



MINISTERIO
DE EDUCACIÓN,
CULTURA Y DEPORTE

SECRETARÍA DE ESTADO DE
INVESTIGACIÓN DESARROLLO E
INNOVACIÓN

CURRÍCULUM VITAE
IMPRESO NORMALIZADO

Prof. Joaquín Sánchez
Universidad Complutense de Madrid
Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados

1. ACTIVIDAD DOCENTE

1.1 Trayectoria Docente (ordenada por Centro y por orden cronológico)

DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Profesor Asociado
DEPARTAMENTO: Comercialización e Investigación de Mercados
INSTITUCIÓN: Colegio Universitario de Segovia (Universidad Complutense de Madrid)
CENTRO: Facultad de Ciencias de la Información
TIPO DE PROGRAMA: Licenciatura
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Desde: 01/10/1994 Hasta: 30/09/2003

DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Profesor Asociado
DEPARTAMENTO: Comercialización e Investigación de Mercados
INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid
CENTRO: Facultad de Ciencias de la Información
TIPO DE PROGRAMA: Licenciatura
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Desde: 01/10/2000 Hasta: 30/09/2005

DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Profesor Titular Interino
DEPARTAMENTO: Comercialización e Investigación de Mercados
INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid
CENTRO: Facultad de Ciencias de la Información
TIPO DE PROGRAMA: Licenciatura y Doctorado
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Desde: 01/10/2005 Hasta: 30/09/2009

DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Profesor Contratado Doctor
DEPARTAMENTO: Comercialización e Investigación de Mercados
INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid
CENTRO: Facultad de Ciencias de la Información
TIPO DE PROGRAMA: Licenciatura y Doctorado
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Desde: 01/10/2009 Hasta: 01/10/2012

DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Profesor Titular de Universidad
DEPARTAMENTO: Comercialización e Investigación de Mercados
INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid
CENTRO: Facultad de Ciencias de la Información
TIPO DE PROGRAMA: Licenciatura, Grado y Doctorado
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Desde: 01/10/2012 Hasta: actualidad

DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Profesor Asociado
DEPARTAMENTO: Investigación de Mercados
INSTITUCIÓN: European Business Programme - Cámara de Comercio de Madrid
CENTRO: Facultad de Ciencias de la Información
TIPO DE PROGRAMA: Licenciatura
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Desde: 17/10/2000 Hasta: 30/09/2002

DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Profesor Asociado
DEPARTAMENTO: Investigación de Mercados
INSTITUCIÓN: CEU Luis Vives - Universidad de Alcalá
CENTRO: Facultad de Ciencias Empresariales
TIPO DE PROGRAMA: Licenciatura
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Desde: 01/10/2002 Hasta: 01/10/2004

DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Profesor Asociado
DEPARTAMENTO: Comercialización e Investigación de Mercados
INSTITUCIÓN: Centro Universitario Villanueva - Universidad Complutense de Madrid
CENTRO: Facultad de Ciencias de la Información
TIPO DE PROGRAMA: Licenciatura
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Desde: 01/10/2002 Hasta: 30/09/2003

DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Profesor Asociado
DEPARTAMENTO: Marketing
INSTITUCIÓN: ESIC - Universidad Rey Juan Carlos
CENTRO: Facultad de Administración y Dirección de Empresas
TIPO DE PROGRAMA: Licenciatura
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Desde: 01/10/2002 Hasta: 30/09/2008

1.2 Número y diversidad de asignaturas impartidas

INSTITUCIÓN: Colegio Universitario de Segovia (Universidad Complutense de Madrid)
ASIGNATURAS IMPARTIDAS:

Mercadotecnia Especial. Desde: 01/10/1994 Hasta: 30/09/2000
Planificación de Marketing. Desde: 01/10/1998 Hasta: 30/09/2002
Introducción al Marketing. Desde: 01/10/2000 Hasta: 30/09/2003

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid
ASIGNATURAS IMPARTIDAS:

Marketing Estratégico. Desde: 01/10/2000 Hasta: 30/09/2003
Introducción al Marketing. Desde: 01/10/2000 Hasta: 30/09/2003

Marketing Aplicado a la Publicidad y las Relaciones Públicas. Desde: 01/10/2000 Hasta: 30/09/2003

Métodos y Técnicas de Posicionamiento (Doctorado). Desde: 01/10/2002 Hasta: 30/09/2003

Modelización de Fenómenos de Marketing (Doctorado). Desde: 01/10/2007 Hasta: actualidad

Planificación y Medios Publicitarios. Desde: 01/10/2005 Hasta: actualidad

INSTITUCIÓN: European Business Programme - Cámara de Comercio de Madrid

ASIGNATURAS IMPARTIDAS:

Investigación de Mercados. Desde: 17/10/2000 Hasta: 30/09/2002

INSTITUCIÓN: CEU Luis Vives - Universidad de Alcalá

ASIGNATURAS IMPARTIDAS:

Investigación Comercial - Métodos y Aplicaciones. Desde: 01/10/2002 Hasta: 01/10/2004

Marketing Turístico. Desde: 01/10/2002 Hasta: 01/10/2004

INSTITUCIÓN: Centro Universitario Villanueva - Universidad Complutense de Madrid

ASIGNATURAS IMPARTIDAS:

Planificación de Marketing. Desde: 01/10/2002 Hasta: 30/09/2003

INSTITUCIÓN: ESIC - Universidad Rey Juan Carlos

ASIGNATURAS IMPARTIDAS:

Distribución Comercial. Desde: 01/10/2002 Hasta: 30/09/2008

Investigación de Mercados (II). Desde: 01/10/2002 Hasta: 30/09/2008

Investigación de Mercados. Desde: 01/10/2003 Hasta: 30/09/2008

Marketing Estratégico. Desde: 01/10/2003 Hasta: 30/09/2008

1.3 Proyectos de Innovación Docente

TÍTULO DEL PROYECTO: Programa para la Innovación en el Doctorado (INNODOC)

ENTIDAD FINANCIADORA: Universidad Complutense de Madrid

TIPO CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: 15/07/2008 Hasta: 31/12/2010. Nº total de meses: 30

INVESTIGADOR PRINCIPAL: García de Madariaga, Jesús.

FUNCIÓN: Investigador Colaborador.

TÍTULO DEL PROYECTO: Las aplicaciones móviles interactivas en el aula: sus efectos en el aprendizaje y en el nivel de satisfacción del alumnado

ENTIDAD FINANCIADORA: Universidad Complutense de Madrid

TIPO CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: Mayo de 2015 Hasta: Mayo de 2016.

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Teresa Pintado

FUNCIÓN: Investigador Colaborador.

TÍTULO DEL PROYECTO: Desarrollo de recursos en la formación virtual: Construyendo materiales para la asignatura Documentación Informativa y su seguimiento DAFO.ENTIDAD

FINANCIADORA: Universidad Complutense de Madrid

TIPO CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: Mayo de 2015 Hasta: Mayo de 2016.

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Juan Carlos Marcos

FUNCIÓN: Investigador Colaborador.

1.4 Otros méritos relacionados con la actividad docente.

1.4.1 Evaluaciones positivas de la actividad docente

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid

PROGRAMA: Docencia 2010-2011

CALIFICACIÓN: 4.6 sobre 5.

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid

PROGRAMA: Docencia 2011-2012

CALIFICACIÓN: 4.4 sobre 5.

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid

PROGRAMA: Docencia 2012-2013

CALIFICACIÓN: 4.7 sobre 5.

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid

PROGRAMA: Docencia 2013-2014

CALIFICACIÓN: 4.3 sobre 5.

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid

PROGRAMA: Docencia 2014-2015

CALIFICACIÓN: 4.7 sobre 5.

INSTITUCIÓN: ESIC – Universidad Rey Juan Carlos
PROGRAMA: Encuestas Internas
CALIFICACIÓN: 8.5 sobre 10 (media de los ocho años de docencia)

INSTITUCIÓN: Colegio Universitario Luis Vives - San Pablo CEU
PROGRAMA: Encuestas Internas
CALIFICACIÓN: 4.5 sobre 5 (media de los dos años de docencia)

INSTITUCIÓN: European Business Programme College – Cámara de Comercio de Madrid
PROGRAMA: Encuestas Internas
CALIFICACIÓN: 6.5 sobre 7 (media de los tres años de docencia)

1.4.2 Docencia en cursos de Postgrado

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid
CENTRO: Escuela de Empresariales
PROGRAMA: "Estrategias y tácticas de marketing, para mercados altamente competitivos"
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: Julio 2009, Julio 2011.

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid
CENTRO: Facultad de Ciencias de la Información
PROGRAMA: " Máster en Marketing Promocional"
PERÍODOS DE IMPARTICIÓN: 2007 – 2013.

1.4.3 Miembro de Tribunales de Tesis Doctorales

TESIS DOCTORAL: "La promoción de ventas como variable estratégica del marketing."
FECHA: 16/01/2001
FUNCIÓN: Vocal titular del Tribunal
CALIFICACIÓN: Sobresaliente Cum Laude

TESIS DOCTORAL: "Adecuación de la publicidad al contexto social y económico."
FECHA: 15/01/2003
FUNCIÓN: Secretario del Tribunal
CALIFICACIÓN: Sobresaliente Cum Laude

TESIS DOCTORAL: "Determinación del posicionamiento analítico de marcas de automóviles en la Comunidad de Madrid. Incidencia de la antigüedad de permiso de conducción de los jóvenes universitarios".

FECHA: 06/04/2005

FUNCIÓN: Secretario del Tribunal

CALIFICACIÓN: Sobresaliente Cum Laude

TESIS DOCTORAL: "La función de comunicación en las infoempresas y sus indicadores de gestión. Una aplicación en el sector financiero."

FECHA: 20/05/2005

FUNCIÓN: Secretario del Tribunal

CALIFICACIÓN: Sobresaliente Cum Laude

TESIS DOCTORAL: "Una medida de los efectos de la publicidad: El valor entrópico del cambio de actitud en los grupos sociales."

FECHA: 24/06/2005

FUNCIÓN: Secretario del Tribunal

CALIFICACIÓN: Sobresaliente Cum Laude

TESIS DOCTORAL: "Efectos de la imagen de la inversión directa en el exterior en la formación de la imagen de marca-país. Una aproximación empírica aplicada al estudio de la imagen de la inversión española en Venezuela."

FECHA: 25/09/2006

FUNCIÓN: Secretario del Tribunal

CALIFICACIÓN: Sobresaliente Cum Laude

TESIS DOCTORAL: "Estudio de la Eficacia Cognoscitiva de las formas publicitarias no convencionales en televisión: una aplicación empírica en el mercado español"

FECHA: 10/09/2010

FUNCIÓN: Vocal Titular del Tribunal

CALIFICACIÓN: Sobresaliente Cum Laude

2. ACTIVIDAD INVESTIGADORA

2.1 Publicaciones Científicas

2.1.1 Libros

MATERIAL: Libro

TÍTULO: Gestión Comercial y Atención al Cliente

AUTORES: Sanz De La Tajada, Luis Angel, Sánchez , Joaquín.

AÑO DE PUBLICACIÓN: 1996

EDITORIAL: Santillana

ISBN: 84-294-4608-7

MATERIAL: Libro

TÍTULO: Fundamentos de Marketing

AUTORES: Santesmases Mestre, Miguel, Merino, María Jesús, Sánchez , Joaquín, Pintado Blanco, Teresa.

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2009

EDITORIAL: Pirámide

ISBN: 978-84-368-2294-6

MATERIAL: Libro

TÍTULO: Fundamentals of Marketing

AUTORES: Santesmases Mestre, Miguel, Merino, María Jesús, Sánchez , Joaquín, Pintado Blanco, Teresa.

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2011

EDITORIAL: Pirámide

ISBN: 978-84-368-2543-5

PUBLICACIÓN: Libro

TÍTULO: Plan de Marketing. Análisis decisiones y control.

AUTORES: Sánchez , Joaquín

EDITORIAL: Pirámide

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2001

ISBN: 84-368-1606-4

PUBLICACIÓN: Libro

TÍTULO: La creación de un sistema de evaluación estratégica de la empresa, aplicable a las decisiones de inversión en mercados financieros.

AUTORES: Sánchez , Joaquín

EDITORIAL: ESIC

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2007

ISBN: 978-84-7356-550-9

PUBLICACIÓN: Libro

TÍTULO: Informe de previsión gran consumo 2008

AUTORES: Sánchez , Joaquín; Blanco, M^a José

EDITORIAL: ESIC-Nielsen

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2007

ISBN: 978-84-7356-551-6

PUBLICACIÓN: Libro

TÍTULO: Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial

AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa

EDITORIAL: ESIC

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2009

ISBN: 978-84-7356-594-3

PUBLICACIÓN: Libro
TÍTULO: Estrategias de marketing para grupos sociales
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010
ISBN: 978-84-7356-679-7

PUBLICACIÓN: Libro
TÍTULO: Estrategias y planificación en marketing. Métodos y aplicaciones.
AUTORES: Sánchez , Joaquín
EDITORIAL: Pirámide
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010
ISBN: 978-84-368-2365-3

PUBLICACIÓN: Libro
TÍTULO: Introducción a la investigación de mercados
AUTORES: Merino, M^a Jesús; Pintado Blanco, Teresa; Sánchez , Joaquín; Grande Esteban, Ildefonso; Estévez Muñoz, Macarena.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010
ISBN: 978-84-7356-614-8

PUBLICACIÓN: Libro
TÍTULO: Nuevas tendencias en comunicación
AUTORES: Pintado Blanco, Teresa; Sánchez , Joaquín;
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010
ISBN: 978-84-7356-694-0

2.1.2 Capítulos de Libros

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Dirección de empresas pequeñas y medianas en el siglo XXI
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Fundamentos del marketing
AUTORES: C., Julio; Sánchez , Joaquín; Sanz de la Tajada, Luis Ángel.
EDITORIAL: LID Editorial Empresarial - CEPADÉ
AÑO DE PUBLICACIÓN: 1999
ISBN: 84-88717-25-3

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Dirección de empresas pequeñas y medianas en el siglo XXI
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Organización y gestión comercial
AUTORES: C., Julio; Sánchez , Joaquín; Sanz de la Tajada, Luis Ángel.
EDITORIAL: LID Editorial Empresarial - CEPADÉ

AÑO DE PUBLICACIÓN: 1999
ISBN: 84-88717-25-3

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Dirección de empresas pequeñas y medianas en el siglo XXI
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Mercado y demanda
AUTORES: C., Julio; Sánchez , Joaquín; Sanz de la Tajada, Luis Ángel.
EDITORIAL: LID Editorial Empresarial - CEPADÉ
AÑO DE PUBLICACIÓN: 1999
ISBN: 84-88717-25-3

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Dirección de empresas pequeñas y medianas en el siglo XXI
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Planificación comercial: el marketing mix
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Sanz de la Tajada, Luis Ángel.
EDITORIAL: LID Editorial Empresarial - CEPADÉ
AÑO DE PUBLICACIÓN: 1999
ISBN: 84-88717-25-3

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: La investigación en marketing
TÍTULO DEL CAPÍTULO: El comportamiento del consumidor
AUTORES: Sánchez , Joaquín
EDITORIAL: AEDEMO. Asociación Española de Estudios de Mercado y Opinión
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2000
ISBN: 84-8211-279-1

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Estrategias de marketing. Aplicaciones prácticas
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Herramientas para las decisiones estratégicas en marketing:
inteligencia artificial
AUTORES: Sánchez , Joaquín
EDITORIAL: PEDRO CUESTA
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2004
ISBN: 84-609-2595-1

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Informe de previsión Gran Consumo 2008
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Evolución de los universos de la distribución
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Cristóbal, Dolores.
EDITORIAL: ESIC - Nielsen
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2008
ISBN: 978-84-7356-551-6

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Informe de previsión Gran Consumo 2008
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Evolución de los universos de la distribución
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Cristóbal, Dolores.
EDITORIAL: ESIC - Nielsen
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2008
ISBN: 978-84-7356-551-6

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Pensamiento social cristiano
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Ética y marketing
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2008
ISBN: 978-84-7356-532-5

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial
TÍTULO DEL CAPÍTULO: La importancia de la imagen en las empresas
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2009
ISBN: 978-84-7356-594-3

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Imagen y posicionamiento de marcas
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2009
ISBN: 978-84-7356-594-3

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Estrategias de marketing para grupos sociales
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Grupos y redes sociales en marketing
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010
ISBN: 978-84-7356-679-7

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro
TÍTULO DEL LIBRO: Estrategias de marketing para grupos sociales
TÍTULO DEL CAPÍTULO: Marketing para adolescentes
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010

ISBN: 978-84-7356-679-7

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro

TÍTULO DEL LIBRO: Las herramientas comerciales de los videojuegos

TÍTULO DEL CAPÍTULO: Comportamiento del consumidor en el uso y compra de videojuegos

AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.

EDITORIAL: ESIC

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010

ISBN: 978-84-7356-695-7

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro

TÍTULO DEL LIBRO: Las herramientas comerciales de los videojuegos

TÍTULO DEL CAPÍTULO: Las comunidades virtuales como estrategia de comunicación

AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.

EDITORIAL: ESIC

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010

ISBN: 978-84-7356-695-7

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro

TÍTULO DEL LIBRO: Nuevas tendencias en comunicación

TÍTULO DEL CAPÍTULO: Comunicación online

AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa; Merino, M^a Jesús.

EDITORIAL: ESIC

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010

ISBN: 978-84-7356-694-0

PUBLICACIÓN: Capítulo de Libro

TÍTULO DEL LIBRO: Nuevas tendencias en comunicación

TÍTULO DEL CAPÍTULO: Técnicas de comunicación en la Web 2.0

AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa

EDITORIAL: ESIC

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010

ISBN: 978-84-7356-694-0

2.1.3 Publicaciones en Revistas Científicas

REVISTA: Abaco. Revista de cultura y ciencias sociales. Vol. 44-45. Págs. 79-88.

TÍTULO DEL ARTÍCULO: Imagen-ciudad y calidad percibida de los servicios

AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.

EDITORIAL: Centro de Estudios Económicos y Sociales

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2005

ISSN: 0213-6252

REVISTA: ICE. Revista de Economía. Vol. 827, Págs. 261-278.

TÍTULO DEL ARTÍCULO: Influencia del posicionamiento competitivo de las empresas, en el efecto "Made in Spain" y éxito empresarial.

AUTORES: C. Fernández, Julio; Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.

EDITORIAL: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2005

ISSN: 0019-977X

REVISTA: International Journal of Educational Management. Vol. 20, Págs: 101-116.

TÍTULO DEL ARTÍCULO: Influencia del posicionamiento competitivo de las empresas, en el efecto "Made in Spain" y éxito empresarial.

AUTORES: C. Fernández, Julio; Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.

EDITORIAL: Emerald Group

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2006

ISSN: 0951-354X

REVISTA: European Journal of Engineering Education. Vol. 31, Págs: 459-469.

TÍTULO DEL ARTÍCULO: The influence of aspirations on higher education choice: a telecommunication engineering perspective

AUTORES: Pinilla, J. María; Sánchez , Joaquín; Pérez Aguir, Waldo.

EDITORIAL: European Society for Engineering Education

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2006

ISSN: 0304-3797

REVISTA: Innovar, Journal of Administrative and Social Sciences. Vol. 20, Págs: 131-141.

TÍTULO DEL ARTÍCULO: La educación de posgrado en España. Un estudio empírico de la estructura de motivaciones latentes.

AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa; Talledo Flores, Hernán; Carcelén García, Sonia.

EDITORIAL: Escuela de Administración de Empresas. Bogotá.

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2009

ISSN: 0121-5051

REVISTA: Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas. Vol.1. Págs: 78-90.

TÍTULO DEL ARTÍCULO: Jingle: eficacia oculta

AUTORES: Pintado Blanco, Teresa; Sánchez , Joaquín.

EDITORIAL: Universidad Complutense

AÑO DE PUBLICACIÓN: 1990

ISSN: 1130-5681

REVISTA: Ipmark. Información de publicidad y marketing. Vol. 523, Págs: 22-24

TÍTULO DEL ARTÍCULO: Introducción de la red en la estrategia de marketing

AUTORES: Sánchez , Joaquín.

EDITORIAL: Ediciones y Estudios S.L.

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2000

ISSN: 0214-7459

REVISTA: Publifilia. Revista de culturas publicitarias. Vol.1, Págs: 51-67
TÍTULO DEL ARTÍCULO: Modelización de fenómenos de marketing mediante RNN. Análisis y aplicación frente a la regresión estadística lineal.
AUTORES: Sánchez , Joaquín.
EDITORIAL: Colegio Universitario de Segovia
AÑO DE PUBLICACIÓN: 1998
ISSN: 1139-6431

REVISTA: Papeles de Formación. Vol. 24, Págs: 18-23
TÍTULO DEL ARTÍCULO: El comercial del futuro y su formación.
AUTORES: Sánchez , Joaquín.
EDITORIAL: Planificación y Formación S.L.
AÑO DE PUBLICACIÓN: 1999
ISSN: 1138-8722

REVISTA: Franquicias hoy. Vol. 43, Págs: 88-89
TÍTULO DEL ARTÍCULO: La importancia de la marca.
AUTORES: Sánchez , Joaquín.
EDITORIAL: Tormo y Asociados
AÑO DE PUBLICACIÓN: 1999
ISSN: 1135-6359

REVISTA: Publifilia. Revista de culturas publicitarias. Vol.4/5, Págs: 65-77
TÍTULO DEL ARTÍCULO: Análisis de la deslealtad en el proceso de elección de marca, en situaciones de compra de alta implicación
AUTORES: Sánchez , Joaquín.
EDITORIAL: Colegio Universitario de Segovia
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2001
ISSN: 1139-6431

REVISTA: Tecnología Administrativa. Vol.16-n38, Págs: 11-25.
TÍTULO DEL ARTÍCULO: La coherencia estratégica de las marcas en productos de gran consumo.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.
EDITORIAL: Centro de Investigaciones Administrativas (Colombia).
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2003
ISSN: 0120-0933

REVISTA: Revista ECOS de grado y postgrado. A2-Vol.1 Págs: 51-58.
TÍTULO DEL ARTÍCULO: Efecto de la imagen-país en la percepción del estudiante internacional.
AUTORES: Pinilla, J. María; Sánchez , Joaquín.
EDITORIAL: Facultad de CC. Económicas. Univ. de la plata. (Argentina).
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2004
ISSN: 1668-1770

REVISTA: The ICFAI Journal of Marketing Management. Vol.4 Págs: 7-24.
TÍTULO DEL ARTÍCULO: Artificial intelligence and marketing: Modeling by means of Artificial Neural Networks.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.
EDITORIAL: ICFA University Press.
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2005
ISSN: 0972-6845

REVISTA: Journal of American Academy of Business. Vol.6 Págs: 237-243.
TÍTULO DEL ARTÍCULO: Made in effect, competitive marketing strategy and brand performance: and empirical analysis for Spanish brands.
AUTORES: C. Fernández, Julio; Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.
EDITORIAL: JAAB.
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2005
ISSN: 1540-1200

REVISTA: SCMS Journal of Indian Management. Vol.3 Págs: 37-45.
TÍTULO DEL ARTÍCULO: Models for attribute-based consumer classification: Artificial Neural Networks versus MLR and MDA.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.
EDITORIAL: School of Communication and Management Studies.
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2006
ISSN: 0973-3167

REVISTA: Skim Newsletters. Vol.22 Págs: 19-21.
TÍTULO DEL ARTÍCULO: From Conjoint Analysis to Maximum Differences Scaling.
AUTORES: Talledo Flores, Hernán; Sánchez , Joaquín,
EDITORIAL: Sawtooth.
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2008

REVISTA: Journal of American Academy of Business. Vol.15 Págs: 270-278.
TÍTULO DEL ARTÍCULO: Factors influencing international students' evaluations of higher education programs.
AUTORES: Pinilla, J.M.; Zuñiga, J.; Soret Losantos, Ignacio; Sanchez , Joaquín.
EDITORIAL: JAAB.
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2007
ISSN: 1540-1200

REVISTA: Adresearch. International Journal of Communication Research. Vol.1 Págs: 72-93.
TÍTULO DEL ARTÍCULO: Análisis perceptual de las técnicas emergentes en comunicación. Un estudio empírico con implicaciones estratégicas.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.
EDITORIAL: ESIC.
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010
ISSN: 1189-7304

REVISTA: Adresearch. International Journal of Communication Research. Vol.3 Págs: 64-86.
TÍTULO DEL ARTÍCULO: Estimación de los efectos de la publicidad en las ventas. Un análisis empírico en España y Alemania.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa; Avello, María; Abril Barrie, Carmen.
EDITORIAL: ESIC.
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2011
ISSN: 1189-7304

2.1.4 Publicaciones en Actas de Congresos

CONGRESO: Festivals and Events: Education, Impacts and Experiences. Vol. 3.
TÍTULO: City Brand: Image Influence on Service Quality Perception.
AUTORES: C. Fernández, Julio; Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.
EDITORIAL: LEISURE STUDIES ASSOCIATION.
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2005
ISBN: 1-905369-533-6

CONGRESO: XVII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
TÍTULO: Influencia del posicionamiento competitivo de las empresas en el efecto Made-in y éxito empresarial.
AUTORES: C. Fernández, Julio; Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2005
ISBN: 84-7356-424-3

CONGRESO: XVII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
TÍTULO: Marca-País y educación internacional de postgrado.
AUTORES: C. Fernández, Julio; Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2005
ISBN: 84-7356-424-3

CONGRESO: XVIII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
TÍTULO: Las marcas renombradas: implicaciones legales en el área de marketing.
AUTORES: C. Fernández, Julio; Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2006
ISBN: 84-7356-461-8

CONGRESO: XVIII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
TÍTULO: Posicionamiento del país de destino en educación internacional de postgrado.
AUTORES: C. Fernández, Julio; Sánchez , Joaquín; Pinilla, J. María.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2006

ISBN: 84-7356-461-8

CONGRESO: XIX Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
TÍTULO: Modelos de transferencia marca-modelo mediante Análisis de Correspondencias Asimétrico.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.
EDITORIAL: ESIC
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2007
ISBN: 978-84-735-6512-7

CONGRESO: Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) – V Congreso de Metodología de Encuestas.
TÍTULO: Del Análisis Conjunto a las Escalas de Máximas Diferencias. Un estudio comparativo entre Maxdiff y escalas monádicas, desde la validez convergente y discriminante.
AUTORES: Talledo Flores, Hernán; Sánchez , Joaquín.
EDITORIAL: Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2008
ISBN: CSIC 978-84-00-08705

CONGRESO: International Academy of Management and Business
TÍTULO: Cross national investigation into the cultural antecedents of sports consumption.
AUTORES: Abril Barrie, Carmen; Sánchez , Joaquín.
EDITORIAL: IAMB
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010
ISBN: CSIC 1-949-9094

CONGRESO: International Academy of Management and Business
TÍTULO: Employer Branding: a framework proposition.
AUTORES: Gavilán, Diana; Blasco, Francisca; Avello, María; Sánchez, Joaquín.
EDITORIAL: IAMB
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010
ISBN: CSIC 1-949-9094

2.2 Comunicaciones a Congresos

2.2.1 Ponencias en Congresos

CONGRESO: II Congreso de Investigación Cualitativa
ENTIDAD ORGANIZADORA: AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión)
TÍTULO DE LA PONENCIA: Estudio cualitativo de la música en publicidad.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Noviembre 1991
CIUDAD: Barcelona (España)

CONGRESO: I Encuentros para Emprendedores.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Ayuntamiento de Segovia
TÍTULO DE LA PONENCIA: Comunicación relacional para emprendedores.
AUTORES: Sánchez , Joaquín.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Abril 1999
CIUDAD: Segovia (España)

CONGRESO: EMAC Conference 2005.
ENTIDAD ORGANIZADORA: European Marketing Academy (EMAC)
TÍTULO DE LA PONENCIA: Country and institution image effect on HE programme evaluation.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; C., Julio; , José María.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Mayo 2005
CIUDAD: Milano (Italy)
CONGRESO: LSA 2005. Festivals and Events: Beyond Economic Impacts.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Leisure Studies Association (LSA)
TÍTULO DE LA PONENCIA: City Brand: image influence on service quality perceptions.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; C., Julio; , José María.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Julio 2005
CIUDAD: Edinburgh (United Kingdom)

CONGRESO: XVII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad Pontificia de Comillas (Icade)
TÍTULO DE LA PONENCIA: Influencia del posicionamiento competitivo de las empresas, en el efecto "Made in Spain" y éxito empresarial.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; C., Julio; , José María.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Septiembre 2005
CIUDAD: Madrid (España)

CONGRESO: XVII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad Pontificia de Comillas (Icade)
TÍTULO DE LA PONENCIA: Marca-país y educación internacional de postgrado.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; C., Julio; , José María.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Septiembre 2005
CIUDAD: Madrid (España)

CONGRESO: ANZMAC 2005. Broadening the Boundaries.
ENTIDAD ORGANIZADORA: The Australian and New Zealand Marketing Academy.
TÍTULO DE LA PONENCIA: Modelling international students' intention of destination.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; C., Julio; , José María.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Diciembre 2005
CIUDAD: Perth (Australia)

CONGRESO: XVIII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad de Almería.
TÍTULO DE LA PONENCIA: Las marcas renombradas. Implicaciones legales en el área de marketing.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; C., Julio; , José María.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Septiembre 2006
CIUDAD: Almería (España)

CONGRESO: XVIII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad de Almería.
TÍTULO DE LA PONENCIA: Posicionamiento del país de destino en educación internacional de postgrado.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; C., Julio; , José María.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Septiembre 2006
CIUDAD: Almería (España)

CONGRESO: XIX Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad de Vigo.
TÍTULO DE LA PONENCIA: Del análisis conjunto a las escalas de Máximas diferencias.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Talledo Flores, Hernán.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Septiembre 2007.
CIUDAD: Vigo (España)

CONGRESO: XIX Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad de Vigo.
TÍTULO DE LA PONENCIA: Modelos de transferencia marca-modelo, mediante Análisis de Correspondencias Asimétrico.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Pintado Blanco, Teresa.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Septiembre 2007.
CIUDAD: Vigo (España)

CONGRESO: V Congreso de Metodología de Encuestas.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Centro Superior de Investigaciones Científicas – Instituto de Estudios Sociales Avanzados.
TÍTULO DE LA PONENCIA: Del análisis conjunto a las escalas de máximas diferencias. Un estudio comparativo entre maxdiff y escalas monádicas.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Talledo Flores, Hernán.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Septiembre 2008.
CIUDAD: Córdoba (España)

CONGRESO: VIII International Academy of Management and Business (IAMB) 2010.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad Complutense - International Academy of Management and Business.
TÍTULO DE LA PONENCIA: Dynamical analysis of promotional activity. A descriptive approach using store scanner data.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Carcelén, Sonia; Abril Barrie, Carmen; Pintado Blanco, Teresa.

FECHA DE CELEBRACIÓN: Junio 2010.
CIUDAD: Madrid (España)

CONGRESO: VIII International Academy of Management and Business (IAMB) 2010.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad Complutense - International Academy of Management and Business.
TÍTULO DE LA PONENCIA: Employer Branding a framework proposition.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Abril Barrie, Carmen; Gavilán Bouzas, Diana; Avello, María.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Junio 2010.
CIUDAD: Madrid (España)

CONGRESO: VIII International Academy of Management and Business (IAMB) 2010.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad Complutense - International Academy of Management and Business.
TÍTULO DE LA PONENCIA: Cross national investigation into the cultural antecedents of sports consumption.
AUTORES: Sánchez , Joaquín; Abril Barrie, Carmen.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Junio 2010.
CIUDAD: Madrid (España)

CONGRESO: 17th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science.
ENTIDAD ORGANIZADORA: European Institute of Retailing and Service Studies (EIRASS)
TÍTULO DE LA PONENCIA: Impact of store brand and national brand new products on new consumer's acquisition. A comparative analysis in Spain.
AUTORES: Abril Barrie, Carmen; García de Madariaga, Jesús; Sánchez , Joaquín.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Julio 2010.
CIUDAD: Istanbul (Turkey)

CONGRESO: 2011 EMAC Conference.
ENTIDAD ORGANIZADORA: European Marketing Academy (EMAC)
TÍTULO DE LA PONENCIA: The effect of national brands innovation, promotion and price on consumer switching to private labels.
AUTORES: Abril Barrie, Carmen; García de Madariaga, Jesús; Sánchez , Joaquín; Avelló, María; Gavilán Bouzas, Diana.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Mayo 2011.
CIUDAD: Ljubljana (Slovenia)

2.2.2 Conferencias y Seminarios

DENOMINACIÓN: La comunicación empresarial y el marketing. Aplicaciones prácticas.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad de León
TÍTULO DE LA CONFERENCIA: Las redes neuronales y el marketing.
AUTORES: Sánchez , Joaquín.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Agosto 2003.

CIUDAD: León (España)

DENOMINACIÓN: Estrategias de marketing. Aplicaciones prácticas.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad de Alcalá de Henares.
TÍTULO DE LA CONFERENCIA: Inteligencia artificial en marketing. Aplicación al turismo.
AUTORES: Sánchez , Joaquín.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Julio 2005.
CIUDAD: Alcalá de Henares (España)

DENOMINACIÓN: Estrategias efectivas de marketing.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad de León.
TÍTULO DE LA CONFERENCIA: Redes Sociales en marketing.
AUTORES: Sánchez , Joaquín.
FECHA DE CELEBRACIÓN: Abril 2010.
CIUDAD: León (España)

2.3 Participación en Proyectos Competitivos de Investigación

TÍTULO DEL PROYECTO: Nuevos Escenarios de Comunicación de Marca en las Empresas e Instituciones.
ENTIDAD FINANCIADORA: Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación.
REFERENCIA: CSO2013-46410-R
TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional
DURACIÓN: Desde: 02/04/2015 Hasta: 14/05/2017 Nº total de meses: 36
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Juan Benavides
Nº DE INVESTIGADORES: 12

TÍTULO DEL PROYECTO: La importancia de la distribución moderna en las políticas promocionales de los productos de gran consumo.
ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Comercio y Turismo
REFERENCIA: BOE-A-1996-2746
TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional
DURACIÓN: Desde: 02/04/1996 Hasta: 14/05/1997 Nº total de meses: 12
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sanz de la Tajada, Luis Ángel
Nº DE INVESTIGADORES: 7

TÍTULO DEL PROYECTO: Investigación y realización de un plan de marketing para museos de titularidad estatal.
ENTIDAD FINANCIADORA: Subdirección General de Museos Estatales.
REFERENCIA: 02/001425/02
TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional
DURACIÓN: Desde: 15/08/2001 Hasta: 10/05/2002 Nº total de meses: 9
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez, Francisco Javier.
Nº DE INVESTIGADORES: 3

TÍTULO DEL PROYECTO: Seguimiento, control, evaluación, apoyo y plan de medios de la campaña de publicidad del Ministerio de Defensa.

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Defensa.

REFERENCIA: 100/82/2/00656

TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: 15/11/2001 Hasta: 01/05/2002 N° total de meses: 7

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sanz de la Tajada, Luis Ángel.

N° DE INVESTIGADORES: 3

TÍTULO DEL PROYECTO: Estudio para la viabilidad de un Plan de Comunicación de la exposición "Las Edades del Hombre".

ENTIDAD FINANCIADORA: Ayuntamiento de Segovia.

REFERENCIA: CUS-1734-23

TIPO DE CONVOCATORIA: CC.AA.

DURACIÓN: Desde: 11/02/2002 Hasta: 04/09/2002 N° total de meses: 7

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.

N° DE INVESTIGADORES: 2

TÍTULO DEL PROYECTO: Análisis de las características y motivaciones del turismo en Galicia.

ENTIDAD FINANCIADORA: Xunta de Galicia - CIAC

REFERENCIA: 27643-02/TUR

TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: 02/10/2009 Hasta: 12/01/2010 N° total de meses: 3

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Enrique Johnson.

N° DE INVESTIGADORES: 5

TÍTULO DEL PROYECTO: Plan de nutrición, comunicación y salud de productos lácteos 2007-2010.

ENTIDAD FINANCIADORA: Comisión Europea de Agricultura y Desarrollo Rural.

REFERENCIA: UE 005/255/12-07

TIPO DE CONVOCATORIA: Internacional

DURACIÓN: Desde: 12/02/2007 Hasta: 22/06/2007 N° total de meses: 3

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez, Francisco Javier.

N° DE INVESTIGADORES: 3

2.4 Dirección y Participación en Proyectos y Contratos de Investigación

TÍTULO DEL PROYECTO: El proceso de comportamiento de compra de productos de alta implicación. Una aplicación al sector automovilístico.

ENTIDAD FINANCIADORA: Dialogga S.L..

REFERENCIA: PRI-14659-C

TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: 05/01/2004 Hasta: 02/07/2004 N° total de meses: 6

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.
Nº DE INVESTIGADORES: 3

TÍTULO DEL PROYECTO: La creación de un modelo predictivo del comportamiento de abandono de los clientes de aseguradoras en España.
ENTIDAD FINANCIADORA: Dialogga S.L..
REFERENCIA: PRI-23143-C
TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional
DURACIÓN: Desde: 01/05/2004 Hasta: 14/01/2005 Nº total de meses: 9
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.
Nº DE INVESTIGADORES: 4

TÍTULO DEL PROYECTO: Análisis del posicionamiento de las Escuelas de Negocios y Universidades privadas en España.
ENTIDAD FINANCIADORA: ESIC (centro adscrito Universidad Rey Juan Carlos)
REFERENCIA: ES-843/05
TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional
DURACIÓN: Desde: 02/12/2004 Hasta: 25/02/2005 Nº total de meses: 14
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.
Nº DE INVESTIGADORES: 4

TÍTULO DEL PROYECTO: Análisis internacional de las tipologías de consumidores en las compañías aéreas, e implicaciones estratégicas en marketing.
ENTIDAD FINANCIADORA: Dialogga S.L..
REFERENCIA: PRI-22169-C
TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional
DURACIÓN: Desde: 04/04/2005 Hasta: 09/10/2006 Nº total de meses: 14
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.
Nº DE INVESTIGADORES: 5

TÍTULO DEL PROYECTO: Análisis evolutivo de la satisfacción en la enseñanza universitaria de grado.
ENTIDAD FINANCIADORA: ESIC (centro adscrito Universidad Rey Juan Carlos)
REFERENCIA: ES-821/06
TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional
DURACIÓN: Desde: 02/09/2005 Hasta: 25/01/2006 Nº total de meses: 5
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.
Nº DE INVESTIGADORES: 4

TÍTULO DEL PROYECTO: Estudio sobre el proceso de elección y percepciones de los alumnos de Grado.
ENTIDAD FINANCIADORA: ESIC (centro adscrito Universidad Rey Juan Carlos)
REFERENCIA: ES-814/06
TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional
DURACIÓN: Desde: 02/02/2006 Hasta: 25/11/2006 Nº total de meses: 9
INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.

Nº DE INVESTIGADORES: 4

TÍTULO DEL PROYECTO: Estudio sobre el proceso de elección y percepciones de los alumnos de Postgrado.

ENTIDAD FINANCIADORA: ESIC (centro adscrito Universidad Rey Juan Carlos)

REFERENCIA: ES-815/06

TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: 02/01/2007 Hasta: 12/07/2007 Nº total de meses: 6

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.

Nº DE INVESTIGADORES: 4

TÍTULO DEL PROYECTO: Análisis estratégico del grupo Ebro-Puleva.

ENTIDAD FINANCIADORA: ICEX (Instituto de Comercio Exterior) - Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

REFERENCIA: ES-810/08

TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: 02/01/2007 Hasta: 12/12/2008 Nº total de meses: 24

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.

Nº DE INVESTIGADORES: 2

TÍTULO DEL PROYECTO: Valores y actitudes de los jóvenes en España.

ENTIDAD FINANCIADORA: ESIC (centro adscrito Universidad Rey Juan Carlos)

REFERENCIA: ES-801/10

TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: 02/05/2009 Hasta: 10/10/2010 Nº total de meses: 17

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Sánchez , Joaquín.

Nº DE INVESTIGADORES: 5

TÍTULO DEL PROYECTO: Análisis comparativo de las motivaciones asociadas al consumo del fútbol y de las marcas patrocinadoras.

ENTIDAD FINANCIADORA: Liga de Fútbol Profesional Española (LFP)

TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: 02/10/2009 Hasta: 25/11/2009 Nº total de meses: 12

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Ponzoa, José Manuel.

Nº DE INVESTIGADORES: 7

TÍTULO DEL PROYECTO: Marca del empleador y compromiso organizacional: Eficacia de la comunicación interna y retención del talento.

ENTIDAD FINANCIADORA: Banco de Santander

TIPO DE CONVOCATORIA: Nacional

DURACIÓN: Desde: 02/10/2009 Hasta: 25/11/2010 Nº total de meses: 12

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Molero Ayala, Víctor.

Nº DE INVESTIGADORES: 7

2.5 Dirección de Tesis Doctorales y de otros Trabajos de Investigación

TÍTULO DE LA TESIS DOCTORAL: Modelos de demanda en mercados de gran consumo. Una simulación dinámica a partir de datos de panel.

DOCTORANDO: Barbara Calderón Sanz

UNIVERSIDAD: Universidad Complutense

FECHA DE LECTURA: 04/11/2008

CALIFICACIÓN: Sobresaliente cum laude

TÍTULO DE LA TESIS DOCTORAL: Del “yuppie” al “single”: Evolución social del consumo en España en las últimas décadas.

DOCTORANDO: Inés María Arranz Rodríguez

UNIVERSIDAD: Universidad Complutense

FECHA DE LECTURA: 21/09/2010

CALIFICACIÓN: Sobresaliente cum laude

TÍTULO DE LA TESIS DOCTORAL: Posicionamiento Analítico de las operadoras de telefonía móvil. Estudio comparativo entre España y Ecuador

DOCTORANDO: Alexandra Benítez

UNIVERSIDAD: Universidad Complutense

FECHA DE LECTURA: 20/11/2012

CALIFICACIÓN: Sobresaliente cum laude

2.6 Otros méritos relacionados con la Actividad Investigadora.

Miembro del Grupo de Investigación en Marketing, Comportamiento del Consumidor y Modelización MARKCO2, de la Universidad Complutense de Madrid, dirigido por el Profesor Jesús García de Madariaga.

Evaluador Científico de la Revista Científica METODOLOGÍA DE ENCUESTAS (ISSN: 1575-7803), editada por la Sociedad Internacional de Profesionales de la Investigación en Encuestas (SIPIE).

Miembro del Comité Científico en los XVII, XVIII y XIX Encuentros de Profesores de Marketing, celebrados en Vigo, Madrid y Almería respectivamente.

Primer Premio a la Ponencia "Influencia del posicionamiento competitivo de las empresas en el efecto Made-in y éxito empresarial", otorgado por el FORO DE MARCAS RENOMBRADAS, en el XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing.

3. EXPERIENCIA EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA, CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA; ACTIVIDAD PROFESIONAL.

3.1 Desempeño de cargos de responsabilidad en gestión universitaria pública recogidos en los estatutos de las universidades, o que hayan sido asimilados, u organismos públicos de investigación durante al menos un año.

CARGO: Coordinador del Máster de Investigación en Administración de Empresas, Marketing y Contabilidad.

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid

FACULTAD y/o DEPARTAMENTO: Facultad de CC. Económicas y Empresariales. Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados.

DURACIÓN: Desde 22/01/2010 hasta actualidad.

CARGO: Subdirector del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.

INSTITUCIÓN: Universidad Complutense de Madrid

FACULTAD y/o DEPARTAMENTO: Facultad de CC. Económicas y Empresariales. Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados.

DURACIÓN: Desde 22/01/2010 hasta actualidad.

CARGO: Director del Departamento Académico de Investigación de Mercados.

INSTITUCIÓN: ESIC como Centro Adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos.

FACULTAD y/o DEPARTAMENTO: Dpto. de Investigación de Mercados.

DURACIÓN: Desde 05/09/2005 hasta 30/07/2008
