equipos de investigación” dirigida al Departamento de Investigación, **investigación@esic.edu**

También pueden solicitarse ayudas por cualquier tipo de publicaciones derivadas del proyecto, a través del Comité de Investigación, así como por cualquier tipo de actividad investigadora prevista en las ayudas del Departamento de Investigación de ESIC.

¹ En el campus virtual de ESIC pueden encontrarse los formatos siguientes: 1) Solicitud de creación y o participación en equipos de investigación, 2) Solicitud de ayudas para publicaciones científicas, 3) Solicitud de bolsa de viaje para asistencia a congresos, jornadas y reuniones científicas, 4) Expone/Solicita.

3.3.3.3.4 UNIDAD PERMANENTE DE INVESTIGACIÓN (UPI)

En esta modalidad, sólo disponible en ESIC-Pozuelo, se pretende crear una estructura estable de investigación a largo plazo, mediante la denominación “Unidad permanente de investigación”, UPI. En esta primera convocatoria se prevén un total de 8 investigadores repartidos en tres categorías distintas²:

- 1 mentor. Nivel 4
- 2 investigadores principales. Nivel 3
- 5 investigadores asociados. Nivel 2

El mentor puede actuar como investigador principal, aunque, además, su función primordial es de apoyo al resto de investigadores para guiarles hacia el cumplimiento de objetivos.

Esta modalidad supone el mantenimiento de la actividad investigadora durante cinco años, revisable anualmente y prorrogable a futuro. Además, se pretende que los investigadores asociados puedan subir de nivel dentro de los primeros años.

Los candidatos pueden ser profesores de ESIC (no necesariamente en dedicación plena ni exclusiva) o investigadores externos.

Hay que destacar que se desean publicaciones mayormente en inglés y, sobre todo, el fomento de las colaboraciones internacionales, con el objeto de obtener un efecto multiplicador de publicaciones.

Los investigadores principales no deben trabajar conjuntamente en un proyecto o trabajo, aunque podrían trabajar con los investigadores asociados para ayudarles en su desarrollo. El investigador Mentor obrará del mismo modo.

Aunque los investigadores de la UPI puedan estar afiliados a otras instituciones, deben firmar como “investigador de ESIC Business&Marketing School” en primer lugar.

3.3.3.4 OTRAS ACTIVIDADES

3.3.3.4.1 FORMACIÓN

Se prevén acciones formativas en los siguientes temas:

- a. Metodología de la investigación.
- b. Talleres de creación de casos de estudio

Por la importancia de los talleres de casos, le dedicamos a continuación un punto aparte.

²CATEGORIZACIÓN DE INVESTIGADORES:

Nivel 1. Investigadores. Aquellos profesores de ESIC que han solicitado ayudas al Comité de Investigación.

Nivel 2. Investigadores Asociados. Deberán ser doctores o, al menos, en proceso de doctorando avanzado. Además, presentar evidencias de capacidad de publicación en revistas científicas de prestigio.

Nivel 3. Investigadores Principales. Doctor Acreditado y con trayectoria investigadora de al menos 5 años. Deberá acreditar publicaciones científicas (JCR) y participación en algún Proyecto de Investigación (Público o Privado) anterior. Deseable, también, dirección de tesis doctorales. Publicaciones, preferentemente en inglés.

Nivel 4. Mentor. Investigador senior. Doctor Acreditado, de prestigio internacional, con producción científica de alto impacto. Tendrá experiencia demostrable como director de proyectos nacionales y/o internacionales y capacidad de contacto y relación para la consecución de proyectos nacionales y/o internacionales.

3.3.3.4.2 TALLERES DE DESARROLLO DE “CASOS ESIC”

Una empresa oferta dos talleres para la creación de un modelo de CASO ESIC. Esta propuesta ya ha sido realizada en el campus de Valencia con éxito.

OBJETIVOS. Se pretenden los siguientes objetivos:

1. Diseñar un Modelo de Caso ESIC que permita potenciar la marca ESIC, con las premisas:
 - Casos centrados en líneas preferentes de investigación de ESIC
 - Casos referentes a experiencias directas de profesores ESIC
 - Casos multidisciplinares/transversales que se puedan utilizar en varias asignaturas de un mismo Master/ Programa de Grado
 - Casos cuyos protagonistas estén vinculados directamente a ESIC (Claustro/Alumni)
2. Desarrollar una metodología de escritura sistematizada que permita a los profesores optimizar el proceso y rentabilizar sus experiencias profesionales mediante Casos ESIC, útiles para el desarrollo de clases más dinámicas y participativas.
3. Acompañar el proceso de edición de Casos ESIC y “Teacher Notes” en modalidad on-line para asegurar la coherencia entre los primeros “Casos ESIC” y facilitar la escritura a los autores (profesores-as y adjuntos-as).
4. Transmitir y ejercitar destrezas docentes para la impartición efectiva de clase utilizando el método del “Caso ESIC”, mediante técnicas de “roleplay-feed-foreword”.
5. Crear un protocolo de escritura e impartición apoyado en videos que asegure la coherencia y sirva de aprendizaje para futuros talleres de escritura e impartición (Propuesta Innovation Solutions posterior a los dos Talleres).

3.3.3.4.3 EXTENSIÓN DEL PLAN A OTROS CAMPUS

El Plan de investigación se aplicará en los Campus de Madrid y Valencia. Puede extenderse a otros campus de ESIC, según sea necesaria su implantación y analizando las características propias de cada uno de ellos.

En los Campus de Zaragoza y Barcelona, la actividad sistemática de Investigación ya se ha iniciado 2018.

3.3.4 REVISTAS ESIC

ESIC cuenta con tres revistas científicas:

- ESIC MARKET
- ADRESEARCH ESIC
- PANISH JOURNAL OF MARKETING-ESIC (indexada Scopus)

Puede obtenerse más información en la página web de ESIC.

3.3.5 KPI'S FUNDAMENTALES

- % Profesores implicados en Investigación
- Número de Doctores
- Número de Doctores Acreditados
- Número de JCRs publicados
- Número de Casos de Estudio publicados
- Número de Notas Técnicas publicadas

3.3.6 ANEXO I. AYUDAS A LA INVESTIGACIÓN POR PUBLICACIONES, CONGRESOS Y OTROS

Las ayudas a la investigación por publicaciones, congresos y otras actividades de investigación, según se describen en este Anexo I, serán solicitadas en los formatos correspondientes al Comité de Investigación a través del Director de Investigación: investigación@esic.edu con el visto bueno preceptivo del responsable de la unidad de la que el solicitante forma parte. Se detallan también ciertas observaciones referentes al “Prestigio editorial”, en el Anexo II, y a los Congresos.

La cuantía de las ayudas expuestas se dividirá entre el número de autores firmantes. La afiliación de los autores será siempre ESIC Business&Marketing School. En caso de que el autor firme con dos afiliaciones, nunca más de dos, ESIC deberá figurar la primera para obtener la ayuda y en este caso la ayuda se dividirá por dos (salvo casos excepcionales en los que por razones de prestigio interese considerar).

AYUDAS POR PUBLICACIONES (1-1-2018)

A) REVISTAS

a.1) Revistas JCR

- Índice de Impacto igual o mayor a 1
- Índice de Impacto igual o mayor de 0,5 y menor que 1
- Índice de Impacto menor que 0,5
- Reseñas en revistas JCR

a.2) Otras revistas de prestigio en inglés (Scopus, Latindex...)

- En líneas de investigación prioritarias
- Otras líneas de investigación relacionadas

B) REVISTAS NACIONALES (Con índice de impacto permanente)

- Nivel A (Primer cuartil)
- Nivel B (Segundo cuartil)
- Nivel C (Tercer cuartil) / Nivel D (Cuarto cuartil)
- Reseñas

C) LIBROS DE INVESTIGACIÓN

c.1) Publicados en inglés por editorial de prestigio según relación

- Libros
- Capítulo de libro

c.2) Publicados en español por editorial de prestigio según relación

- Libros
- Capítulo de libro

D) CASOS DE ESTUDIO

La ayuda excluye derechos editoriales de autor.

E) TESIS DOCTORALES LEÍDAS Y APROBADAS

F) TRADUCCIÓN DE PAPERS Y CORRECCIÓN DE ESTILO EN INGLÉS

Observaciones:

En las publicaciones, en general:

- El nombre de ESIC BUSINESS&MARKETING SCHOOL debe figurar junto al nombre del autor.
- El importe es por artículo o libro; si lo firman varios autores se dividirá entre el número de autores.
- Si un autor firma como perteneciente a dos instituciones, el importe se dividirá entre el número de instituciones, salvo casos excepcionales a considerar particularmente.
- No serán objeto de ayuda las actividades previas a la publicación, tales como

viajes, informes de bases de datos etc.

- En revistas JCR, a la ayuda prevista se sumará el pago que pudiera tenerse que hacer por derechos de publicación, que ciertas revistas exigen.

Referente al “Prestigio editorial”:

Se tomará como referencia para la concesión de ayudas a publicaciones de libros y capítulos de libro por editoriales de prestigio la lista del CSIC para editoriales españolas y extranjeras, según SPI, Scholarly Publishers Indicators in Humanities and Social Sciences. Ver Anexo II. No obstante, el Comité de Investigación puede valorar otras editoriales que cumplan los requisitos de prestigio considerados en dicho SPI.

Referente a Congresos y otras jornadas científicas:

Las ayudas a la asistencia a Congresos y Jornadas científicas podrán ser parciales en función de la calidad de los mismos y su temática. El objetivo fundamental de la asistencia a congresos es, no sólo la visibilidad ante participantes internacionales y sus Universidades a las que representan, sino también contactar con otros investigadores con los que poder colaborar en un futuro en investigaciones y facilitar la movilidad e intercambio inter-universidades, y también obtener feedback acerca del trabajo para mejorarlo y presentarlo a revistas de relevancia científica.

Así, es conveniente recordar a los investigadores la necesidad de elaborar un breve informe posterior a la asistencia a Congresos y Jornadas científicas, valorando los asistentes y entidades a las que representan, líneas de investigación principales del congreso y, especialmente, los contactos establecidos con cierta posibilidad de colaboración en proyectos de investigación inter-universitarios e inter-nacionales, publicaciones conjuntas, etc.

El Comité de Investigación puede denegar una solicitud de ayuda a congreso si el solicitante, después de varios congresos, no ha publicado en ninguna revista relevante.

3.3.7 ANEXO II. AYUDAS A LA INVESTIGACIÓN POR PUBLICACIONES, CONGRESOS Y OTROS

Prestigio de las editoriales según expertos españoles. Editoriales mejor valoradas por sectores.

POSICIÓN	EDITORIAL	ICEE
1	Tirant Lo Blanch	31.563
2	Aranzadi (Thomson Reuters)	22.805
3	Marcial Pons	17.166
4	Tecnos (Grupo Anaya, Hachette Livre)	16.387
5	Comares	9.601
6	Dykinson	8.254
7	La Ley (Wolters Kluwer)	5.025
8	Bosch	4.815
9	Civitas (Thomson Reuters)	3.494
10	Iustel	3.328
11	Lex Nova	2.389
12	Ariel (Grupo Planeta)	1.938
13	Trotta	1.655
14	Atelier	1.453
15	Centro De Estudios Políticos Y Constitucionales	1.369
16	Colex	1.036
17	Centro De Investigaciones Sociológicas	0.426
18	Reus	0.344
19	Fondo De Cultura Economica	0.205
20	Eunsa	0.203
21	Siglo XXI De España (Akal)	0.160
22	Laborum	0.150
23	Centro De Estudios Financieros	0.147
24	Centro De Estudios Ramón Areces	0.141
25	Instituto de Estudios Fiscales	0.136
26	Alianza (Grupo Anaya, Hachette Livre)	0.135
27	Biblioteca Nueva	0.127
28	Catarata	0.105
28	Centro Internacional De Investigación E Información Sobre La Economía Pública, Social Y Cooperativa (Ciriec)	0.105
29	Universidad De Granada	0.089
30	Edisofer	0.074
31	Edersa	0.067
32	Netbiblo	0.061
33	Uned	0.058
34	Paidós (Grupo Planeta)	0.046
35	McGraw Hill Interamericana De España	0.043
36	Akal (Akal)	0.041
36	Pirámide (Grupo Anaya, Hachette Livre)	0.041
37	Universidad De Salamanca	0.034
38	Icaria	0.029
39	Anthropos Editorial	0.028
39	Instituto Nacional De Administración Pública (Inap)	0.028
40	Universidad De Castilla La Mancha	0.027
41	Pons	0.025
41	Montecorvo	0.025
42	Andavira	0.024
43	Taurus	0.022
43	Espasa (Planeta)	0.022
44	Anaya (Grupo Anaya, Hachette Livre)	0.019

POSICIÓN	EDITORIAL	ICEE
45	Consejo Económico y Social	0.018
46	Junta De Andalucía	0.017
46	Universidad De Leon	0.017
47	Universidad De Oviedo	0.016
48	Rialp	0.015
49	Universidad Complutense De Madrid	0.014
49	Biblioteca De Autores Cristianos	0.014
50	Universidad De Zaragoza	0.012
50	Plaza y Valdés	0.012
51	Colegio De Registradores De España	0.011
52	Ediciones Bellaterra	0.010
52	Institut d'Estudis Autònoms	0.010
53	Visor	0.009
53	Universidade Da Coruña	0.009
53	Iprolex	0.009
54	Promociones Y Publicaciones Universitarias	0.008
54	Fundación Mapfre	0.008
54	Ministerio De Empleo Y Seguridad Social	0.008
55	Junta de Castilla y León	0.007
55	Universitas	0.007
56	Universidad Autónoma De Madrid	0.006
56	Esic	0.006
56	Ministerio De Justicia	0.006
56	Difusión Jurídica	0.006
57	Universitat Jaume I	0.005
57	El Derecho (Grupo Francis Lefebvre)	0.005
58	Universidad De Sevilla	0.004
58	Universidade De Santiago De Compostela	0.004
58	Institucion Fernando El Católico	0.004
59	Ministerio De Educación, Cultura Y Deporte	0.003
59	Universidad de Jaén	0.003
59	Universidad Pontificia Comillas	0.003
59	El Justicia de Aragón	0.003
59	Ediciones Cinca	0.003
60	Institucio Alfons El Magnanim	0.002
60	Fundación Barrie	0.002
60	Sanz Y Torres	0.002
60	Dilex	0.002
60	Universidad Pontificia De Salamanca	0.002
60	Consejo Andaluz De Relaciones Laborumales	0.002
61	Alhambra	0.001
61	Boletín Oficial del Estado	0.001
61	Ceu Ediciones	0.001
61	Fundación Universitaria Española	0.001
61	Ateles Editores	0.001
61	Cortes De Castilla La Mancha	0.001
61	Aldebaran	0.001
EDITORIALES EXTRANJERAS		
POSICIÓN	EDITORIAL	ICEE
1	Thomson Reuters	11.932
2	Oxford University Press	6.194
3	Cambridge University Press	4.853
4	Wolters Kluwer	3.934
5	Giuffre	2.945

POSICIÓN	EDITORIAL	ICEE
6	Springer	1.983
7	McGraw Hill	1.456
8	Verlag C. H. Beck	1.333
9	Cedam (Wolters Kluwer)	1.054
10	Routledge (Francis & Taylor Group)	1.041
11	De Gruyter	0.861
12	Daloz	0.767
13	Harvard University Press	0.765
14	Presses Universitaires De France (Puf)	0.493
15	Il Mulino	0.473
16	Martinus Nijhoff Publishers	0.384
17	Peter Lang	0.346
18	Brill	0.267
19	Duncker & Humblot	0.264
20	Mohr Siebeck	0.253
21	Hart	0.242
22	Elsevier	0.235
23	Bruylant (Larcier Group)	0.220
24	Blackwell	0.215
25	Sage	0.207
26	Francis Lefebvre	0.196
27	Giappichelli	0.165
28	Yale University Press	0.160
29	Ashgate Publishing (Ashgate Publishing Group)	0.159
30	Jovene	0.125
31	Librairie Générale De Droit Et De Jurisprudence (Lgdj)	0.112
32	Brepols	0.103
33	Macmillan	0.101
34	Edward Elgar	0.089
35	Utet	0.073
36	Nomos Verlag (C. H. Beck)	0.061
37	C.F. Müller (Hjr Verlag)	0.058
38	Sweet & Maxwell	0.055
39	Porrua	0.049
40	Sellier	0.048
41	Editions A. Pedone	0.042
42	Palgrave	0.040
43	Chicago University Press	0.038
43	Seuil	0.038
44	Carl Heymanns Verlag (Wolters Kluwer)	0.036
45	L'Harmattan (Grupo L'Harmattan)	0.034
46	Universidad Nacional Autonoma De Mexico	0.033
47	Giulio Einaudi Editore	0.031
48	L'Erma Di Bretschneider	0.027
49	University Of California Press	0.023
49	Böhlau Verlag	0.023
49	International Bureau Of Fiscal Documentation	0.023
50	Ecole Française De Rome	0.022
51	Columbia University Press	0.020
51	Intersentia	0.020
52	Peeters	0.019
53	Hachette (Hachette Livre)	0.018
54	Vittorio Klostermann	0.017
55	Mondadori (Penguin Random House)	0.015

POSICIÓN	EDITORIAL	ICEE
56	Otto Schmidt	0.014
57	Lexisnexis	0.011
58	Presses Universitaires Du Mirail (Pum)	0.009
58	B De F	0.009
59	Nova Publisher	0.008
59	Economica	0.008
59	Rubinzal Culzoni	0.008
59	Temis	0.008
60	Everest	0.007
61	De Boeck	0.005
61	Larousse	0.005
61	La Cantinella	0.005
62	Abeledo Perrot	0.004
63	Lloys Of London Press (Llp)	0.003
63	Aspen Publishers (Wolters Kluwer)	0.003
63	Cameron May	0.003
64	Global Law Press	0.002
64	Iuss Press - Istituto Universitario Di Studi Superiori Di Pavia	0.002
64	Deutsche Verlag Der Wissenschaften (Dvw)	0.002
64	Editoriale Scientifica	0.002
64	Larcier	0.002
65	Franco Angeli	0.001
65	Saraiva	0.001
65	Monduzzi Editore	0.001
65	Libreria Editrice Vaticana	0.001
65	Pellegrini Libri	0.001
65	Universite Libre De Bruxelles	0.001

4 | FORMACIÓN

OBJETIVOS

El objetivo es ampliar el conocimiento de los profesores acerca de las posibilidades de difusión de la investigación, lo que, además, apoyará la realización de casos y otros documentos orientados a la docencia. También se pretende mostrar las oportunidades de investigación en el ámbito de la innovación abierta. Por otra parte, se trata de revisar elementos propios de la metodología de investigación, a nivel conceptual y de aplicación.

CURSOS

Siguiendo con la política de formación para profesores investigadores establecida en cursos anteriores, en los que se desarrollan temas relacionados con la metodología de investigación, investigación aplicada y análisis de la información, se han realizado los siguientes seminarios de investigación.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	
	TÍTULO	OBJETIVOS
Departamento de Investigación	SPSS, bivalente, factorial y regresión	Análisis bivalente, análisis factorial, regresión, mediante SPSS.
Departamento de Investigación	Curso integral casos de estudios	Cupo del curso cubierto. No admite más asistentes
Jornada Anual del Departamento de Comunicación y Publicidad	Nuevas experiencias metodológicas, aplicadas al reto formativo de la Generación Z.	Compartir experiencias docentes, con el fin de mejorar las técnicas comunicativas del profesorado, a través de iniciativas innovadoras, ante un perfil de alumno en constante cambio.
Jornada Anual del Departamento de Dirección de Empresas	VII Encuentro de Profesores del Departamento Académico de Dirección de Empresas.	Conocer modelos de negocio relacionados con la realidad virtual. Analizar la salud de la start-up española. Descubrir casos de éxito de empresas sociales. Debatir las mejores prácticas en innovación docente aplicada al área de Administración de Empresas.
Departamento de Comunicación y Publicidad	Visual Studies	Ofrecer a los profesores un enfoque que les permita mejorar sus metodologías docentes, tomando como herramienta las posibilidades de los estudios sobre CULTURA VISUAL.
Jornada Anual del Departamento de Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos	El nuevo ecosistema del Business Intelligence	Análisis de las claves de los nuevos mercados y consumidores. Evolución de las técnicas de medición y análisis. Las emociones y el papel de la neurociencia. Visita a Kantar Millward Brown
Jornada Anual del Departamento de Informática y Nuevas Tecnologías	Programación de Macros en Excel	Mostrar a los profesores un enfoque de Excel desde el punto de vista de la Programación
Jornada Anual del Departamento de Humanidades y Derecho	Encuentro de Profesores del Departamento Académico de Humanidades y Derecho	Compartir técnicas de innovación docente; acercar los nuevos contenidos del TSDMG; mejorar los debates en el aula; y poner en práctica las 5 Culturas de ESIC.
Jornada Anual del Departamento de Dirección de Marketing	Innovación Docente	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer las actividades innovadoras que se están realizando en las aulas, así como su resultado e implicación por parte de los alumnos. - Ofrecer a todos los profesores nuevas prácticas de éxito. - Establecer un foro de puesta en común y discusión sobre experiencias educativas en las aulas.
Jornada Anual Departamento de Economía y Finanzas	JORNADA ANUAL	Revisión contenidos

5 | ACTIVIDAD INVESTIGADORA

5.1 CONTRIBUCIÓN AL CONOCIMIENTO

A) Publicaciones en revistas con revisión por pares

A.1) JCR, SCOPUS

► *Baumert, Thomas et al.:*

- (1) Gutiérrez, C., Heijs, J. y Baumert, T. (2018) Assymetric spillovers from National Innovation Systems to knowledge creation processes in their regions. *Revista de Economía Aplicada*, 77 (vol. XXVI), pp. 77-100.
- (2) M. Buesa & T. Baumert (2018). ¿Hit the core or weaken the periphery? Comparing strategies to break the circle of violence with an embryonic terrorist group: The case of Galician Resistance. *Terrorism and Political Violence*, 30(3), pp. 475-502.

► *Benet, A. et al.:*

- Alejandro Benet Zepf; Juan Marín García; Inés Küster Boluda. Clustering the Mediators Between the Sales Control Systems and the Sales Performance Using the AMO Model: a Narrative Systematic Literature. *Intangible Capital*. 14 - 2, pp. 387 - 408. (España): OmniaScience, 2018. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.3926/ic.1222>>. ISSN 1697-9818.

► *Botey, M. et al.:*

- Arias, P., Alarcon, S.; Botey, M. (2018). “The Economic-Financial Difficulties To Innovate In Spanish Industry”. *International Journal Of Innovation Management*, World Scientific Publishing Co., 1950017-1 a 1950017-23.

► *De-Pablos-Heredero, Carmen et al (UPI):*

- De-Pablos-Heredero, Carmen, Jose Luis Montes-Botella, and Antón García-Martínez. 2018.
- “Sustainability in Smart Farms: Its Impact on Performance.” *Sustainability* 10 (1713). doi: doi:10.3390/su10061713. Indicios de calidad: Impacto en 2017 de 2.075. Percentiles: 50.207 Environmental Sciences, 37.879 Green & Sustainable Science & Technology.

► *Fernández-Lores, S. et al.:*

- (1) Gavilán, D., Martínez-Navarro, G., & Fernández-Lores, S. (2018), Influencia social en las comunidades de cine: Filmaffinity como caso de estudio. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24(1), 551 a 565. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59966>
- (2) Gavilán, D., Martínez-Navarro, G., & Fernández-Lores, S. (2017). Universitarios y redes sociales informativas: Escépticos totales, moderados duales o pro-digitales. *Comunicar, revista científica de educomunicacion*, (53), 61 a 70. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-06>.

- (3) Gavilán, D., Martínez-Navarro, G., & Fernández-Lores, S. (2017). Influencia social online: nuevas tecnologías en la comunicación del sector turístico. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 15(2), 138 a 167. <https://doi.org/10.7195/ri14.v15i2.1065>.

► **Forcadell, Francisco Javier et al (UPI):**

- Forcadell, Francisco Javier, Fernando Úbeda, and José Ángel Zúñiga-Vicente. 2018. "Initial resource heterogeneity differences between family and non-family firms: Implications for resource acquisition and resource generation." *Long Range Planning*.
- doi: 10.1016/j.lrp.2017.11.003. Indicios de calidad: Impacto en 2017 de 3.221. Percentiles: 93.86 *Planning and Development*, 76.429 *Management*, 74.643 *Business*.

► **Hervás-Oliver, José Luis et al. (UPI):**

- González-Alcaide, Gregorio, Juan Gorraiz, and José-Luis Hervás-Oliver. 2018. "On the use of bibliometric indicators for the analysis of emerging topics and their evolution: Spin-offs as a case study." *El Profesional de la Información* 27 (3):493-510. doi: 10.3145/epi.2018.may.04. Indicios de calidad: Impacto en 2017 de 1.318. Percentiles: 51.705 *Information Science & Library Science*.

► **López-Vázquez, Belén et al.:**

- Fornes, G.; Lopez, B.; Bierens de Haan, M.; Blanch, J. (2018). "Best Practice example of CSR and S&E engagement in emerging economies. Analysis of a case study based in China". *Journal of Asia Business Studies*, <https://doi.org/10.1108/JABS-08-2017-0120>. Emerald Insight. Scopus. Clarivate Analytics.

► **Marín, Cristina et al.:**

- Marín, C.; Carrero O. (2018), YouTube como plataforma de innovación docente: un caso aplicado al canal zalathun creatividad. *Propuestas docentes para un nuevo curriculum universitario*. Editorial Tecnos, ISBN 978-84-309-7381-1, 175-190.

► **Martí-Sánchez, Myriam y Roger-Monzó, Vanessa:**

- (2018). La percepción social de la homeopatía en la prensa digital española: un análisis semántico. *Panacea@ Revista de Medicina, Lenguaje y Traducción*, 19(47), 115 a 123. Recuperado de <http://www.tremedica.org/panacea/IndiceGeneral/n47-tribuna-6.pdf>

► **Pascual-Soler, M. et al.:**

- (1) Frías-Navarro, D., García, L., Garcia-Banda, G., Pascual-Soler, M., & Badenes-Ribera, L. (2018). Attitudinal Change Toward Same-Sex Parents: the Effect of the Explanation of the Etiology of the Homosexual Sexual Orientation. *Sexuality Research and Social Policy*, 15(4), 516-529.
- (2) Berrios-Riquelme, J., Frías-Navarro, D., Pascual-Soler, M., & Badenes-Ribera, L. (2018). Internalized group threat in latin-american immigrants in Spain: initial evidence of reliability and validity. *Interciencia*, 43(5), 365-371.

► **Sánchez, P.:**

- Sánchez, P. (2017). Turismo halal en Perú: ¿una oportunidad de negocio? Opción. 33 (82), 533 a 549.

► **Tapia-López, Alicia et al.:**

- Tapia López, Alicia; Marín Palacio, Cristina. (2018). El open data de la publicidad institucional. Revista de Información y Documentación, 28 (2), pp. 507-524. <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/62837>.

A.2) OTRAS INDEXACIONES

► **Ávila Rodríguez-de-Mier, B. et al.:**

- (1) Ávila Rodríguez-de-Mier, B. & Martín-García, N.C., La frecuencia del uso de internet como determinante de la vulnerabilidad entre la población sénior: Usuario habitual vs. no usuario habitual. Revista Mediterránea de Comunicación. Monográfico Vulnerabilidades digitales. Aprobado y pendiente de publicar en enero 2019.
- (2) Ávila Rodríguez-de-Mier, B. & Martín-García, N.C., La población sénior y su percepción de la publicidad: Influencia del medio y del emisor. Revista de la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana (SEECI). Aprobado y pendiente de publicar en 2019.

► **Baumert, Thomas et al.:**

- (1) Gutiérrez, C. y Baumert, T. (2018). Smith, Schumpeter y el estudio de los sistemas de innovación. Economía y política, nº 5(1), pp. 93-111.
- (2) Morales, D., Buesa, J., Heijs, J. y Baumert, T. (2018). Innovación y competitividad: un análisis aplicado a las empresas industriales españolas. Cuadernos de Información Económica, nº 265, pp. 25-41.
- (3) Buesa, M., Heijs, J., Baumert, T. y Gutiérrez, C. (2018). Medición sintética de tres lustros de innovación regional en España, 2000-2015. Cuadernos de Información Económica, nº 262, pp. 59-76.

► **Blanch, Javier et al. (UPI):**

- Gaston, Fornes, Belen Lopez, and Javier Blanch. 2018. "Best practice example of CSR and S&E engagement in emerging economies: Analysis of a case study based in China." Journal of Asia Business Studies.

► **Botey, María et al.:**

- Botey, M.; Arias, P.; Alarcón, S. (2018). "El Proceso de Innovación Según La Intensidad Tecnológica de La Industria Manufacturera Española". Revista Economía Industrial Ministerio De Energía, Turismo Y Agenda Digital. nº407, 107 a 121.

► **Castelló-Sirvent, Fernando et al.:**

- (1) Castelló-Sirvent, Fernando y Roger Monzó, Vanessa (2018). El papel del alumnado en la propuesta y diseño de acciones docentes. @TIC Revista d'Innovació Educativa, 20, 1 a 15. Recuperado de <https://ojs.uv.es/index.php/attic/article/view/10143>
- (2) Llopis-Amoros, M^a Pilar; Roger-Monzó, Vanessa y Castelló-Sirvent, Fernando (2018). Análisis de la percepción sobre la utilidad de los sistemas de gestión de aprendizaje en el EEES. REDU, Revista de Docencia Universitaria, (16)2 (pendiente de publicación).

► **Forcadell, F. J., & Aracil, E. 2019.**

- ¿Can multinational companies foster institutional change and sustainable development in emerging countries? A case study. Business Strategy & Development. <https://doi.org/10.1002/bsd2.45>.

► **López Vázquez, B.; Monfort, A. et al.:**

- (1) Sebastián Morillas, A.; Monfort, A.; López, B. (2018). Analysis of content trends and brand communication platforms in Spain. Doxa Comunicación, 27, preprint.
- (2) Sebastián Morillas, A.; Monfort, A.; López, B. (2018). Análisis de las tendencias en contenidos y plataformas de comunicación de marca en España. Doxa Comunicación, 27, Versión preprint.
- (3) López, B.; Villagra, N. (2017). Corporate competitiveness based on Sustainability and CSR values: Case studies of Spanish MNCs. Strategic innovative marketing, pp.309-314. Springer.
- (4) Gaston, Fornes, Lopez, Belen, & Blanch, Javier. (2018). Best practice example of CSR and S&E engagement in emerging economies: Analysis of a case study based in China. Journal of Asia Business Studies.
- (5) Lopez, Belen, & Monfort, Abel. (2017). Creating Shared Value in the Context of Sustainability. In Lawrence Emeagwali (Ed.), The Communication Strategy of MNCs, Corporate Governance and Strategic Decision Making: InTech.

► **Castelló-Sirvent, Fernando y Roger-Monzó, Vanessa:**

- (1) (27 de octubre de 2017). La incertidumbre del futuro. eldiario.es. Recuperado de https://www.eldiario.es/solow_en_el_parnaso/incertidumbre-futuro_6_701739852.html
- (2) (5 de noviembre de 2017). Entrevista. Isidre March: “Se emplea el término innovación con demasiada alegría”. Recuperado de <https://www.elasterisco.es/entrevista-isidre-march/>

► **De Juan-Jordán, H.; Guijarro-García, M. et al.:**

- (1) De Juan-Jordán, Hugo; Guijarro-García, María; Hernández-Gadea, Javier. Feature Analysis of the “Customer Relationship Management” Systems for Higher Education Institutions. Multidisciplinary Journal for Education, Social and Technological Sciences, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 30-43, mar. 2018. ISSN 2341-2593. Available at: <<https://polipapers.upv.es/index.php/MUSE/article/view/9232>>.

- (2) Ballester-Miquel, José Carlos; Pérez-Ruiz, Pilar; Hernández-Gadea, Javier; De Juan-Jordán, Hugo; Guijarro-García, María. Efficiency in Social Enterprises. *Multidisciplinary Journal for Education, Social and Technological Sciences*, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 61-79, sep. 2017. ISSN 2341-2593. Available at: <<https://polipapers.upv.es/index.php/MUSE/article/view/7329>>.
- (3) De Juan-Jordán, Hugo; Guijarro-García, María; Hernández-Gadea, Javier. Feature Analysis of the “Customer Relationship Management” Systems for Higher Education Institutions. *Multidisciplinary Journal for Education, Social and Technological Sciences*, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 30-43, mar. 2018. ISSN 2341-2593. Available at: <<https://polipapers.upv.es/index.php/MUSE/article/view/9232>>.
- (4) Carlos Flavián Blanco, Miguel Guinalíu Blasco y Pau Jordán Blasco. Título: Antecedents and consequences of trust on a virtual team leader. Ref. <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/EJMBE-11-2017-0043>. Revista: *European Journal of Management and Business Economics*

► **Fernández-Lores, S. et al.:**

- (1) Gavilán, D., Martínez-Navarro, G., & Fernández-Lores, S. (2018). Communication in the tourism sector. Ratings and user comments as strategic variables. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, (144), 77 a 94. <http://dx.doi.org/10.15178/va.2018.144.77-93>
- (2) Martínez-Navarro, G., Gavilán, D., & Fernández-Lores, S. (2017). El papel social de la televisión ante el bullying. Análisis de la campaña “se buscan valientes” de Mediaset. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (44), 53 a 72. <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2017.44.53-72>

► **Mata, P. et al.:**

- (1) Fuentelsaz, L., González, C., Maicas, J. P. y Mata, P. (2017). ¿Qué fue antes, la ciencia o el mercado? La orientación al mercado de las spin-off universitarias. *Economía industrial*, (404), 53-62.

► **Pérez-Ruiz, Pilar et al.:**

- (1) Ballester-Miquel, J.C.; Pérez-Ruiz, P.; Hernández-Gadea, F.J.; Juan Jordan, H.; Guijarro García, M. (2017). Efficiency In Social Enterprises. *Multidisciplinary Journal for Education, Social and Technological Sciences*. Vol. 4 núm. 2 pág. 61-79.
- (2) Ballester-Miquel, J.C; Pérez-Ruiz, P.; Hernández-Gadea, F.J.; Palacios Marqués, D. (2017). Implementation of the Balanced Scorecard in the Hotel Sector through Transformational Leadership and Empowerment. *Multidisciplinary Journal for Education, Social and Technological Sciences*. Vol. 4 núm. 1 pág. 1- 4.

► **Roig Tierno, Norat et al.:**

- (1) Martínez, J. M. G., Tierno, N. R., & Tur, A. M. (2018). Impact of non-professional runner clubs: an AHP approach to the economic, environmental and sociocultural factors. *Journal of Sports Economics & Management*, (8), 63-72.
- (2) García-Alvarez-Coque, J. M., Gharsi, O., Martínez-Gomez, V., & Roig-Tierno, N. (2018, July). Determinant factors of high performing agricultural regions. In 2018 Conference,

July28-August 2, 2018, Vancouver, British Columbia (No. 277456). International Association of Agricultural Economists.

► **Martí-Sánchez, M.:**

- Sánchez, M. M., & Monzó, V. R. (2018). La percepción social de la homeopatía en la prensa digital española: un análisis semántico. *Panace@: Revista de Medicina, Lenguaje y Traducción*, 18(47), 115-123.

► **Sánchez, P.:**

- (1) Sánchez, P. (2018). Banca ética y finanzas islámicas. Marketing para clientes no musulmanes: Caso Perú. *Multidisciplinary Journal Review*.
- (2) Carmona, J.D., Rebollo, J. y Sánchez, P. (2017). La virtualización del legado andalusí de Cáceres como oportunidad para el Turismo Halal. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3 (4), 205 a 229.

B) Revisión de papers en revistas

► **Ávila Rodríguez-de-Mier, B.**

- Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales (2018).

► **Ballestar, M.T.:**

- (1) Marzo 2018. Revisión de paper para: *Journal of Business Research (JBR)*.
- (2) Mayo 2018. Revisión de paper para: *International Journal of E-Business Research (IJEER)*.
- (3) Junio 2018. Revisión de paper para: *Estudios Gerenciales. Journal of Management and Economics for Iberoamerica*.
- (4) Octubre 2018. Revisión de paper para: *Journal of Business Research (JBR)*.
- (5) Noviembre 2018. Revisión de paper para: *International Journal of E-Business Research (IJEER)*.

► **Borraz-Mora, J.:**

- Revisión del paper: "Adoption and non-adoption motivational risk beliefs in the use of mobile services for health promotion", aceptado para su publicación en la revista *Internet Research*.

► **Crespo-Tejero, N.:**

- *Eurasian Journal of Educational Research*.

► **Marín, Cristina:**

- Evaluadora en la mesa 1 de Humanismo, Antropología, Economía, Empresa, Geografía humana, Historia, Patrimonio y Turismo en el Congreso Universitario Internacional

sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy CUICID 2018, octava Edición, 24 y 25 de octubre.

► **Monfort, Abel.**

- Revisor de la revista Business Strategy and Development.

► **Mutu, A.:**

- (1) Research article reviewed for the Yearbook of the Institute of East-Central Europe: Title: Polish, Hungarian, cousins be". Comparative discourse on Muslims and refugee crisis in Europe (2018)
- (2) Research articles reviewed for the Academic Journal Economic and Political Thought, quarterly of the Faculty of Economics and Management of Lazarski University, Poland. Titles:
 - European Union Battlegroups – challenges and risks in the time of Brexit.
 - Economic aspects of institutional transformation in post-Soviet countries – current state and consequences for their development and competitiveness.
 - Geopolitical strategy of smaller state: the case study of Poland's presence in the EU.
 - Still more about history than about the present – picture of Russia, Germany and Ukraine in the Polish media in the second half of 2013.
 - Operationalization of Policy Dimensions using Hand-Coded Manifestos Data.
 - CARL SCHMITT AND THE LIMITS OF THE MODERN LIBERAL STATE.
 - EUROPEAN UNION AND CHINA IN THE TWENTY-FIRST CENTURY – PROBLEMS, OPPORTUNITIES AND THREATS.

► **Roig Tierno, Norat:**

- Revisor en científico de las siguientes revistas indexadas en el JCR de septiembre de 2017 a diciembre de 2018:
 - Applied Geography
 - Group Decision and Negotiation
 - Journal of Business Research
 - Industrial Management Marketing
 - Kybernetics
 - New Medit
 - Management Decision

► **Tapia, Alicia:**

- Miembro evaluador de la revista Documentación de las Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid).

C) Membrecías en comités de dirección, científicos o consejos de redacción en revistas científicas

▶ **Balderas-Cejudo, A.:**

- Dirección-coordinación Área de Gestión Basque Culinary Center, Universidad de Mondragón.

▶ **Bordonado-Bermejo, M.J.:**

- (1) Secretaria General del Observatorio para la Comunicación y Publicidad Institucional.
- (2) Revisora por pares de INTERNATIONAL JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES Common Ground Research Networks University of Illinois Research Park
- (3) Tertulia Natalio Rivas del Casino de Madrid, ágora de pensamiento y palabra, ingreso en abril de 2018 como tertuliana.
- (4) Secretaria adjunta a la Secretaria General de la RSG, y Miembro de la Junta Directiva de la Real Sociedad Geográfica de España fecha de ingreso en la RSG, mayo 2006
- (5) Miembro del Ateneo Literario, Artístico y Científico de Cádiz, fecha de ingreso 2007
- (6) Miembro de la Junta Directiva del Foro Histórico de Telecomunicaciones FHT. (senda biográfica y de Defensa)

▶ **Castelló-Sirvent, Fernando:**

- (1) Miembro del Comité Organizador del V Simposio Internacional de Innovación Aplicada IMAT 2018.
- (2) Miembro del Consejo de Redacción de la Revista Internacional de Investigación en Comunicación AdResearch ESIC.

▶ **Fernández, Ruth:**

- Publicaciones DELTA: Colección de Turismo.

▶ **López-Vázquez, B.:**

- Miembro Comité: China Goes Global Conference (Asia).

▶ **Martí-Sánchez, M.**

- (1) Miembro del Comité Organizador del V Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico IMAT 2018
- (2) Miembro del Consejo de Redacción de la Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC.

▶ **Monfort, A.**

- Miembro del Consejo de Redacción de la revista ADResearch-ESIC. Revista Internacional de Investigación en Comunicación.

▶ **Mutu, A.:**

- (1) Academic Board Member in the following International Peer-Reviewed Research Journals:

▶ The International Journal of New Economics and Social Sciences/ (IJONESS), published by the International

▶ **Institute of Innovation Science - Education - Development in Warsaw, Poland**

- The Academic Journal Economic and Political Thought, quarterly of the Faculty of Economics and Management of Lazarski University, Poland.
- (2) Reviewer for the Academic Journal Yearbook of the Institute of East-Central Europe

(YIESW), published by the Institute of East-Central Europe, Lublin, Poland.

D) Editor/a

► *Fernández-Lores, S.:*

- Editora de la revista académica aDResearch-ESIC, REVISTA INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN.

► *Forcadell, Francisco Javier (UPI):*

- Editor invitado: en las revistas JCR:
- (1) Sustainability (Indicios de calidad: Impacto en 2017 de 3.221. Percentiles: 93.86 Planning and Development, 76.429 Management, 74.643 Business.): “Sustainable Banking: Issues and Challenges”.
- (2) Administrative Sciences (Indicios de calidad: JCR Emerging): “The Crossroads between Digitalization and Sustainability: Implications for Societies, Markets, and Firms.”

► *Mutu, A. et al.:*

- M. Dahl, A. Cojan & A. Mutu (Eds), “The Polish-Ukrainian relationships – economic, political and social aspects”. Lazarski University, Poland [PDF], forthcoming 2019.

E) Tesis doctorales

E.1) LEÍDAS Y APROBADAS

► *Ballestar, M.T.:*

- Junio 2018. Lectura de la tesis Doctoral: Análisis del comportamiento del consumidor en comercio electrónico mediante técnicas y metodologías Big Data. Escuela internacional de Doctorado de la Universidad Rey Juan Carlos. Departamento de Economía Aplicada. Calificación: Sobresaliente, Mención Cum Laude.
- Campos, J. R. (2018). Impacto de las Iniciativas de Gestión de Ideas Internas en el Desarrollo de una Cultura de Innovación en Grandes Organizaciones. Un Estudio de Casos Múltiple en España. Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.

► *Mata, P. et al.:*

- Tesis doctoral: Análisis del emprendimiento: ecosistemas, orientación al mercado y supervivencia (30/11/18).

► *Planells-Artigot, E.:*

- Tesis doctoral: Análisis de la representación e impacto de los think tanks españoles en la prensa online. Valencia: Universitat de València.
- Rodríguez, A. (2008). Análisis de las emociones generadas durante la experiencia sanitaria del paciente mediante la aplicación de técnicas de Neuromarketing (tesis doctoral). Universidad de Alcalá, Madrid, España.

► *Torres Marín, A.J.:*

- Tesis doctoral: El impacto de la crisis económica sobre el perfil de los trabajadores autónomos en España: una aproximación a través de la muestra continua de vidas laborales. Universidad Rey Juan Carlos, URJC, marzo 2018.

E.2) EN CURSO

▶ *De Juan-Jordán, Hugo:*

- Continuación con el desarrollo de la tesis “Redes sociales, estilos de liderazgo y capacidad de aprendizaje organizativo” en la Escuela de Doctorado de la U.P.V. y la colaboración de ESIC (María Guijarro).

▶ *Fernández, Ruth:*

- La influencia de la implantación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones sobre el desempeño organizativo en las entidades museísticas de la Ciudad de Madrid. Programa de doctorado: Economía y empresas turísticas: Nuevas tecnologías aplicadas al turismo. Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)

▶ *Gómez Olmedo, Ana.*

- Tesis doctoral: Programa de Doctorado en Competitividad Empresarial y Territorial, Innovación y Sostenibilidad (CETIS).

▶ *Martí-Sánchez, M.*

- Dirección de tesis en curso. Autora: Desamparados Cervantes Zacarés. Título: Tratamiento del fenómeno emprendedor en la prensa económica, 2010-2017.

▶ *Paradinas Márquez, Carmen:*

- Programa de Doctorado en Turismo (Interuniversitario). 2016. Línea de Investigación: TURISMO Y EMPRESA – CAPITAL HUMANO Y TURISMO. Título: “Factores determinantes del éxito en la prevención y resolución de conflictos en el ámbito laboral: análisis de sus beneficios económicos y no económicos en el sector turístico/hotelero.” Dirección: Fernando E. García Muiña. Vicerrector de Ordenación Académica URJC. Codirección: Cristina Merino Ortiz. Profesora Asociada de la Universidad del País Vasco.

▶ *Pérez-Ruiz, Pilar:*

- Tesis Doctoral de estudio sobre desempeño, innovación y competencias organizativas de las Tecnologías de la Información, doctoranda Pilar Pérez Ruiz. Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro. Doctoranda del Programa de Doctorado en Diseño, Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales en la Universidad Politécnica de Valencia.

▶ *Roig Tierno, Norat:*

- En curso, dirección de tesis doctorales:
- (1) López Rubio, Pedro David. TEMA: Las Políticas de Innovación y los Modelos de Innovación en la Literatura Científica.

- (2) Del Campo Asenjo, Cristina. TEMA: Políticas de Innovación Empresarial y Organismos Intermedios: El Rol de los Centros Tecnológicos en Diferentes Contextos.

E.3) DIRECCIÓN DE TESIS DOCTORALES

▶ **Baumert, Thomas:**

- Eficiencia de los sistemas regionales de innovación en Europa y análisis econométrico de sus determinantes. Doctorando: Cristián Gutiérrez Rojas. Calificación obtenida: suma cum laude. Codirector junto a los Profesores Mikel Buesa y Joost Heijs. Universidad Complutense de Madrid, 2018.

▶ **Luis Marijuán de Santiago.**

- En curso: Análisis de la Experiencia en el Punto de Venta a través de dispositivos Big Data. Doctorando: María Lourdes García Rivas. UCJC.

▶ **Martí Sánchez, M.:**

- Autor: Enrique Planells. Título de tesis: Análisis de la representación e impacto de los think tanks españoles en la prensa online (2012-2016).

▶ **Roig Tierno, N.:**

- Tesis doctoral de Nieto Alemán, Paula Andrea. Título: Análisis De Los Factores Del Desarrollo Regional Inclusivo A Través De La Metodología Fsqca. 24/07/17.

E.4) MEMBRECÍAS EN TRIBUNALES DE TESIS DOCTORALES

▶ **Ávila Rodríguez-de-Mier, B.:**

- (1) Miembro Tribunal de la Tesis Doctoral de Orlando de J. Martínez Gómez de título Inserción de las Tecnologías de la Información y de la comunicación (TIC) en la PYMES colombianas. Defensa 12-07-2017 en Universidad Antonio de Nebrija: Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- (2) Miembro Tribunal de la Tesis Doctoral de María Bergaz Portolés de título La actividad de la planificación de medios tras el despegue digital en España: Claves del cambio y situación actual. Defensa 13-09-2017 en Universidad Antonio de Nebrija: Facultad de Ciencias de la Comunicación.

▶ **Calzadilla Daguerre, Jesús Francisco:**

- Miembro del tribunal de la Tesis Doctoral titulada: El Pastor: comunicación, saberes y biodiversidad” de D. Pedro Vacas Moreno, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, Madrid.

▶ **Monfort, A.**

- Miembro del Tribunal de tesis doctoral de Ana Visiers, “La producción publicitaria en España durante el período de crisis económica (2008-2015)” defendida en la Facultad de Ciencias de la Información de la universidad Complutense de Madrid el 19 de noviembre de 2018.

F) Libros de investigación

► *Balderas- Cejudo. A. (2018).*

- Senior Tourism: Determinants, motivations and behaviour in a globalised and evolving market segment. Edit. ESIC. ISBN 978-84-17513-51-1.

► *De José Belzunce, M. (2018).*

- (1) Acelerar la transformación digital de las empresas mediante un cambio de cultura basada en potenciar competencias emocionales específicas. En *Herramientas Universitarias*, Libro de Actas, Editorial GEDISA, noviembre 2018.
- (2) De José Belzunce, M. (2018), Microvideos and microbehaviors as an innovative methodology for training in soft skills. En '*Herramientas Universitarias*', Libro de actas ampliado, Editorial GEDISA, noviembre 2018.

G) Capítulo de libro, prólogo.

► *Ávila Rodríguez-de-Mier, B. et al.:*

- Ávila Rodríguez-de-Mier, B.; Martín-García, N.C. (2017). Plan de acción y seguimiento en medios. En J. Alard & A. Monfort (Coord.), *Plan de Comunicación On y Off en la Práctica* (pp.211-324). Madrid: ESIC.

► *Balderas-Cejudo, A. et al.:*

- (1) Balderas- Cejudo, A., Leeson, G., and Urdaneta, E. (2018). Senior tourism: An emerging and attractive market segment for destinations. D. Gursoy, D. & C. G. Chi (Eds). *Routledge Handbook of Destination Marketing*. Routledge.
- (2) Balderas- Cejudo, A., Patterson, I & Leeson, G. (Forthcoming 2019). Senior Travellers: An emerging Market Segment in Gastronomy Tourism. Dixit E. (Ed). *Routledge Handbook of Gastronomy Tourism*. Routledge.
- (3) Aparicio, G., Balderas-Cejudo, A. et al. (2017). *Cien Comercios Vascos con los que aprender*. Martinez, C and Zorrilla, P (Eds). Editorial Sargantana.

► *Baumert, Thomas:*

- Buesa, M. & T. Baumert (2018). The economic impact of terrorism. En: A. Silke *The Routledge Handbook of Terrorism and Counter-Terrorism* (pp. 185-194). London & New York: Routledge.

► *Calzadilla, Jesús:*

- *Regional Development Using Agglomeration Economic Model: Industrial Development—A. Spanish Case*. Springer.

► *Cristófol-Rodríguez, F.J.:*

- Título del libro: *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas*. Coordinadores: Luis M. Romero-Rodríguez y Diana Rivera-Rogel. ISBN: 978-607-32-

4859-4. Diciembre 2018. Pearson co-edición editorial UTPL. Capítulo 21: “Los clubes de fútbol y sus medios de comunicación propios. Tipos de contenidos más compartidos”. Páginas 699-729.

► **De Juan-Jordán, Hugo; Guijarro-García, M. et al.:**

- (1) De Juan-Jordán, Hugo, Palacios-Marqués D., Devece C. (2018) Leadership Styles and Entrepreneurship. In: Tur Porcar A., Ribeiro Soriano D. (eds) Inside the Mind of the Entrepreneur. Contributions to Management Science. Springer, Cham. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-62455-6_15.
- (2) De Juan-Jordán, Hugo; Guijarro-García, M. «Las redes sociales van con el alumno hasta el aula... ¿las dejamos entrar?» En Historias que nos unen, de Javier Pagán, Agustín Carrilero María Guijarro, 32-40. Madrid: ESIC Editorial, 2017.

► **Fernández-Hernández, Ruth et al.:**

- (1) García-Muñía, F. E. y Fernández-Hernández, R. (2017): Análisis del contexto empresarial. Principales factores que pueden afectar a las decisiones del plan de comunicación en Alard, J. y Monfort, A. EPlan de comunicación on y off en la práctica”. ESIC. Madrid.
- (2) Fernández-Hernández, R. y García-Muñía, F. E. (2018): Estudio comparado del uso de TIC en las organizaciones museísticas, en González, J.E. y Viñarás, M. “Lo 2.0 y 3.0 como herramientas multidisciplinares”. Tecnos. Madrid

► **Fernández-Lores, S.:**

- (1) Fernández-Lores, S. (2018). Innovación con Nuevas Tecnologías como factor de éxito en los estudiantes universitarios. En G. Padilla (Coord.), Perspectivas formativas Universitarias (pp. 341-351). Madrid: Tecnos.
- (2) Fernández-Lores, S. (2017). Fuentes de Información. En J. Alard & A. Monfort (Coord.), Plan de Comunicación On y Off en la Práctica (pp.41-70). Madrid: ESIC.

► **López-Vázquez, B.; Monfort, A.et al.:**

- (1) López, B. (2018). Estrategias de comunicación de valores sostenibles. El impacto de las emociones en la comunicación corporativa. En “Nuevos tratamientos informativos y persuasivos”, Coord. Camarero, E., Mut M. Tecnos, pp. 159-168.
- (2) López, B. (2017). Corporate social marketing and communication for social purposes: case studies in Spain. In: Strategies in communication and its evolution in discourses (coord.) Camarero, E., Rodriguez. Chapter 28 J. McGrall Hill, pp.421-432.
- (3) López, B.; Martínez, G. (2017). Cap. 1: “Communication 360º”. En Nuevas Tendencias en comunicación estratégica (Coord. Sanchez, J., Pintado, T.). ESIC, 4ª ed., pp. 19-47.
- (4) Martínez, G.; López, B. (2017). Cap. 9: “Street Marketing & Ambient Marketing”. En Nuevas Tendencias en comunicación estratégica (Coord. Sanchez, J., Pintado, T.). ESIC, 4ª ed., pp. 297-321.
- (5) López, B.; Monfort, A. (2017). Creating Shared Value in the Context of Sustainability: The Communication Strategy of MNCs. In Corporate Governance and Strategic Decision Making. InTech.
- Martí-Sánchez, M. (2017). Estrategias de comunicación. En J. Alard & A. Monfort (Coord.),

Plan de Comunicación On y Off en la Práctica (pp.113-134). Madrid: ESIC.

► **Mata, P. et al.:**

- Capítulo: Fuentelsaz, L., Maícas, J. P. y Mata, P. (2018). Institutional dynamism in entrepreneurial ecosystems. En: Entrepreneurial Ecosystems (pp. 45-65). Springer, Cham.
- Méndez-Suárez, M. (2018). Análisis de Datos con R. Una Aplicación a la Investigación de Mercados. Madrid: ESIC Editorial.

► **Monfort, Abel et al.:**

- (1) Fuente, C., Sánchez de la Nieta, M. Á., & Monfort, A. (2017). Independencia de los medios informativos, independencia de los periodistas, independencia de las redacciones. En A. Boix & J.M. Martínez. Regulación y control sobre contenidos audiovisuales en España (pp. 385-406). Thomson Reuters-Aranzadi.
- (2) López, B., & Monfort, A. (2017). Creating Shared Value in the Context of Sustainability: The Communication Strategy of MNCs. In L. Emeagwali. Corporate Governance and Strategic Decision Making. InTech.
- (3) Monfort, A. & Acosta, M. (2017). Plan de acción, control y seguimiento en medios digitales. En J. Alard. & A. Monfort. Plan de comunicación on y off en la práctica (pp. 235-262). Madrid: ESIC.

► **Sánchez, P.:**

- Sánchez, P. (2018): Marketing de Ciudad e islam: Análisis del Arte Mudéjar de Teruel como paradigma de Turismo Halal. En C. del Valle y M. Linares (Coords.), Las expresiones culturales analizadas desde la Universidad. Madrid: Tecnos.

► **Sanchez-Montesinos, F. (2018).**

- Dirección de la Producción y Operaciones. Coordinadores Arias Aranda, D. y Minguela Rata, B. Decisión de capacidad a largo plazo (pp. 157-211). Madrid: Ediciones Pirámide.

H) Congresos con revisión por pares

H.1) COMUNICACIONES

► **Ávila Rodríguez-de-Mier, B. et al.:**

- Ávila Rodríguez-de-Mier, B. & Martín-García, N.C. (2018). El consumo de Internet y su influencia en el estilo de vida de la población de 65 a 84 años. VI Congreso Internacional de la AE-IC 'Comunicación y Conocimiento'. Salamanca 26 al 29 junio 2018. Publicada en el libro de Comunicaciones (pp.193-209)
- Ávila Rodríguez-de-Mier, B. et al.:

► **Balderas-Cejudo, A. et al.:**

- (1) Balderas- Cejudo, A., Poster Presentation "Towards a deeper comprehension of the silver tourism and its link to an active and healthy ageing". Conference "Demography, Ageing and Health". September 2017, University of Oxford.
- (2) Balderas Cejudo, A. Senior Tourism and its Role on an Active and Healthy Ageing. Ageing Congress- Congreso Internacional sobre el Envejecimiento. Coimbra, 27- 28

May, Portugal

- (3) Rivera Hernández, O; Balderas-Cejudo, A. (2018). The Senior Segment: An Analysis of their motivations and Behaviour from the Basque Country Perspective. First World Senior Tourism Congress, 26 -29 May, Shandong, China.
- (4) Urdaneta, E and Balderas-Cejudo, A (2018). Poster Presentation “SIforAGE: A Cooperation Initiative to provide evidence based data about Active and Healthy Ageing”. Second International Seminar on the Active Ageing Index, Bilbao (Spain) 27-28 September 2018.

► **Ballestar, M.T.:**

- Comunicación oral: “Predicting customer quality in e-commerce social networks: A machine learning approach” en GIKA 2018. Global Innovation and Knowledge Academy. Del 25 al 27 de Junio 2018. Valencia.

► **Bordonado, J.; Del Castillo, D.; González-Rodrigo, E.; Maseda, A.; Torres Marín, A.J.:**

- (1) Marín, C., González-Rodrigo, E., Maseda, A. (2018): “Comportamiento psicográfico del consumidor de turismo online”. CUICID 2018 con ISBN 978-84-09-04679-9 UIICIID2 20 01 18 8 (Octubre, 2018, Madrid).
- (2) González-Rodrigo, E, Del Castillo, D, Bordonado, J. (2018). Poster: “Aprende y Enseña Historia Económica e Historia de la Empresa. Una aplicación del método Flipped” IMAT-2018 (Marzo 2018, Valencia).
- (3) González-Rodrigo, E, Bordonado Bermejo, M. J., Torres Marín. A. J. (2018). Comunicación: “Impacto en España de la empleabilidad de los extranjeros en el mercado de trabajo español” Congreso Empleabilidad, Emprendimiento Social y Desarrollo Territorial (31 mayo – 1 junio 2018, Melilla).
- (4) Torres Marín, A. J., González-Rodrigo, E, Bordonado Bermejo, M. J (2018). Comunicación: “Impacto de la crisis económica (2008-2013) sobre el perfil de los nuevos trabajadores autónomos según su nacionalidad. Una aproximación a partir de la muestra continua de vidas laborales”. Congreso Empleabilidad, Emprendimiento Social y Desarrollo Territorial (31 mayo – 1 junio 2018, Melilla).
- (5) Torres Marín, A. J., González-Rodrigo, E, Bordonado Bermejo, M. J (2018). Comunicación: “Using a digital interactive labs educator tool to improve the scoring and learning results of marketing students of econometric in ESIC Business&Marketing School”. 10th annual International Conference on Education and New Learning Technologies (2nd - 4th of July, 2018, Palma de Mallorca).
- (6) Bordonado, M.J. “Laudatio de Ingreso como Ateneísta de D. Andrés Fernández Díaz, Consejero emérito del Tribunal de Cuentas”, en Ateneo de Cádiz, nov de 2017.
- (7) Bordonado, M.J. “Abriendo Camino: La esencia de los Ingenieros Militares”, en las Jornadas de “Presente, Pasado y Futuro de la Ingeniería Militar en España”, celebradas el día 5 de octubre de 2017 en la Universidad de Zaragoza, Zaragoza.

► **Baumert, Thomas:**

- (1) Baumert, T., Albert, R., Biazzi, R., Buesa, M y Francisco Cabrillo (2018). Deterrence of Terrorism from the Law & Economics perspective: some empirical evidences. XV

Harvard Course in Law & Economics; Cambridge (MA).

- (2) Baumert, T. y Gutiérrez, C. (2018). Smith, Schumpeter and the study of innovation systems. Adam Smith Chile Conference. Viña del Mar (Chile).
- (3) Heijs, J., Baumert, T. y Gutiérrez, C. (2017). Are we spending our scarce R&D resources adequately? Analyzing the efficiency of EU's regional innovation system. XVII Congreso Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica ALTEC 2017. Ciudad de México (México).

► **Castelló-Sirvent, Fernando, et al.:**

- (1) Castelló-Sirvent, Fernando y Roger Monzó, Vanessa (2017). “Construyendo argumentos: una experiencia innovadora para formar en competencias”, en CIFPIE Edutendencias, Madrid.
- (2) Roger Monzó, Vanessa y Martí-Sánchez, Myriam (2017). (2017). “La homeopatía como creencia: un análisis semántico de la prensa digital española”, en VI Congreso de Comunicación Social de la Ciencia (CCSC2017), Córdoba, España.
- (3) Cabrera, Yolanda y Roger-Monzó, Vanessa (2017). “Youtube frente a las terapias naturales, alternativas o complementarias”, en VI Congreso de Comunicación Social de la Ciencia (CCSC2017), Córdoba, España.
- (4) Llopis-Amorós, M^a Pilar, Roger-Monzó, Vanessa, Castelló-Sirvent, Fernando y Ruiz-Molina, María Eugenia (2018). “Perceived usefulness and learning in a virtual learning environment: evidence from the use of Moodle in undergraduate university students”, en INTED 2018 12th annual International Technology, Education and Development Conference, Valencia.
- (5) Roger-Monzó, Vanessa y Castelló-Sirvent, Fernando y (2018). “Digital Transformation and Design of Teaching Activities for Competency-based learning in superior grade formative courses”, en INTED 2018 12th annual International Technology, Education and Development Conference, Valencia.
- (6) Roger-Monzó, Vanessa, Martí-Sánchez, Myriam, Mendoza-Poudereux, Isabel y Cabrera García-Ochoa, Yolanda (2018). “It won't hurt you. It's natural” The treatment of alternative therapies in Spanish women's magazines”, en International Public Communication of Science and Technology PCST 2018, Nueva Zelanda.
- (7) Martí-Sánchez, Myriam, Roger-Monzó, Vanessa, Camaño-Puig, Ramón & Corell-Doménech, Mavi (2018). “It actually works for me. The presence of homeopathy in the Spanish digital press”, en International Public Communication of Science and Technology PCST 2018, Nueva Zelanda.
- (8) Roger-Monzó, Vanessa, Martí-Sánchez, Myriam, Cano-Orón, Lorena y Cabrera Garcia-Ochoa, Yolanda (2018). “Youtube: to be or not to be science”, en International Public Communication of Science and Technology PCST 2018, Nueva Zelanda.
- (9) Novejarque-Civera, Josefina; Pisá-Bó, Mabel y Roger Monzó-Vanessa (2018). “Método del caso. La profesionalización de una institución educativa”, en V Simposio Internacional de Innovación Aplicada, Valencia.
- (10) Roger-Monzó, Vanessa y Castelló-Sirvent, Fernando (2018). “Modelo ACEC de innovación docente orientado a la empleabilidad”, en V Simposio Internacional de Innovación Aplicada, Valencia.

- (11) Castelló-Sirvent, Fernando y Roger-Monzó, Vanessa (2018). “ACEC: analizando, conectando, experimentando y creando políticas públicas”, en XXXII Congreso Anual, Gandia.
- (12) Roger-Monzó, Vanessa y Castelló-Sirvent, Fernando y (2018). “Development of teaching methodologies based on the learning styles model”, en EDULEARN 2018 10th annual International Conference on Education and New Learning Technologies, Palma de Mallorca.
- (13) Castelló-Sirvent, Fernando y Roger-Monzó, Vanessa, Llopis-Amorós, M^a Pilar y Ruiz-Molina, María Eugenia (2018). “La utilidad de Moodle como instrumento de aprendizaje”, en VII Jornades d’Innovació Docent en l’Educació Superior IDES 2018, Valencia.
- (14) Cabrera, Yolanda y Roger-Monzó, Vanessa (2018). “Los discursos pseudocientíficos en las redes sociales: un análisis a través de canales temáticos”, en X Congreso de Latina de Comunicación Social (Tenerife) España.

► **Crespo-Tejero, N. et al.:**

- Crespo-Tejero, N y Fernández-Hernández, R. “Hacia el pet friendly hotel: una nueva realidad en España”. II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social. Citurs. A Coruña, España, 2018.
- De Obesso, M. y Valbuena, Baumert, T. et al.:
- (1) Baumert, T. de Obesso, M. y Valbuena, E. (2018). Economic Analysis of Premial Law: an applied study or: ¿Would a minimum female quota solve gender inequality in the bestowing of civil orders in Spain? XV Harvard Course in Law & Economics; Cambridge (MA).
- (2) Baumert, T. de Obesso, M. y Valbuena, E. (2017). Equal merits, unequal rewards: Gender discrimination in the awarding of civil orders in Spain. 14th International Conference ‘Developments in Economic Theory and Policy’. Bilbao.
- (3) Baumert, T. de Obesso, M. y Valbuena, E. (2017). ¿Are Women Less Meritorious? An International Empirical Analysis of Gender Bias Against Women in the Bestowing of Civil Orders. Trends in inequality: social, economic and political issues. International Conference on Inequality. Bologna (Italia).
- (4) Baumert, T., de Obesso, M. y Valbuena, E. (2018). Análisis empírico de la reacción de los mercados de valores ante los atentados terroristas. Libro de actas del congreso CUICIID 2018. ISBN: 978-84-09-04679-9.

► **Fernández-Hernández, Ruth et al.:**

- (1) Fernández-Hernández, R. y García-Muñina, F. E. (2017, 25 y 26 de Octubre). La comunicación en las organizaciones empresariales: Museos y TICS. CUICIID. Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- (2) García-Muñina, F. E.; Fernandez-Hernández, R. y Sánchez, P. (2018, 22 y 23 de Octubre). La transformación de las ciudades y el consumidor cultural-religioso on. Hacia una nueva orientación museística: el Museo de los Orígenes de Madrid. II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS. Universidad de da Coruña. A Coruña.
- (3) Fernández-Hernández, R. y García-Muñina, F. E. (2018, 24 y 25 de Octubre).

Comprendiendo el papel de variables digitales en las visitas reales a museos de España. CUICID. Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

- (4) Fernández-Hernández, R.; García-Muñña, F. E. y Vacas-Guerrero, T. (2018, 27 y 28 de Noviembre). La influencia de la implantación de las tecnologías de la información y las comunicaciones sobre el desempeño organizativo en las entidades museísticas de la ciudad de Madrid. I Congreso de la Escuela Internacional de Doctorado. Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Madrid.

► **Fernández-Lores, S. et al.:**

- (1) Fernández-Lores, S. (2018). “Observatorio de la Comunicación y Publicidad Institucional!”. Ponencia presentada en el XIX Foro de Investigación en Comunicación, Salamanca.
- (2) Gavilán, D., Martínez-Navarro, G. y Fernández-Lores, S. (2017). “Los Universitarios ante las Redes Sociales Informativas. Un Análisis Mediante Tipología”. Ponencia presentada en el I Congreso Internacional de Innovación y Tendencias Educativas INNTEED 2017, Sevilla.

► **Gómez Olmedo, Ana:**

- ICSIMAT (2018). International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism (ICSIMAT 2018). Programme ICSIMAT with social activities and excursions. Recuperado de: <http://icsimat.com/wp-content/uploads/2018/10/PROGRAMME-ICSIMAT-WITH-SOCIAL-ACTIVITIES-AND-EXCURSIONS-3-logo.pdf>

► **Jordan, Pau et al.:**

- Autores: Miguel Guinaliu Blasco y Pau Jordán Blasco. Título: Consecuencias de la confianza en el líder virtual en la eficiencia de un equipo de trabajo virtual. Congreso: XX Congreso Aemark 2018. Barcelona Fecha: 7- 8 Septiembre 2018.
- López-Muñoz, José-Fernando et al.:
- (1) López-Muñoz, J. F.; Escribá-Esteve, A. (2018). The role of top managers in IT business value. An imbrication perspective. 9th Workshop on top management teams and business strategy research. EIASM - European Institute for Advanced Studies in Management, Ginebra, Suiza.
- (2) López-Muñoz, J. F.; Escribá-Esteve, A. (2018). Consequences of strategic change on top managers power distribution. 9th Workshop on top management teams and business strategy research. EIASM - European Institute for Advanced Studies in Management, Ginebra, Suiza.

► **López-Vázquez, B. et al.:**

- Academy of Management. Chicago, agosto 2018:
- (1) Paper: CSR and S&E engagement in emerging economies. Analysis of a case study based in China (Fornes, G., Lopez, B., Bierens, M., Blanch, J.).
- (2) Paper: Exploring stakeholders´dialogue and CSR on Twitter. (Monfort, A., Villagra, N., López, B.)
- (3) PDW: Social and environmental challenges facing Chinese multinationals investing

in Latin America. The link between CSR and society. Measurement, communication and stakeholders' engagement. Cases studies in Spain (Fornés, G., López, B., Monfort, A.).

- (4) CUICID (2017) - Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, investigación innovación y docencia. Facultad CC Información, octubre (Universidad Complutense Madrid).

► **Méndez-Suárez, M. et al.:**

- (1) Méndez-Suárez, M.; García Fernández, F. (2018). Deep Learning Robo-Advisor for Copper Market Investment. PFN 2018. Lisboa, Portugal. July 2-4
- (2) Méndez-Suárez, M, Crespo, N, Gomez, C. (2018). Effects of absenteeism on academic performance in international university students. EDULEARN 2018. Palma de Mallorca, Spain. July 2-4.

► **Mutu, A.:**

- (1) “Media in Conflicts” Training, the Interdisciplinary Center (IDC) Herzliya, at the Lauder School of Government, Diplomacy & Strategy in Tel Aviv, Israel (August).
- (2) 2018. The 4th Teaching and Learning Summer School designed for Social Science Lecturers, at the University of Economics, Bratislava, Slovakia. Event organized by the European Consortium for Political Research (ECPR) Standing Group Teaching and Learning Politics (July)
- (3) 2018. Summer School for Journalists and Media Practitioners “Journalism in the era of algorithms and artificial intelligence”. Event organized by the Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF), the Robert Schuman Centre for Advanced Studies of the European University Institute (EUI), Florence, Italy. Paper: “Freedom of Expression and Pluralism in the Digital Age: The role of National Media Watchdogs” (June)
- (4) 2018. The 1st International Conference “Polish-Ukrainian relationship – economic, political and social aspects”, organized by Yuriy Fedkovich Chernivtsi National University, Ukraine, Lazarski University, Poland, and Abat Oliba CEU University Barcelona, in Chernivtsi, Ukraine. Paper: “The Media Systems in Poland and Ukraine: A Cross-country Comparative Analysis” (May)
- (5) 2018. Guest Lecturer for the MA Research Program in Communication Studies, School of Human Sciences, Catholic University of Portugal. Paper: “Comparative Media Research: Regulating the media independence” (February)
- (6) 2018. The 14h Edition of the International Marketing Congress (JIM), Cadi Ayyad University, Marrakech, Morocco. Paper: “Gender Equality and Female Entrepreneurship: Evidence from Europe” (February)

► **Novejarque-Civera, Josefina et al.:**

- (1) Sierra García, Laura y Novejarque Civera, Josefina (2018). “La técnica PechaKucha como estrategia de aprendizaje”. XVIII Encuentro Internacional Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad (ASEPUC) 2018, Madrid 20-22 junio de 2018.
- (2) Novejarque Civera, Josefina; Pisá Bó, Mabel y Roger Monzó Vanessa (2018). “Método del caso. La profesionalización de una institución educativa”, en V Simposio Internacional de Innovación Aplicada, Valencia. 1 y 2 de marzo de 2018.

- (3) Pisá Bó, Mabel y Novejarque Civera, Josefina (2017). “The ICTs in the classroom and its final effect on learning outcomes”. CINAIC 2017, IV Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad. Universidad de Zaragoza. Zaragoza 4-6 octubre
- (4) Novejarque Civera, Josefina y Pisá Bó, Mabel (2017). “Teaching innovation tools in limited groups: cooperative learning and conceptual maps”. CINAIC 2017, IV Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad. Universidad de Zaragoza. Zaragoza 4-6 octubre.
- Palacios Marqués, Daniel; Guijarro García, María; Martí Sánchez, Myriam; Alguacil Marí, María Pilar (2018). “Social entrepreneurship and organizational performance: a study of the mediating role of distinctive competences in marketing”. GIKA GLOBAL INNOVATION AND KNOWLEDGE ACADEMY. Universidad Católica de Valencia.

► **Paradinas Márquez, Carmen et al.:**

- (1) Paradinas, C.; García – Muiña, F. y Merino, C. (2018, 1 y 2 de Marzo). La gestión del conflicto en el marco de las organizaciones turísticas. II Congreso Internacional de Sociología y Antropología del Turismo (1 y 2 de Marzo, 2018). Universidad de Alicante. Alicante.
- (2) Paradinas, C. (2018, 4 de Julio). Conflicto y gestión de los Recursos Humanos en Turismo. Se Seminario de Investigación URJC. Programa de doctorado interuniversitario en Turismo.
- (3) Paradinas, C. y García – Muiña, F. (2018, 22 y 23 de Octubre). La regulación legal de los establecimientos turísticos: tipología y competencias legislativas. II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS. Universidade da Coruña. A Coruña.
- (4) Paradinas, C. y García – Muiña, F. (2018, 22 y 23 de Octubre). Diversidad y conflicto en el marco de las organizaciones turísticas: su influencia en las relaciones laborales y en la adopción de políticas de responsabilidad social a través de su gestión. II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS. Universidade da Coruña. A Coruña.
- (5) Paradinas, C.; Merino, C. y García – Muiña, F. (2018, 24 y 25 de Octubre). La importancia de la gestión y resolución del conflicto laboral en el ecosistema empresarial turístico. CUICID18 (Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia). Universidad Complutense. Madrid.
- (6) Paradinas, C.; Merino, C. y García – Muiña, F. (2018, 24 y 25 de Octubre). Strategic management of the labor conflict within the tourism organizations. CUICID18 (Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia). Universidad Complutense. Madrid.
- (7) Paradinas, C. (2018, 27 y 28 de Noviembre). La gestión del conflicto en las organizaciones turísticas: su aplicación en el sector hotelero. I Congreso Doctorandos Escuela Internacional de Doctorado-URJC.
- Roger-Monzó, Vanessa; Martí-Sánchez, Myriam (2017). “La homeopatía como creencia un análisis semántico de la prensa digital española”. VI Congreso de Comunicación Social

de la Ciencia. Universidad de Córdoba.

► **Roig Tierno, Norat et al.:**

- (1) Título: Explaining Technological Innovation of the clustered Firms: Internal and relational factors. Autores: Martínez-Cháfer, L.; Molina-Morales, X.; Roig-Tierno, N. Congreso: ACEDE XXVIII. Fecha de Celebración: Junio, 2018
- (2) Título: ¿Does nurturing green supply chain management practices with suppliers and customers contribute to enhance environmental performance? Autores: Leal-Millán, A.; Leal-Rodríguez, J., Roig-Tierno, N. Congreso: GRONEN. Fecha de Celebración: Junio, 2018.
- (3) Título: INNOVATION: CREATIVITY AND/OR INVESTMENT? Autores: Del Corte-Lora, Víctor, Vallet-Bellmunt, Teresa, Martínez-Fernández, Teresa y Roig-Tierno, Norat. Congreso: AEMARK. Fecha de Celebración: Septiembre, 2018
- (4) Título: Forty years of the Journal of Technology Transfer: A bibliometric overview. Autores: José Merigó, Pedro López-Rubio, Alicia Mas-Tur and Norat Roig-Tierno. Congreso: The Technology Transfer Society (T2S) Conference 2018. Fecha de Celebración: Octubre, 2018
- (5) Título: Determinant factors of high performing agricultural regions. Autores: García-Alvarez-Coque, J., Gharsi, O., Martínez, V.; Roig-Tierno, N. Congreso: ICAE - International Conference of Agricultural Economist. Fecha de Celebración: Agosto, 2018
- (6) Título: Mapping top leading regions and trending topics in innovation policy research. Autores: López-Rubio, Pedro; Mas-Verdú, Francisco; Roig-Tierno, Norat. Congreso: International Conference on Regional Science. Fecha de Celebración: Noviembre, 2018
- (7) Título: Good mood and creativity. The recipe for technological Innovation. Autores: del-Corte-Lora, Víctor; Martínez-Fernández, Teresa; Vallet-Bellmunt, Teresa; Roig-Tierno, Norat. Congreso: International Conference on Regional Science. Fecha de Celebración: Noviembre, 2018
- (8) Título: What factors matter to explain marketing innovation in clusters: a relational perspective. Autores: Martínez-Cháfer, Luis; Molina-Morales, F. Xavier; Roig-Tierno, Norat. Congreso: International Conference on Regional Science. Fecha de Celebración: Noviembre, 2018
- (9) Título: Explaining Valencian Laponia. Quantitative and qualitative approaches to rural depopulation. Autores: Alamá Sabater, Luisa; Budí, Vicente ; García-Álvarez-Coque, José María; Roig Tierno, Norat. Congreso: International Conference on Regional Science. Fecha de Celebración: noviembre, 2018
- (10) Título: Políticas de innovación empresarial y organismos intermedios: el rol de los Centros Tecnológicos en diferentes contextos. Autores: Del Campo Asenjo, Cristina; Mas Verdú, Francisco ; Roig Tierno, Norat. Congreso: International Conference on Regional Science. Fecha de Celebración: Noviembre, 2018

► **Sánchez, Pilar et al.:**

- (1) Sánchez, P. (2018, 24 y 25 de Octubre). Arte Aborigen Australiano. Análisis de la relación entre Antropología, Marketing y Turismo. CUICID18 (Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de hoy:

Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

- (2) Sánchez, P. (2018, 24 y 25 de Octubre). Evolución de las 4 p's hacia las 6 f's. Marketing versus religión: El mercado musulmán. CUICID18 (Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- (3) Sánchez, P. (2018, 22 y 23 de Octubre). Una cultura, 3 religiones (Cristiana, Islámica, Judía), nuevos establecimientos turísticos: Caso Toledo. II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS. Universidade da Coruña. A Coruña.
- (4) García-Muñña, F.; Fernández-Hernández, R. y Sánchez, P. (2018, 22 y 23 de Octubre). La transformación de las ciudades y el consumidor cultural-religioso on. Hacia una nueva orientación museística: el Museo de los Orígenes de Madrid. II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS. Universidade da Coruña. A Coruña.
- (5) Sánchez, P. (2018, 25, 26 y 27 de Abril). Halal Marketing in Madrid: main findings of the first Academic and Scientific Observatory on the Halal Brand awareness in Spain. 9th Global Islamic Marketing Conference. Túnez
- (6) Sánchez, P. (2018, 1 y 2 de Marzo). Estudio del Marketing y la Religión como catalizadores de nuevas tendencias turísticas: el Arte Aborigen Australiano como paradigma. II Congreso Internacional de Sociología y Antropología del Turismo. Universidad de Alicante. Alicante.
- (7) Sánchez, P. (2017, 25 y 26 de Octubre). Etnoconsumo y alteridad: Islam, Marketing y Comunicación Cultural del Arte Mudéjar en la ciudad de Teruel. CUICID17 (Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia). Universidad Complutense. Madrid.

► **Torres-Marín, A.J.:**

- (1) Gaming as a transversal tool for integral training centered in the person: A collaborative Experience of use of business simulator. International 10th Conference of Education Research and Innovation. Noviembre 2017. ISBN 978-84-697-6957-7. ISSN. 2340-1095. Doi:10.21125/Iceri.2017. Publisher IATED.
- (2) La Gamificación como Herramienta transversal de formación integral: una experiencia de emprendimiento. X Jornadas de Docencia en Economía. Mayo 2018. ISBN: 978-84-17293-40-6.
- (3) Impacto en España de la gestión de autoempleo y creación de empleo de los extranjeros en España. I Congreso de empleabilidad, emprendimiento social y desarrollo territorial. Junio 2018.
- (4) El impacto de la crisis económica sobre el perfil de los nuevos trabajadores autónomos según su nacionalidad. Una aproximación a partir de la muestra continua de vidas laborales. I Congreso de empleabilidad, emprendimiento social y desarrollo territorial. Junio 2018.
- (5) Using a digital interactive lab educator tool to improve the scoring and learning results of marketing students of Econometric in ESIC Business and Marketing School. 10th Annual International Conference on Education and New Learning Technologies (Edulearn). Julio 2018.

- (6) La Gamificación como herramienta de formación integral: una experiencia de emprendimiento a través de un serious game en la UFV. Congreso CUIICIID 2018. ISBN 978-84-09-04679-9.

H.2) REVISIÓN, COORDINACIÓN, GESTIÓN...

► **Comité Científico:**

- (1) II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.
- Miembro de Comités de Organización de Congresos Internacionales:
- (2) II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.
- Coordinación de Grupos de Trabajo en Congresos Internacionales:
- (1) “Evolución de los establecimientos turísticos”, en II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universida de da Coruña. A Coruña.
- Comentarista de grupo de trabajo:
- (4) “Evolución de los establecimientos turísticos”, en II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.

► **López-Vázquez, Belén:**

- (1) International Mobility Coordinator, ESIC.
- (2) Coordinación Titulación Publicidad y RRPP, ESIC.
- (3) Coordinadora ERASMUS Grado Publicidad y RR.PP. ESIC.

► **Mutu, A.:**

- Scientific coordinator for the 1st International Conference “Polish-Ukrainian relationship – economic, political and social aspects”, organized by Yuriy Fedkovich Chernivtsi National University, Ukraine, Lazarski University, Poland, and Abat Oliba CEU University Barcelona, in Chernivtsi, Ukraine. Paper: “The Media Systems in Poland and Ukraine: A Cross-country Comparative Analysis” (May, 2018).

► **Paradinas Márquez, Carmen:**

- Miembro de Comités de Organización de Congresos Internacionales:
- (1) II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.
- Participación en Comités Científicos de Congresos Internacionales:
- (2) II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.
- Coordinación de Grupos de Trabajo en Congresos Internacionales:

- (3) “Diversidad en el sector turístico: nuevas economías e influencia de la responsabilidad social en el empleo turístico”, en II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.

- Moderación de mesa:

- (4) Moderadora de la Sesión 12: “Responsabilidad Social y Diversidad en el Sector Turístico”, en II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.

► **Pérez-Ruiz, Pilar:**

- Miembro del Comité Organizador del Simposio Internacional de Innovación aplicada IMAT 2018.

► **Sánchez, Pilar:**

- (1) Comité científico: II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.
- (2) Comité de Organización: II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.
- (3) Comité de Organización: II Congreso Internacional de Sociología y Antropología del Turismo (1 y 2 de Marzo, 2018). Universidad de Alicante. Alicante.
- Coordinación de Grupos de Trabajo en Congresos Internacionales:
- (4) “Innovación 5”, en CUICID18 (Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia), (24 y 25 de Octubre, 2018). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- (5) “Evolución de los establecimientos turísticos”, en II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.
- (6) “Nuevas Tendencias del Turismo” en II Congreso Internacional de Sociología y Antropología del Turismo (1 y 2 de Marzo, 2018). Universidad de Alicante. Alicante.
- Comentarista de grupo de trabajo:
- (7) “Evolución de los establecimientos turísticos”, en II Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social, CITuRS (22 y 23 de Octubre, 2018). Universidade da Coruña. A Coruña.

I) Movilidad internacional e intercambio de investigadores

► **Balderas-Cejudo, A. et al.:**

- Guest Lecturer at Ecole Hôtelière de Lausanne HES-SO, University of Applied Sciences Western Switzerland, May 2018.

► **Bordonado-Bermejo, M.J.:**

- (1) “German contributions to the development of social protection and welfare in Spain” in HOCHSCHULE TRIER, Erasmus Plus, 28-30 de mayo de 2018.
- (2) Bordonado, MJ (2018) “The Differential factor in Spanish Crime Novels: Lorenzo

Silva's novels" Congreso Internacional de Novela Negra, "Captivating Criminality" Captivating Criminality nº5: Intsiders and outsiders. celebrado en Bath Spa University & Captivating Criminality Association en el campus de Corsham, del 28 al 30 de junio, con la participación de 100 ponentes de otros tantos campus internacionales.

► **Monfort, Abel.**

- (1) Visiting Research Scholar. Hoffman Center for Business Ethics. Bentley University. Waltham, MA, US. 3/07/2017-27/08/2017.
- (2) Visiting Research Scholar. Hoffman Center for Business Ethics. Bentley University. Waltham, MA, US. 7/07/2018-25/08/2018.

► **Mutu, A.:**

- (1) Erasmus+ Staff Mobility for Training – 2018/2019, to deliver guest lectures at the Ludwig Maximilians-Universitat Muenchen. Grant awarded by the University Abat Oliba CEU Barcelona (November)
- (2) Erasmus+ Staff Mobility for Training – 2017/2018, to participate at the 4th ECPR Teaching and Learning Summer School designed for Social Science Lecturers, at the University of Economics, Bratislava, Slovakia. Grant awarded by the University Abat Oliba CEU Barcelona (July)

► **Sánchez, Pilar:**

- Del 1 al 31 de Agosto de 2018: ESAN Graduate School of Business, Lima (Perú).

J) Producción de audiovisuales, MOOC...

► **Enrile, Carlos:**

- (1) Aprende a exportar con Carlos Enrile (19 de noviembre de 2018), Exportador: Encuentra tu partida arancelaria con MACMAP. Recuperado de <https://youtu.be/un-oQN73aNM>
- (2) Aprende a exportar con Carlos Enrile (9 de septiembre de 2018). Exportador: Localiza a tus clientes y a tu competencia. Recuperado de <https://youtu.be/msj3t0SAVIO>
- (3) Aprende a exportar con Carlos Enrile (2 de mayo de 2018). Exportador: Cómo posicionar tu web con Youtube. Recuperado de <https://youtu.be/GjSmMDsiGeU>
- (4) Aprende a exportar con Carlos Enrile (28 de febrero de 2018). Exportador: Cómo encontrar tu competencia en Google. Recuperado de <https://youtu.be/CySFvZB164k>
- (5) Aprende a exportar con Carlos Enrile (18 de febrero de 2018). Dónde exportar: Herramientas online para decidir. Recuperado de <https://youtu.be/7NaoYhTzw8I>
- (6) Aprende a exportar con Carlos Enrile (10 de febrero de 2018). Exportador: Cómo seleccionar países. Recuperado de <https://youtu.be/Ot2xom5ASPo>
- (7) Aprende a exportar con Carlos Enrile (17 de noviembre de 2017). Cómo encontrar los aranceles para exportar a Estados Unidos. Recuperado de https://youtu.be/STW_ccM3DDE

► **Baumert, Thomas:**

- MOOC “Pedro Schwartz: El liberalismo: una filosofía en peligro”. (Fundación Rafael del Pino).
- Castelló-Sirvent, Fernando y Roger-Monzó, Vanessa (2018).
- Las raíces de la memoria. España: ParnassumLab. Documental sobre el proceso de innovación e internacionalización de una cooperativa centenaria. Duración: 46 minutos. Fecha de estreno: 14 de diciembre de 2018.

► **Sánchez, Pilar:**

- MIRIADAX-ESAN Graduate Business School (Lima, Perú). Título: “Marketing e islam: introducción al consumidor musulmán”.

5.2 CONTRIBUCIÓN A LA PRÁCTICA EMPRESARIAL

A) Casos con teaching note en revistas con revisión por pares

► **Gujarro-García, M., Pagán-Castaño, E., Planells-Artigot, E. (2018).**

- Caso Colegio Galén. Mentas inquietas, acciones concretas. La velocidad de reacción en el posicionamiento de mercado. Madrid: ESIC Editorial.

► **Méndez-Suárez, M.:**

- (1) (2018). ¿Vender o no? JAZZTEL en el punto de mira de Orange. Valoración mediante Customer Lifetime Value (CLV). Madrid: ESIC Editorial.
- (2) (2018). Del “Online Research” al Pedido en el Concesionario; Optimizando la Inversión en Marketing. Una aplicación en R. Madrid: ESIC Editorial.

B) Casos en Bases de datos (Case Center y otras)

► **Altamira, María (UPI):**

- Altamira, Maria. (2019). Understanding the definition and development of firm and marketing capabilities in Chinese multinationals. A narrative analysis of Chinese managers’ experiences. SAGE Research Methods Cases Business & Management (upcoming in March 2019).

► **Forcadell, Francisco Javier et al. (UPI):**

- Aracil, Elisa, and Francisco Javier Forcadell. 2018. Banking on CSR: Spanish banks win-win strategies in Latin America. The Case Centre.

► **Novejarque-Civera, Josefina, Pisá-Bó, Mabel y Roger-Monzó, Vanessa:**

- (1) Y los alumnos... ¿dónde están? Modelo de Innovación Educativa en Gestión de Empresa Familiar. Método del caso (Editorial ESIC).
- (2) Caso Colegio Liceo Sorolla. Modelo de Innovación Educativa en Gestión de Empresa Familiar. Y los alumnos... ¿dónde están? Método del caso. ISBN: 978-84-17513-61-0.

C) Artículos en revistas orientadas a la práctica.

▶ **Bordonado-Bermejo, M.J. (2018).**

- “Congreso Nacional de Pesca Marítima. 100 años después”, revista Mar, Instituto Social de la Marina. /C:/Users/julia/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content.Outlook/XXVQZX4N/15_I%20Congreso%20Nacional%20de%20Pesca%20Marítima.pdf

▶ **Pérez-Moreiras, Elena.:**

- ESIC-ICEMD: Un ejemplo de innovación en el aula para transformar desde la student experience. Capital Humano: www.capitalhumano.es

▶ **Torreblanca Díaz, F.J. et al.:**

- (1) Torreblanca Díaz, F.J., & Lorente Sanjuán, F.J. (Octubre 2017), 7 productos y servicios innovadores con base tecnológica. Boletín Gesta, nº 1, pág. 16-19 (Facultad de Ciencias Administrativas). Instituto Tecnológico Metropolitano (Medellín, Colombia). Recuperado de <http://bit.ly/2Fzus2d>
- (2) Torreblanca Díaz, F.J. (Noviembre 2017), Cuatro claves para captar la atención del usuario en entornos digitales. Periódico Las Provincias (Valencia), pág. 50. Recuperado de <http://bit.ly/2ju6iLH>
- (3) Torreblanca Díaz, F.J., & Lorente Sanjuán, F.J. (Enero 2018), La importancia del marketing social en la relación entre marca y consumidor. Boletín Coyuntura y Análisis, nº 72, pág. 8-10 (Facultad de Estudios Internacionales). Institución Universitaria Esumer (Medellín, Colombia). Recuperado de <http://bit.ly/2Aa9DEe>
- (4) Torreblanca Díaz, F.J. (Octubre 2018), Diseñar estrategias de marketing basadas en estados emocionales. Revista Economía 3. Recuperado de <http://bit.ly/marketing-emocional-economia3>.

D) Libros profesionales

▶ **Alard, J. & Monfort, A. (2017).**

- Plan de comunicación on y off en la práctica. ESIC Editorial.

▶ **Ávila Rodríguez-de-Mier, B.; Llamazares Redondo, F. (2018).**

- Medición de audiencias: TOM Micro. Utilidades en la elaboración de un Plan de Medios. Madrid: ESIC.

▶ **Balderas-Cejudo, A. et al.:**

- Aparicio, G., Balderas-Cejudo, A. et al. (2017). Cien Comercios Vascos con los que aprender. Martínez, C and Zorrilla, P (Eds). Editorial Sargantana.

▶ **Guijarro García, M.; Pérez-Ruiz, P. et al:**

- Guijarro García, M.; Ballester-Miquel, J.C.; Pérez-Ruiz, P.; Guaita-Monreal, E. (2017). Rafael Hinojosa. Una apuesta por la innovación en el embalaje. ESIC Editorial.

► **Guisado Darías, Miguel Ángel:**

- Guisado Darías, Miguel Ángel. (2018). Presento, luego existo. Madrid: Editorial Planeta-Gestión 2000. Versión E-book. Recuperado de: <https://www.amazon.es/Presento-luego-existo-bolsillo-presentaciones-ebook/dp/B07G542JB2>

► **Merino, María Jesús:**

- Santesmases, M., Merino, M.J., Sánchez, J. y Pintado, T. (2018) Fundamentos de marketing, 2ª edición. Madrid: Pirámide.

► **Ponzoa, José Manuel:**

- Sieira M. y Ponzoa J.M. (2018). MK Retail: del comercio presencial al eCommerce. Marketing de la distribución. Madrid. ESIC Editorial.

E) Conferencias profesionales

► **Balderas-Cejudo, A.:**

- (1) Keynote Speaker. We love Transdisciplinarity - Shaping the future of universities, 6-7 September. Palacio Miramar. San Sebastián. Euskampus. Universidad del País Vasco.
- (2) Guest Speaker Invattur, Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas y Generalitat Valenciana. “Conociendo al Turista Senior” November 2017.
- (3) Guest Speaker and Máster of Ceremonies IV Congress on Tendencies and Innovation in Service Host, Basque Culinary Center- Universidad de Mondragón, May 2018.
- (4) Guest Lecturer Museo Valenciaga “Trends and Tendencies of a New Consumer”. Federación Mercantil de Guipuzkoa, Spain, April 2018.
- (5) Mentor Audi Creativity Challenge, project for Entrepreneurs. Audi. October 2017.
- (6) Communication Mentor Imagine Creativity Center, 2017 Silicon Valley.
- (7) Guest Speaker and Master of Ceremonies (four sessions) Red de Emprendimiento Vasco, Diputación Foral de Bizkaia, Gobierno Vasco (Basque Government) January-April (2018)
- (8) Conferencia y Maestra de Ceremonias Congreso Host, Basque Culinary Center, Universidad de Mondragón (2018).
- (9) International Ageing Award for the Scientific and Professional Dedication to Seniors by the AIAA-ANGES National Association of Social Gerontology. Ageing Congress Coimbra, Portugal (2018).

► **Bordonado-Bermejo, M.J.:**

- (1) “Inventores y Científicos militares y sus aportaciones”, Asociación Española de Militares escritores en Fundación Universitaria Española, 12 de noviembre de 2018.
- (2) “Ejército y Protección y Previsión Social” (2018) en las jornadas “Ejército y Sociedad a lo largo de la Historia”. Celebradas en la Facultad de Geografía e Historia UCM, 5 de mayo de 2018

- (3) “Fuerzas Armadas y Protección Social en España” (2018) en la “Tertulia Natalio Rivas del Casino de Madrid, en el Ágora de Pensamiento y Palabra”, jueves 12 de abril de 2018.
- (4) “Pensamiento estratégico del pasado para la Sociedad del futuro”, (2018) en Instituto de Historia y Cultura Militar en abril de 2018.
- (5) “Laudatio de Ingreso como Ateneísta de D. Andrés Fernández Díaz, Consejero emérito del Tribunal de Cuentas”, en Ateneo de Cádiz, nov de 2017.
- (6) “Abriendo Camino: La esencia de los Ingenieros Militares”, en las Jornadas de “Presente, Pasado y Futuro de la Ingeniería Militar en España”, celebradas el día 5 de octubre de 2017 en la Universidad de Zaragoza, Zaragoza.

► **De Juan-Jordán, Hugo:**

- (1) Ponencia sobre “RRSS, competitividad e internacionalización” en Cámara Comercio Castellón, Junio 2018.
- (2) Keynote foro FUNDEUM Industria 4.0 sobre “Transformación Digital” (Alicante) Septiembre 2018.
- (3) Conferencia “10 claves para la Transformación Digital” en FutureRetail – CIF. Feria de Valencia. Octubre 2018.

► **López-Vázquez, Belén:**

- (1) El alumno en el centro de su formación: La Metodología MBA en ESIC. VI Jornadas ADCOM, Navarra, Junio 2018.
- (2) Dissemination Rountable (Unidad Permanente de Investigación): The link between CSR and Society. Measurement, communication and stakeholders’ engagement. Case study in Spain: BBVA. ESIC, mayo 2018.

► **Marijuán de Santiago, Luis:**

- Business Data Economy. Asociación Data Economy España. 20. Noviembre. 18 “Agricultura Inteligente. Aplicación del big data al sector Agro”.

► **Monfort, Abel.**

- (1) PDW Workshop (Researcher). STR Global Representatives’ PDW. 78th Annual Meeting of the Academy of Management, ‘Improving Lives’. Chicago (IL), USA. August 10-14, 2018.
- (2) PDW Workshop (Discussant). Social and environmental challenges facing Chinese multinationals investing in Latin America. 78th Annual Meeting of the Academy of Management, ‘Improving Lives’. Chicago (IL), USA. August 10-14, 2018.

► **Sánchez, Pilar:**

- (1) Agosto 2018, “Importancia de la Ética y la Sostenibilidad en la Atención al Cliente ¿un nuevo Marketing para un nuevo Cliente?”, CCL, Cámara de Comercio de Lima, 2 de Agosto. Lima. Perú.
- (2) Enero 2018, “Resultados del primer observatorio académico Halal: la percepción del Turismo Halal como alternativa de Marketing”, en la 1ª Jornada de Turismo Halal. Facultad

de Comercio y Turismo, Universidad Complutense de Madrid, 19 de Enero Madrid.

- (3) Noviembre 2017, “La Atención al Cliente Off y on, ¿está su empresa preparada para responder a las necesidades del cliente Customer Advocacy”, CCL, Cámara de Comercio de Lima, 8 de Noviembre. Lima. Perú.

▶ **Torreblanca Díaz, F.J. (Septiembre 2018):**

- Marketing social como nexo de unión entre las marcas y la sociedad. Memoria y Ponencia VII Simposio Internacional de Diseño Sostenible (pág 70-81). Facultad de Producción y Diseño. Institución Universitaria Pascual Bravo (Medellín, Colombia). Recuperado de <http://bit.ly/2Q43wf1>

5.3 CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

A) Proyectos de investigación promovidos y financiados por ESIC

▶ **Ballestar, M.T.:**

- Miembro investigador del Grupo de investigación de ESIC Valencia: “Impacto económico y social del emprendimiento y los nuevos modelos de negocio”.

▶ **Crespo-Tejero, N.:**

- 2018-2020. Análisis predictivo multicausal del absentismo y rendimiento académico en estudiantes de grado y postgrado. Investigadora principal.
- De José Belzunce, M. y Aguirre, D. (2018). Una transformación Digital aun incompleta: un reto para los CEO y CIO. Resumen Ejecutivo. ICEMD_ESIC octubre 2018.
- Fernández-Hernández, Ruth:
- Participación en Grupos de Investigación:
 - (1) Desde 2017: Miembro del Grupo: Internacionalización del Marketing one to one: Marketing, Dirección Internacional y Turismo. ESIC
 - (2) Desde 2015: Investigador principal (IP) del grupo: “Investigación en el ámbito cultural de la Comunicación y del Marketing”. ESIC.

▶ **Méndez-Suárez, M.:**

- Investigador Principal proyecto ESIC de investigación 3-M-2017.

▶ **Paradinas Márquez, Carmen:**

- Desde 2017: Investigador del Grupo: Internacionalización del Marketing one to one: Marketing, Dirección Internacional y Turismo. ESIC.

▶ **Sánchez, Pilar:**

- (1) Desde Septiembre de 2017: Investigador Principal (IP) del Grupo: Internacionalización del Marketing one to one: Marketing, Dirección Internacional y Turismo. ESIC.
- (2) Desde Septiembre de 2015: Miembro del equipo: “Investigación en el ámbito cultural de la Comunicación y del Marketing”. ESIC.

► **Tapia, Alicia:**

- (1) Investigadora principal responsable del Proyecto ESIC de Investigación 1-M-2018: Creación de la radio universitaria ESICFM (2018-2020).
- (2) Investigadora del Proyecto de Investigación 2-M-2018: Creación de materiales didácticos accesibles (2018-2020).

B) Proyectos de investigación nacionales y/o internacionales externos

► **Baumert, Thomas:**

- (1) La disuasión del terrorismo: La extensión de la responsabilidad penal y otras medidas antiterroristas desde la perspectiva del análisis económico. Ministerio de economía, industria y competitividad. Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia. Director: Francisco Cabrillo.
- (2) Recuperación económica, competitividad e innovación en España y sus regiones. Instituto de Análisis Industrial y Financiero (UCM) y FUNCAS. Director: Joost Heijts.

► **Núñez-Canal, M.:**

- (1) PROYECTO COORDINADO CONVERED CSO2016-74980-C2-1-R. De la cultura de masas a las redes sociales: convergencia de medios en la sociedad digital CSO2016-74980-C2-1-R. IP1, profesor Luis Núñez Ladevéze. IP2, Profesora Tamara Vázquez Barrio 2017-2020.
- (2) PROYECTO PROVULDIG “Programa de actividades sobre vulnerabilidad digital” Madrid I+D+i referencia S2015/HUM-3434 (PROVULDIG-CM) de la Universidad San Pablo CEU de Madrid. Referencia (CSO2013-42166-R), 2016-18.

► **Roger, Vanessa et al:**

- 2014-2018. Proyectos de I+D “EXCELENCIA” y Proyectos de I+D+I “Retos investigación”. Dirección General de Investigación Científica y Técnica Subdirección General de Proyectos de Investigación. Estudio y clasificación de las terapias naturales, complementarias y alternativas a través de los medios de comunicación y de las redes sociales. Ideas y valores de transferencia al imaginario social. Investigadora Principal, Carolina Moreno. Integrantes: Yolanda Cabrera, Ramón Camaño, Mavi Corell María Guijarro, Emilia Lopera, Myriam Martí, Vanessa Roger.

► **Sánchez, Pilar:**

- Desde Marzo de 2017: Miembro investigador de REDOR (Red de Desarrollo de las Organizaciones). Universidad de Guanajuato. México.

C. Informes a Organismos Públicos, Asociaciones empresariales, patronales, confederaciones...

► **Balderas-Cejudo, A.:**

- Directora del Proyecto Creación Red de Emprendimiento Vasco Diputación Foral de Bizkaia, Gobierno Vasco (Gobierno Vasco).

5.4 INNOVACIÓN DOCENTE

A) Proyectos innovación docente Ballestar, M.T.:

IMAT

► **Bordonado-Bermejo, M.J.:**

- Proyectos de Estrategia de Innovación y Mejora de la Calidad Docente:
 - (1) "Aprende y Enseña Historia Económica"
 - (2) "Aprende y Enseña Historia de la Empresa y de la Economía Digital"
 - (3) "Trabaja, estudia y consolida la Introducción a la Economía" en colaboración con "Trabaja, estudia y consolida la micro", proyecto piloto llevado a cabo en 2ºA de GRMK, y con la asignatura de Macroeconomía.
 - (4) "Aprende y Enseña Derecho de la Comunicación" con el profesor D. Ricardo Pérez-Solero.

► **Borraz-Mora, J.:**

- Proyecto de innovación docente (2018): "Intercambio inter-universitario de experiencias de innovación docente relacionadas con competencias transversales: fomentando la inserción laboral del estudiante", financiado por Universidad de Zaragoza. Investigador principal: Dra. Blanca Hernández Ortega.
- De José Belzunce, M. (2018), Entrenar en soft skills mediante micro vídeos y micro hábitos. Una propuesta de innovación docente. En Herramientas Universitarias, Libro de actas, Editorial GEDISA, noviembre 2018.

► **González-Rodrigo, E. et al.:**

- (1) Trabaja, estudia y consolida la micro: proyecto piloto llevado a cabo en 2º de GRMK.
- (2) Aprende y Explica Historia Económica: proyecto piloto llevado a cabo en 1º GRMK.
- (3) Programa piloto de utilización de la herramienta Mylabs de Pearson en el aula": proyecto llevado a cabo en 2º del GRMKT para la asignatura de Macroeconomía y en Econometría.

► **Novejarque-Civera, Josefina:**

- Responsable del proyecto/Investigador principal del Grupo de investigación innovación docente de ESIC-Valencia (InDoEsVal). Líneas de Investigación: multidisciplinar.

► **Roger, Vanessa:**

- Proyecto de innovación CrossSubject, orientado a establecer sinergias entre las asignaturas de Creatividad y Dirección de Arte y Producción Publicitaria para desarrollar

una docencia colaborativa orientada a impulsar y mejorar las habilidades y competencias de los estudiantes. Es el segundo curso en el que se está implementando este proyecto.

► **Sánchez, Pilar:**

- (1) 2018-2019: Universidad Complutense de Madrid. PIMCD (Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente). Número 81. Titulado. “La matemática financiera ante la incertidumbre y globalización de los mercados. Aplicación del MIFID II”. Componentes: Sánchez, P., et al. Responsable: Mercedes Elices.
- (2) 2017-2018: Universidad Complutense de Madrid. PIMCD (Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente). Número 116. Titulado. “El Trabajo Fin de Grado y su tutorización: un enfoque integrador entre áreas y participantes implicados”. Componentes: Amores, J.; Elices, M.; Gómez, P.; Gutiérrez, M^a. A.; Pintado, T. y Sánchez, P. Responsable: Teresa Pintado.

► **Torres-Marín, A.J.:**

- (1) Investigador Principal en el proyecto de innovación y mejora docente: Concurso de trabajos de investigación de marketing social: “Las características identitarias de los jóvenes latinoamericanos en Madrid y el impacto del marketing sobre ellos”. Año 2018.
- (2) Utilización de la herramienta interactiva “My Pearson Lab” en la asignatura de Econometría para mejorar los resultados de aprendizaje de los alumnos de Marketing en ESIC.

B) Artículos de desarrollo pedagógico e innovación

► **Asenjo, Javier:**

- X CONGRESO CIDUI (2018): Metodologías activas en el aprendizaje para el emprendimiento: el modelo finlandés de la Tiimiakatemia y su aplicación en España
- III CONGRESO DE EMPRESA Y ECONOMÍA DE CATALUÑA (2018):
- (1): Aprendizajes activos para el emprendimiento; experiencias en el contexto universitario catalán
- (2): Bases para una propuesta de modelo explicativo de la competencia profesional.

► **Castelló-Sirvent, Fernando y Roger-Monzó, Vanessa:**

- (1) (27 de octubre de 2017). La incertidumbre del futuro. eldiario.es. Recuperado de https://www.eldiario.es/solow_en_el_parnaso/incertidumbre-futuro_6_701739852.html
- (2) (5 de noviembre de 2017). Entrevista. Isidre March: “Se emplea el término innovación con demasiada alegría”. Recuperado de <https://www.elasterisco.es/entrevista-isidre-march/>

► **Mutu, A. (2018):**

- “A novel teaching strategy to enhance student’s participation: using cuts-ups and topic maps to teach Media Courses”. Blog entry to introduce a book chapter from the volume “Early career academics’ reflections on learning to teach in Central Europe”, edited by Gabriela Pleschová and Agnes Simon (eds.) ISBN: 978-1-902435-63-3. https://thesedablog.wordpress.com/2018/11/23/earlycareer1/?fbclid=IwAR2hXedtl57IzVJspC8gumMb0z3VEj68gH9gF_d5nVJcqdgVEO9L1Vj2Ezk#more-761.

Otros.

▶ *López-Vázquez, Belén:*

- Participación en:
- (1) Harvard Kennedy School, Boston MA, September 2018. Global Civil Society Seminar.
- (2) bSustainable Brands, Madrid, septiembre 2018.

Premios

▶ *Ballestar, Mayte:*

- I Convocatoria del Consejo Social de Premios para Jóvenes Investigadores, Universidad Rey Juan Carlos, URJC. Modalidad de tesis doctoral en la rama de conocimiento de Ciencias Sociales.

6 | INVESTIGACIÓN PROACTIVA. PROYECTOS

Otros objetivos son la identificación de áreas de investigación competitivas, el fomento de la investigación que proporcione un avance o aportación contrastado de la ciencia, la publicación en medios de difusión de prestigio y la motivación al personal investigador.

► **Proyecto Ref. 01/12-V. Marketing integrado en las ONG.**

- Responsable: María Guijarro García (ESIC).
- Investigadores: Myriam Martí Sánchez y Ruth Fernández Hernández (ESIC).

► **Proyecto 02/15-V. Innovación Docente Esic Valencia (InDoEsVal).**

- Responsable de proyecto: Novejarque Civera, J.; Pisá Bó, M.
- Investigadores ESIC: Emilio Llopis, Pablo Pinazo, Cristina Santos.
- Área: Finanzas, Investigación de mercados, Economía, Marketing, Administración de empresas, Humanidades.
- línea de investigación: Innovación docente.

► **Proyecto 04/15. Innovación y calidad docente.**

- Área: Innovación pedagógica.
- Líneas de investigación: Calidad docente e Internacionalización.
- Responsable de proyecto: Esther Valbuena.
- Investigadores: María de las Mercedes de Obesso, Cristina Marín y Pilar Sánchez.

► **Proyecto 05/15. Investigación en el ámbito cultural de la Comunicación y del Marketing.**

- Línea de investigación: Patrimonio cultural.
- Sociología, Ética.
- Responsable de proyecto: Ruth Fernández.
- Investigadores: Eduardo Gómez y Pilar Sánchez.

► **Proyecto 01/17. Estrategia de Innovación y Mejora de la Calidad Docente.**

- Nombre del grupo: "Explica, Difunde, Impacta y Enseña" EDIE.
- Líneas de investigación: Historia Económica, Historia de la Empresa y de la Economía digital, Microeconomía, Macroeconomía, Introducción a la Economía.
- Investigador Principal responsable del proyecto: María-Julia Bordonado Bermejo.
- Investigadores: Elena González-Rodrigo, Daniel Del Castillo Soto.

► **Proyecto 01/17-V. Gestión del conocimiento.**

- Líneas de investigación: Gestión del conocimiento, Resultados de innovación en la empresa, Capacidad de aprendizaje en la empresa.
- Investigador Principal responsable del proyecto: Pilar Pérez Ruiz y María Guijarro García.
- Investigadores: Jose Carlos Ballester Miquel, Javier Hernández Gadea, Ricardo Moncho Arroyo, Elsa Guaita Monreal.

► **Proyecto 02/17-V. Innovación docente.**

- Línea de investigación: Innovación en educación preuniversitaria, universitaria y postgrado.
- Responsable: María Guijarro.
- Investigadores: Esther Pagán, Elsa Guaita, Pilar Pérez, José Carlos Ballester, Hugo de Juan, Ricardo Moncho, Alexandre Soldevilla, Javier Pagán, Javier Gallardo, Ximena Muñoz.

► **Proyecto 01/18. Creación de una emisora ESIC-FM.**

- Línea de investigación: Comunicación.
- Responsable: Alicia Tapia.
- Investigadores: Oliver Carrero, Lorenzo García, Cristina Marín y Alejandro de Vega.

► **Proyecto 3/18. Análisis económico del derecho gremial.**

- Líneas de investigación: Evolución del sistema gremial español; Discriminación de género en el otorgamiento de condecoraciones; El sistema gremial autonómico.
- Investigador Principal responsable del proyecto: Thomas Baumert.
- Investigadores: María de las Mercedes de Obesso, Esther Valbuena.

► **Proyecto 01/18-V. Aprender a aprender.**

- Líneas de Investigación: Metodología formativa, Gestión del conocimiento.
- Responsable del proyecto: María Guijarro García.
- Investigadores: Verónica Milla Godoy, Cristina Santos Rojo, Arturo Ortigosa Blanch, Enrique Planells Artigot.

► **Proyecto 01/18-MAL. Marketing Digital – Internal Branding – Place Branding.**

- Investigador Principal responsable del proyecto: Francisco Javier Cristófol Rodríguez.
- Investigadores: Carlos de la Guardia Gascañana, Fernando Martín Ortega, Daniel Guerrero Navarro.

71 PROYECTOS ESIC

1-Proyecto ESIC de investigación.

PROYECTO ESIC DE INVESTIGACIÓN 1-M-2017	Líneas de investigación	Investigador Principal responsable del proyecto	Investigadores	
Internacionalización del Marketing one to one	Marketing Dirección internacional y turismo	Pilar Sánchez	Fernando E. García Muiña Ruth Fernández Hernández Alberto Alcalde Giraudo María del Carmen Paradinas Márquez	URJC ESIC ESIC ESIC

► Resumen del proyecto

El objetivo general del Grupo de Investigación es:

“Analizar el papel que juegan diferentes variables de contexto en la definición de las estrategias de Marketing adaptadas al mercado global y la estrategia competitiva internacional de la empresa”.

A nivel de objetivos específicos nos centraremos en el papel de:

- Gestión de la diversidad (diversity management).
- Influencia de la tecnología como driver de cambio en las transacciones.
- Influencia de la Economía Colaborativa como una nueva tendencia social.

► Resultados

PUBLICACIONES

- Publicación de dos capítulos de libro (ESIC). (1 Ruth y 1 Alberto)
- Publicación de dos capítulos de libro (1 Ruth con Fernando, 1 Pilar)
- Editorial Tecnos, 6ª mejor editorial nacional, Scholarly Publishers Indicators, SPI:
- http://ilia.cchs.csic.es/SPI/prestigio_expertos_2014.php

CONGRESOS Y JORNADAS CIENTÍFICAS

- GIMAC, Global Islamic Marketing Conference. Túnez, 25, 26 y 27 de abril 2018
- Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: contenidos, investigación, innovación y docencia CUICID, octubre 2018.
- II Congreso Internacional de Turismo y Responsabilidad Social, en colaboración con la Universidad de La Coruña y la Universidad de Guanajuato (Mexico), a celebrar octubre 2018.

71 PROYECTOS ESIC

2-Proyecto ESIC de investigación.

PROYECTO ESIC DE INVESTIGACIÓN 2-M-2017	Líneas de investigación	Investigador Principal responsable del proyecto	Investigadores	
Los Seniors y la transformación digital. Implicaciones y aplicaciones en la sociedad española	Economía digital	Susana Fernández Lores	María Jesús Merino Silvia Villaverde Juan Antonio García Márquez Ildefonso Grande Esteban	ESIC ESIC ESIC U.P. Navarra

► Resumen del proyecto

El propósito de este proyecto de investigación es aportar conocimiento sólido y de impacto acerca del comportamiento, percepciones e integración de la transformación digital en el segmento de los consumidores mayores de 50 años, también denominados seniors. Este grupo de población es altamente interesante en el ámbito del marketing dado su volumen, supone más del 35% del total de la población, y destaca por su capacidad económica y calidad de vida. Sin embargo, son escasos los estudios que aportan luz acerca de este colectivo y más en concreto, sobre como la nueva sociedad de la información y los diferentes aspectos de la transformación digital están afectando a su conducta y su integración en la sociedad. El proyecto consta de diferentes estudios vinculados al comportamiento de este grupo de población abordando aspectos tales como el consumo, la comunicación o el word of mouth, entre otros. Con esta actividad investigadora se pretende analizar y profundizar en el entendimiento de cómo las generaciones de más edad están adaptándose a la nueva sociedad digital, proporcionando un marco de trabajo claro, detallado y actualizado con implicaciones tanto académicas como profesionales.

► Resultados

PUBLICACIONES

CONGRESOS Y JORNADAS CIENTÍFICAS

71 PROYECTOS ESIC

3-Proyecto ESIC de investigación.

PROYECTO ESIC DE INVESTIGACIÓN 3-M-2017	Líneas de investigación	Investigador Principal responsable del proyecto	Investigadores	
Desarrollo de diversas líneas de investigación	Marketing, Economía Digital. Economía, Ética y Sociedad. Innovación docente	Mariano Méndez	José Antonio Vicente Pascual Macarena Estévez Francisco García Fernández Fernando Gallardo Jaime Romero	ESIC CONENTO UPM UAM UAM

► Resumen del proyecto

El objetivo de este proyecto es el de desarrollar las varias líneas de investigación mediante la colaboración con profesores tanto de ESIC como de otros centros y empresas. Se pretende investigar sobre las siguientes áreas que se enumeran a continuación, con el objetivo de publicar los resultados en revistas de reconocido prestigio:

Áreas de Marketing y Economía digital, artículos

Trabajos relacionados con el impacto de la publicidad, tanto online como offline en las ventas de la empresa. Esta área, muestra una gran carencia de trabajos de calidad sobre el tema y la mayoría de los trabajos son los publicados por las propias compañías consultoras:

- Desarrollar la metodología robusta y aplicable por las empresas para calcular el recuerdo publicitario basándose en la metodología de Adstock (Broadbent 1979) planteada por Méndez y Estevez 2016.
- Estudiar la relación entre el efecto de la publicidad a corto plazo y su efecto acumulado en el largo plazo para modelos de marketing mix.
- Estudiar el impacto de las campañas de publicidad en televisión en Internet y redes sociales de las marcas.

Trabajos relacionados con atribución digital (es decir, atribuir el mérito de las conversiones de internet a los distintos puntos de contacto con los clientes, ya sea on u offline). Esta área, es de investigación prioritaria para el periodo 2016-2018 del “Marketing Science Institute” (MSI) de la Asociación Americana de Marketing (AMA):

- Uso de modelos de Inteligencia Artificial para la predicción de la conversión.
- Creación de modelos de Inteligencia Artificial para la atribución digital.

Continuar con la investigación de la aplicación de la metodología de Opciones Reales en Marketing, especialmente en lo relacionado con la opción de abandono de clientes basada en Valor de Vida del Cliente. Actualmente hay una ponencia que será presentada en el Congreso Mundial de Finanzas de julio del presente año.

Áreas de Marketing y Economía digital, casos

- Caso sobre el impacto de la publicidad tanto on como offline en las visitas a la tienda, a su vez relacionados con la explicación de las visitas a la web de la marca. Realizada la programación en R.
- Caso sobre la compra de JAZZTEL por parte de Orange valorando la cartera de clientes de JAZZTEL a través de los modelos de Valor de Vida del Cliente. Este caso pretende ser desarrollado por el autor en el próximo curso sobre creación de casos, estando los análisis técnicos actualmente realizados.

Áreas de Economía, Ética y Sociedad

Estudio y valoración de los nuevos instrumentos financieros conocidos como Bonos de Economía Social:

- Estos Bonos son un instrumento financiero híbrido de reciente creación y gestionados por entidades como Golman Sachs, en los que los inversores reciben el capital invertido más un rendimiento en función de la consecución de objetivos sociales, por ejemplo, reinserción de presos en la sociedad o reducción de las tasas de paro de larga duración. Aunque poco conocidos en España, se llevan usando desde hace unos años tanto en Reino Unido como en Estados Unidos por entidades como la Fundación Bill Gates.

Debido al desarrollo exponencial del programa de código abierto y gratuito R, tanto en áreas de investigación como de aplicación de métodos de big data, se considera necesaria la creación de material docente basado en este software. Actualmente cada vez más Universidades están optando por el uso de este programa en sustitución de los tradicionales SPSS o SAS.

- Trabajo en curso con el código prácticamente completado para la realización de un libro sobre Investigación de Mercados exclusivamente basado en R.

Resultados

PUBLICACIONES

CONGRESOS Y JORNADAS CIENTÍFICAS

71 PROYECTOS ESIC

4-Proyecto ESIC de investigación.

PROYECTO ESIC DE INVESTIGACIÓN 1-M-2018	Líneas de investigación	Investigador Principal responsable del proyecto	Investigadores	ESIC
Análisis predictivo multicausal del absentismo y rendimiento académico en estudiantes de Grado y Postgrado	Rendimiento académico universitario	Natividad Crespo Tejero	Mariano Méndez Suárez	ESIC

► Resumen del proyecto

El equipo de trabajo presenta un ambicioso proyecto de investigación basado en el análisis del “student experience”, pero dotándolo de una poderosa base teórica que ha sido evidenciada en la literatura internacional. Nuestro objetivo es analizar el impacto predictor de variables cognitivas (capacidad intelectual), no cognitivas (motivación, autoeficacia, inteligencia emocional), demográficas (edad, sexo) y comportamentales (asistencia a clase); sobre el comportamiento de los estudiantes universitarios. En concreto, consideramos imprescindible estudiar los factores que determinan el absentismo y el rendimiento académico de los alumnos de grado.

Por otro lado, las universidades se enfrentan a la desafiante tarea de educar a una comunidad estudiantil cada vez más diversa con demandas y aspiraciones cambiantes. Una fuente clave de esta diversidad son los estudiantes internacionales, sobre todo en el área de postgrado. La comprensión de los antecedentes de estos estudiantes y sus expectativas es fundamental para garantizar la prestación efectiva de servicios educativos y, con ello, mejorar la experiencia y la satisfacción del estudiante. Ello redundará en la permanencia del alumno y en un aumento de la calidad y el prestigio de la institución. En consonancia con esta reflexión, nuestro equipo considera ineludible ampliar la muestra de estudio a los alumnos de postgrado.

El proyecto de investigación presentado se incluye dentro de una línea de estudio que venimos desarrollando desde hace varios años. En concreto:

Período 2008-2012. Proyecto 1: “Absentismo en estudiantes universitarios: factores implicados”. Este proyecto se materializó con la publicación de un artículo en una revista científica y la presentación de tres ponencias en diferentes conferencias internacionales de educación y nuevas tecnologías:

- Crespo, N., Palomo, M. y Méndez, M. (2012). Efecto del absentismo universitario en el expediente académico y en la percepción de sus causas. EDUCADE, 3, 47- 65.
- Variable Reduction of a pre Bologna Plan survey regarding the causes of absenteeism using Principal Component Analysis, in order to design a post Bologna Plan survey and compare the results. Edulearn, 2013. International Conference on Education and New Learning Technologies, Barcelona. España.
- Causes of Absenteeism in University Students and its Effects in the Academic Performance. ICERI, 2012. 5th International Conference of Education, Research and Innovation. Madrid. España. 19 a 20 noviembre.

- Inteligencia Emocional, burnout y engagement en alumnos universitarios absentistas y no absentistas II Congreso Internacional de Inteligencia Emocional, 2009. Santander, septiembre 16-18.

Período 2017-2018. Proyecto 2: “Predicción del absentismo sobre el rendimiento académico universitario”. El proyecto se está desarrollando desde el mes de septiembre de 2017 e incluye tres vías de estudio:

- a. ¿Predice el absentismo el rendimiento académico universitario?
- b. Perfil del alumno absentista como predictor del rendimiento académico.
- c. Impacto del absentismo en el rendimiento académico de los alumnos internacionales de grado.

En la actualidad el proyecto ha superado las fases de planteamiento del problema, revisión de la literatura, elaboración del marco teórico, formulación de hipótesis, elección del diseño de investigación y selección de la muestra. En este momento, el grupo de estudio se encuentra trabajando en el análisis de los datos; así como en la presentación y difusión de los resultados obtenidos en las líneas de investigación.

► *Resultados*

PUBLICACIONES

CONGRESOS Y JORNADAS CIENTÍFICAS

- Effects of absenteeism on academic performance in international university students. EDULEARN18, 10th annual International Conference on Education and New Learning Technologies. Palma de Mallorca, España, 2018.

71 PROYECTOS ESIC

5-Proyecto ESIC de investigación.

PROYECTO ESIC DE INVESTIGACIÓN 2-M-2018	Líneas de investigación	Investigador Principal responsable del proyecto	Investigadores	
Diseño de materiales digitales accesibles	Accesibilidad en los materiales docentes universitarios	Cristina Marín Palacios	Oliver Carrero Alicia Tapia Elsa de Giovanni Lourdes Moreno López	ESIC ESIC ESIC Uc3m

► Resumen del proyecto

El Proyecto de Innovación Docente “Diseño de materiales digitales accesibles”, pretende atender a la diversidad dentro del ámbito de la comunicación y el e-learning.

Con esta finalidad perseguimos el diseño e implantación de materiales docentes accesibles con la finalidad de que ESIC pueda a medio plazo ser plaza para estudiantes con algún tipo de discapacidad audiovisual.

Así, se trata de una iniciativa que busca ajustarse a las nuevas demandas de la Sociedad de la Información actual, en la que se manejan ingentes cantidades de información, que, en muchas ocasiones, no resultan accesibles a personas con discapacidad. En esta línea, la universidad es un claro ejemplo. Por eso, estimamos oportuno, desde ESIC hacer hincapié en los siguientes ámbitos de accesibilidad de cara a un perfil plural tanto de alumnos, como de personal docente y administrativo:

1. Diseño de documentos digitales accesibles (Word, PowerPoint, Excel, pdf...).
2. Diseño de E-pub interactivos accesibles.
3. Diseño de mini-vídeos docentes modulares accesibles.
4. Diseño de MOOC accesibles.

Se trata de una labor ardua, a la vez que necesaria y de la que el entorno universitario aún no se ha ocupado con la profundidad que este tipo de temas requiere.

Es decir, los componentes del equipo consideramos, que, como creadores de contenidos TIC, debemos asumir la responsabilidad de que todas las documentaciones que generemos en ESIC (documentos, presentaciones, hojas de cálculos, pdf's, vídeos formativos, arquitectura web...) sean accesibles.

El fin último del trabajo, además de mejorar las condiciones de accesibilidad de la universidad, será compartir nuestro conocimiento dentro del área de la formación accesible, bajo el prisma de estudios de campo, que nos permitan seguir evolucionando y mejorando al respecto.

Esta iniciativa, tiene como punto de partida hacer accesibles los materiales generados por los investigadores del proyecto, con el fin inmediato de llevar a cabo una publicación de caso de uso, donde dejar plasmadas las pautas a seguir para diseñar documentos accesibles y así animar al resto de los profesores de ESIC a hacerlo.

► **Resultados**

PUBLICACIONES

“YOUTUBE COMO PLATAFORMA DE INNOVACIÓN DOCENTE: UN CASO APLICADO AL CANAL ZALATHUN CREATIVIDAD”

Autores: Oliver Carrero Márquez; Cristina Marín Palacios

Localización: Propuestas docentes para un nuevo currículo universitario/ coord. por Javier Rodríguez Torres, José Francisco Durán Medina. Editorial Tecnos (Grupo Anaya S.A), 2018, ISBN 978-84-309-7381-1, págs. 175-190.

“CONSISTENCIA Y ALINEAMIENTO DEL MENSAJE”

Autores: Oliver Carrero Márquez

Localización: Plan de comunicación on y off en la práctica / coord. por Julio Alard Josemaría, Abel Monfort de Bedoya, 2017, ISBN 978-84-17129-29-3, págs. 179-210

CONGRESOS Y JORNADAS CIENTÍFICAS

- CUICID 2017 (Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia), organizado en Madrid (España) por ESERP y el Grupo de Investigación Complutense en Comunicación Concilium, el Fórum XXI y la asociación Historia de los Sistemas Informativos.
- Ponencia: “USO DE YOUTUBE COMO PLATAFORMA DE APRENDIZAJE: UN CASO APLICADO AL CANAL ZALATHUN CREATIVIDAD”. Autores: Cristina Marín y Oliver Carrero. Publicada en el libro de Actas del Congreso CUICID 2017 con ISBN 978-84-697-4542-7.
- CUICID 2018 (Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia), organizado en Madrid (España) por ESERP y el Grupo de Investigación Complutense en Comunicación Concilium, el Fórum XXI y la asociación Historia de los Sistemas Informativos.
- Ponencia: “MOODLE Y WEKA COMO HERRAMIENTAS PARA LA MEDICIÓN DE CALIDAD DE CONTENIDOS: UN CASO APLICADO A LOS ALUMNOS DE 1º DE GRADE DE ESIC”. Autores: Oliver Carrero y Cristina Marín. Publicada en el libro de Actas del Congreso CUICID 2018 con ISBN 978-84-09-04679-9.
- Ponencia: “CUARTO MILENIO COMO CASO DE ÉXITO DEL MISTERIO BASADO EN GARANTIZAR LA NECESIDAD TRASCEDENTE DE SU AUDIENCIA”. Autores: Oliver Carrero y Elsa de Giovanni. Publicada en el libro de Actas del Congreso CUICID 2018 con ISBN 978-84-09-04679-9.
- Ponencia: “COMPORTAMIENTO PSICOGRÁFICO DEL CONSUMIDOR DE TURISMO ONLINE”. Autores: Cristina Marín, Elena Gonzalez Rodrigo y Araceli Maseda. Publicada en el libro de Actas del Congreso CUICID 2018 con ISBN 978-84-09-04679-9.

71 PROYECTOS ESIC

6-Proyecto ESIC de investigación.

PROYECTO ESIC DE INVESTIGACIÓN 1-V-2017	Líneas de investigación	Investigador Principal responsable del proyecto	Investigadores	
Impacto económico y social del emprendimiento y los nuevos modelos de negocio	Emprendimiento; Economía Digital; Innovación Docente	Arturo Ortigosa	Myriam Martí Sánchez Desamparados Cervantes Zacarés María Teresa Ballestar de las Heras	ESIC ESIC ESIC

► Resumen del proyecto

Durante las dos últimas décadas, la aparición de nuevos modelos de negocio ha estado fuertemente relacionado con el fenómeno del emprendimiento. Para entender el fenómeno del emprendimiento podemos acudir en primera instancia a la definición que el diccionario de la Real Academia de la Lengua en la que define emprender como “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro “. En la propia definición encontramos el factor diferencial del emprendimiento con la creación de empresas. Empreder es crear una empresa, pero se entiende que dicha empresa tiene una dificultad o peligro inherente ligada a su modelo de negocio.

La principal diferencia entre una “startup” y una empresa está precisamente en si su modelo de negocio está probado con éxito o no. Es esta fase de incertidumbre en la validación del modelo de negocio lo que distingue una startup de una empresa tradicional. Es por ello que la mayoría de los nuevos modelos de negocio que han aparecido en los últimos tiempos han venido de la mano del nacimiento de una nueva empresa. Además, innovar en el modelo de negocio implica que dichas empresas o startups deban desarrollar nuevas estrategias de monetización, posicionamiento, marketing, etc.;

durante el proceso de validación. Estas dos etapas diferenciadas, una primera de validación de la idea de negocio y una segunda de crecimiento y consolidación, se muestran muy claramente por ejemplo en dos casos de la Harvard Business School en las que los profesores Thales S. Teixeira y Morgan Brown analizan las diferentes estrategias de AirBNB, Uber y Etsy para conseguir sus primeros mil clientes y más tarde para pasar de mil a un millón de clientes. [Teixeira, Thales S.; Brown M. (mayo 2016); Teixeira, Thales S.; Brown M. (junio 2016)] En este caso nos encontramos ante un nuevo modelo de negocio de dos lados en los que la empresa debe decidirse por uno de los dos lados (los clientes o los proveedores del servicio) e intentar hacerlo crecer lo más rápido posible. Si bien los primeros mil clientes se consiguen apostando por la experiencia de cliente, el boca-oreja, el poder de las redes sociales del usuario y la contratación de diversos servicios, una vez ya consolidados dichos apóstoles o early adopters, son las estrategias de marketing más tradicionales las que cobran importancia para crecer y llegar a un mayor número de clientes finales.

Por último, existe otro fenómeno, de orden social, que ha acompañado al emprendimiento durante los últimos años: el riesgo y la innovación asociadas al emprendimiento ha hecho que la percepción social hacia los emprendedores haya evolucionado favorablemente en los últimos años haciendo de ellos un elemento social glamuroso que ha contribuido a la conocida como “burbuja del emprendimiento”.

Es por ello que este proyecto pretende ahondar en tres aspectos relacionados y que giran todos ellos entorno al emprendimiento y los nuevos modelos de negocio: el impacto económico de los nuevos modelos de negocio, el impacto social del emprendimiento y la percepción social del emprendimiento desde un punto de vista educativo.

► **Resultados**

PUBLICACIONES

1. ¿Es el big data el siguiente paso en la digitalización de la empresa? M.T. Ballestar, D. Riveiro y J. Sainz; *Economía Industrial*, num. 409, pages 47-56 (2018)
2. Predicting customer quality in e-commerce social networks: A machine learning approach M.T.Ballestar, P. Grau-Carles and Jorge Sainz; *Review of Managerial Science*. ACEPTADO PENDIENTE DE PUBLICACIÓN (JCR tercer cuartil)
3. Innpact - Impacto de ideas de negocio innovadoras en centros educativos: COLEGIO SAN FRANCISCO JAVIER; Caso de estudio y teaching note; Arturo Ortigosa-Blanch, Myriam Marti-Sánchez y Desamparados Cervantes-Zacarés. ESIC EDITORIAL. ACEPTADO PENDIENTE DE PUBLICACIÓN

CONGRESOS

4. Estudio del rendimiento de los centros educativos a partir de los resultados académicos de bachillerato y las PAU; Arturo Ortigosa-Blanch, Marcos Pascual-Soler y Myriam Martí-Sánchez; Poster, IMAT 2018.
5. The relationship between mass entrepreneurship and China's sustainable development.; Beatriz Irún y Arturo Ortigosa-Blanch; Ponencia, IMAT 2018
6. Social entrepreneurship and organizational performance: a study of the mediating role of distinctive competences in marketing; D. Palacios-Marqués, M. Guijarro-García, M. Martí-Sánchez and M.P. Alguacil-Marí, GIKA 2018
7. Prediction of customers quality on e-commerce social networks: a machine learning approach, M.T. Ballestar, P. Grau-Carles and J. Sainz, GIKA 2018

PENDIENTES DE ACEPTACIÓN / EN PREPARACIÓN

8. Social entrepreneurship and organizational performance: a study of the mediating role of distinctive competences in marketing; D. Palacios-Marqués, M. Guijarro-García, M. Martí-Sánchez and M.P. Alguacil-Marí, Pendiente de aceptación en special issue revistas JCR para mejores papers presentados a INEKA (antes GIKA).
9. A semantic analysis of entrepreneurship and its associated attributes on the digital press: A Spanish case on economic specialized media M. Martí Sanchez and A. Cervantes Zacarés. Enviado a INEKA 2019.
10. A novel machine learning approach for evaluation of public policies: An application for researchers' performance . M.T. Ballestar, L.M. Doncel, J. S. Gonzalez and A. Ortigosa-Blanch. Enviado a INEKA 2019.
11. The importance and potential contribution of mass entrepreneurship to China's sustainable development and business ethics culture "One Road, One Belt", business sustainable opportunities; Beatriz Irún, Arturo Ortigosa-Blanch and Samuel Doe. En preparación para el Journal of Business Ethics
12. Nuevos indicadores de excelencia en el sistema de educación español basado en los resultados académicos de bachillerato y las PAU; Arturo Ortigosa-Blanch, Marcos Pascual-Soler y Myriam Martí-Sánchez. En preparación.

71 PROYECTOS ESIC

7-Proyecto ESIC de investigación.

PROYECTO ESIC DE INVESTIGACIÓN 1-V-2018	Líneas de investigación	Investigador Principal responsable del proyecto	Investigadores	
Antecedentes del bienestar del claustro docente y su consecuencia en el desempeño organizativo en la gestión de los centros educativos (concertados y privados)	Estrategia; Innovación; Gestión de RRHH; Marketing	María Guijarro García	Esther Pagán Araceli Maseda Javier Pagán Castaño Javier Sánchez García	ESIC ESIC ESIC UJI

► Resumen del proyecto

El objetivo principal del trabajo sería analizar el papel mediador del bienestar en el efecto de la gestión de recursos humanos y en el desempeño organizativo. Una definición de desempeño organizacional la aporta Gopalakrishnan (2000) quien afirma que el constructo posee los siguientes tres factores: primero la eficiencia, en la cual entran y salen recursos; el segundo es la efectividad, que se relaciona con el crecimiento de la organización y la satisfacción de los colaboradores y; el tercero son los resultados financieros, que corresponden al aumento de la utilidad, la inversión y el retorno de los activos.

a. Gestión de Recursos Humanos: Algunos investigadores han destacado la influencia positiva que tiene la gestión de los recursos humanos en el rendimiento organizacional (Combs et al. 2006) b. Bienestar: El bienestar puede describirse como la calidad general de la experiencia y el funcionamiento de un empleado en el entorno de trabajo (Warr 1987). Dado que las teorías y estudios empíricos sobre las relaciones entre gestión de Recursos Humanos, el bienestar de los empleados y el desempeño organizacional han incluido las dimensiones de bienestar del empleado relacionadas con la felicidad (por ejemplo, Appelbaum et al., 2000; Gould-Williams 2003; Whitener 2001), salud (Appelbaum et al 2000, Orlitzky y Frenkel 2005, Ramsay et al., 2000) y las relaciones (por ejemplo, Bartel 2004, Gelade y Ivery 2003, Tzafirir 2005), consideraríamos estas tres dimensiones del bienestar de los empleados (Grant et al., 2007) en nuestra revisión. c. Resultado operativo. Los principales hallazgos apuntan a que el bienestar de los empleados en términos de felicidad y relación es congruente con el rendimiento de la organización (perspectiva de ganancias mutuas).

Además, pretende Identificar los principales marcos teóricos de referencia dentro del ámbito del bienestar:

2

a. AMO theory. Appelbaum et al. (2000), plantea un modelo conceptual en el que ve la adopción de actividades de gestión de recursos humanos como el aumento de las habilidades de los empleados, proporcionando oportunidades para participar y aumentando la motivación. Según este punto de vista, la gestión de recursos humanos aumenta la satisfacción, el compromiso y la confianza en el trabajo, y reduce los niveles de estrés que, a su vez y en combinación, afectan positivamente el desempeño de la organización.

b. Labour Process Theory. Siguiendo las bases de la Teoría del Proceso Laboral, Godard (2001) afirma que los beneficios de la gestión de recursos humanos tienden a disminuir cuando se detectan niveles altos de

estrés. En este sentido, una organización que busca un mayor desempeño financiero, los empleados pueden experimentar niveles crecientes de intensificación del trabajo y tensión laboral (Ramsay et al., 2000). El punto central de esta visión es la idea de que la administración del recurso humano es de naturaleza explotadora (Legge 1995).

Por último, se pretende analizar la dimensionalidad del bienestar en los entornos educativos (educación secundaria): felicidad, salud y relaciones sociales.

Con todo lo expuesto anteriormente se plantea el modelo mostrado en el gráfico 1, que atiende a las siguientes hipótesis generales de trabajo (en el gráfico 1 también se muestran las referencias bibliográficas que soportan las hipótesis planteadas):

H1: La gestión de los recursos humanos tiene una influencia significativa y positiva sobre el bienestar de los trabajadores de los centros educativos.

H2: La gestión de los recursos humanos tiene una influencia significativa y positiva sobre el desempeño organizativo de los centros educativos.

H3: El bienestar de los trabajadores tiene una influencia significativa y positiva sobre el desempeño organizativo de los centros educativos.

► **Resultados**

PUBLICACIONES

CONGRESOS

ESIC

BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Transformando personas

INGSCHOOL ESIC

ESIC

