

# JOAQUÍN ALDÁS MANZANO

## CURRICULUM VITAE

### GENERAL INFORMATION

---

**Name:** Joaquín Aldás Manzano

**Contact Addresses:**

Universitat de València  
Dept. Comercialización e Investigación de Mercados  
Avda. Tarongers s/n, 46022 Valencia;  
Tel.: 96 382 85 37; Fax. 96-382 83 33  
[joaquin.aldas@uv.es](mailto:joaquin.aldas@uv.es)

Ivie (The Valencian Institute of Economic Research)  
C/ Guardia Civil, 22, esc. 2, 1 46020 Valencia  
Tel.: (96) 319 00 50; Fax: (96) 319 00 55  
[joaquin.aldas@ivie.es](mailto:joaquin.aldas@ivie.es)

### CURRENT POSITION

---

- Professor, Universitat de València, Department of Marketing and Market Research (2016)
- Research professor, Ivie (The Valencian Institute of Economic Research) (2016)

### EDUCATION

---

- PhD in Economics. Universitat de València (1998)
- Graduate in Economics. Universitat de València (1993)

### PUBLICATIONS

---

#### BOOKS

1. Pastor, J.M. (dir.), J. Aldás-Manzano, L. Serrano, A. Soler and I. Zaera (2017): *La contribución socioeconómica de la Universidad de Valladolid*. Valladolid: Universidad de Valladolid, forthcoming.

2. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón and I. Zaera (2017): *U-Ranking 2017: Synthetic Indicators of Spanish Universities. Fifth edition*. Valencia: Ivie, 140 pp.
3. Aldás-Manzano, J. (2016): *Modelización estructural con PLS-SEM: Constructos de segundo orden*. Madrid: Add Editorial, 51 pp.
4. Aldás-Manzano, J., A. Escribá, M. Iborra and V. Safón (2016): *La universidad española: Grupos estratégicos y desempeño*. Bilbao: Fundación BBVA, 269 pp.
5. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón and I. Zaera (2016): *U-Ranking 2016: Indicadores sintéticos de las universidades españolas. 4ª edición*. Valencia: Ivie, 138 pp.
6. Pérez, F. (dir.), J. Aldás-Manzano, R. Aragón, J. Pérez and I. Zaera (2015): *Rankings ISSUE 2015: Indicadores sintéticos de las universidades españolas*. Valencia: Ivie, 64 pp.
7. Goerlich, F.J., E. Reig, J. Aldás-Manzano and F. Pérez (2014): *Reflexiones estratégicas sobre el futuro de Burjassot*. Valencia: Ivie and L'Institut Municipal de Cultura i Joventut de Burjassot (IMCJB), Ajuntament de Burjassot, 190 pp.
8. Pérez, F. (dir.), J. Aldás-Manzano, F.J. Goerlich, J.M. Pastor, R. Aragón, A. Fernández, H. García and I. Zaera (2014): *Rankings ISSUE 2014: Indicadores sintéticos de las universidades españolas*. Valencia: Ivie, 68 pp.
9. Aldás-Manzano, J. (2013): *Opinión pública y empresas*. Valencia: Alfa Delta Digital.
10. Pérez, F. (dir.), A. Villar, F.J. Goerlich, J.M. Pastor, J. Aldás-Manzano, A. Fernández, R. Aragón and V. Cucarella (2013): *Rankings ISSUE 2013: Indicadores sintéticos de las universidades españolas*. Valencia: Ivie, 53 pp.
11. Aldás-Manzano, J., F.J. Goerlich and M. Mas (2007): *Consumo de los hogares y distribución de la renta en España (1973-2003). Una perspectiva regional*. Santiago de Compostela: Fundación Caixa Galicia, Centro de Investigación Económica y Financiera, 277 pp.
12. Michavila, F., F. Pérez (dirs.), J. Aldás-Manzano, L. Hernández, J. Martínez-Vázquez, J.M. Pastor and S. Zamorano (2007): *Análisis de las estrategias de adaptación de la oferta educativa de la Universidad de Alicante al Espacio Europeo de Educación Superior*. Alicante: Editorial Marfil, 216 pp.
13. Aldás-Manzano, J., F.J. Goerlich and M. Mas (2006): *Gasto de las familias en las CC.AA. españolas (1998-2002): Pautas de consumo, desigualdad y convergencia*. Fundación Caixa Galicia, Centro de Investigación Económica y Financiera, 260 pp.
14. Uriel, E. and J. Aldás-Manzano (2005): *Análisis multivariante aplicado*. Madrid: Editorial Thomson.
15. Uriel, E., M.L. Moltó, F. Pérez, J. Aldás-Manzano and V. Cucarella (1997): *Las Cuentas de la Educación en España y sus Comunidades Autónomas*. Madrid: Fundación Argentaria, 573 pp. Colección Economía Española.

## BOOK CHAPTERS

1. Martí, J., A. Sánchez and J. Aldás-Manzano (2016): "Teachers' Intention to Use Educational Video Games: A Technology Acceptance Model Approach", in Connolly, T. and L. Boyle (eds.): *Proceedings of The 10th European Conference on Games Based Learning*. Sonning Common (England): Academic Conferences and Publishing International Limited, pp. 434-441.
2. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano and A. Hyder (2015): "Engagement with Travel Web Sites and the Influence of Online Comparative Behaviour", in Sharma, D. (ed.): *Cultural Perspectives in a Global Marketplace: Proceedings of the 2010 Cultural Perspectives in Marketing Conference*. New York: Springer, pp. 26-33.
3. Aldás-Manzano, J. (2014): "Confirmatory Tetrad Analysis as a tool to decide between the formative/reflective nature of constructs in marketing and management research", in Moutinho, L., J.E. Bigné and A.K. Manrai (eds.): *The Routledge Companion to the Future of Marketing*. London: Routledge, pp. 348-378.
4. Aldás-Manzano, J. (2013): "La invarianza del instrumento de medida ", in Sarabia, F.J. (eds.): *Métodos de investigación social y de la empresa*. Madrid: Ediciones Pirámide, pp. 421-446.
5. Aldás-Manzano, J. (2012): "Partial least squares path modelling in marketing and management research: An annotated application", in Moutinho, L. and K.H. Huarng: *Quantitative modelling in marketing and management*. Singapore; London: World Scientific, pp. 43-78.
6. Aldás-Manzano, J., C. Martínez and M. Pardo (2012): "Women Entrepreneurship and Performance", in Galindo, M. A. and D. Ribeiro (eds.): *Women's entrepreneurship and economics: New perspectives, practices, and policies*. Springer, pp. 89-108.
7. Aldás-Manzano, J. and C. Ruiz (2011): "La propensión a innovar del consumidor como variable moderadora del efecto de la satisfacción sobre la lealtad en el comercio electrónico: Aplicación a la banca online", in Vázquez, R., J.A. Trespalacios, E. Estrada and C. González (coords.), *Universidad de Oviedo: Estrategias competitivas en canales de distribución comercial tradicional versus on-line*. Oviedo: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, pp. 213-242.
8. Andreu, L., A. Cervera and J. Aldás-Manzano (2011): "Integral measuring of perceived quality in postgraduate studies: An international academic experience", in Gómez, L., I. Candel and A. López (coord.): *INTED2011: proceedings of the International Technology, Education and Development Conference, celebrated 7-9 March 2011 in Valencia*. Valencia: International Association of Technology, Education and Development, pp. 2429-2435.
9. Andreu, L., A. Mattila and J. Aldás-Manzano (2011): "Effects of message appeal when communicating CSR initiatives", in Okazaki, S. (ed.): *Advances in*

*Advertising Research. Vol. 2: Breaking new ground in theory and practice.* Heidelberg, Germany: Gabler Verlag, pp. 261-276.

10. Martí, J., Y. Cabrera and J. Aldás-Manzano (2011): "Retos y oportunidades para incrementar la eficacia de la publicidad actual", in *Universidad de La Laguna: III Congreso Internacional Latina de Comunicación*. Santa Cruz de Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
11. Aldás-Manzano, J., J.M. Pastor and F. Pérez (2010): "Contribución socioeconómica de VLC/Campus", in *Contribución socioeconómica del Campus Internacional de Valencia*. Valencia: Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Publicacions de la Universitat de València y Universitat de València, Annex 1.
12. Alvarado, A., J.E. Bigné, R. Currás and J. Aldás-Manzano (2010): "Does corporate social responsibility really add value for consumers? ", in Louche, C., S.O. Idowu and W. Leal Filho: *Innovative CSR: From Risk Management to Value Creation*. Sheffield, UK: Greenleaf, pp. 173-195.
13. Andreu, L. and J. Aldás-Manzano (2008): "An analysis of e-business adoption and its impact on relationship quality in travel agencies' supply chains", in *Universidad Autónoma de Madrid: Issues and challenges in service-dominant markets*. Madrid: UAM Marketing Research Series, 3, pp. 4-16.
14. Aldás-Manzano, J. (2007): "Dirección de marketing", in Iborra, M., C. Dolz, C. Ferrer and A. Dasí: *Fundamentos de dirección de empresas*. Madrid: Editorial Thomson.
15. Aldás-Manzano, J., L. Andreu and A.C. Cuenca (2005): "La utilización de Internet en la comunicación y aprovisionamiento de las agencias de viaje", in *XIX Congreso Nacional y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM*. Vitoria.
16. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano and L. Andreu (2005): "Efectos de la comunicación y aprovisionamiento electrónico en las relaciones interorganizativas: una aplicación a las agencias de viajes", in *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
17. Aldás-Manzano, J., N. Vila and I. Küster (2004): "Estudio de la relación entre la orientación al mercado y la innovación en el sector textil", in *Libro de ponencias del XVIII Congreso Nacional y XIV Congreso Hispano-Francés de AEDEM*. Orense, pp. 147-153.
18. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, L. Andreu and N. Vila (2004): "Influencia de la adopción de B2B en los beneficios percibidos: análisis en las pymes españolas", in *Libro de ponencias del XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*. Alicante, pp. 815-820.

## ARTICLES

1. Alvarado, A., J.E. Bigné, J. Aldás-Manzano and R. Currás (2017): "A scale for measuring consumer perceptions of corporate social responsibility following the sustainable development paradigm", *Journal of Business Ethics*, 140(2), January, pp. 243-262.
2. Hernández, B., J. Aldás-Manzano, C. Ruiz and S. Sanz (2017): "Perceived value of advanced mobile messaging services. A cross cultural comparison of Greek and Spanish users", *Information Technology & People*, 30(2).
3. Martí, J., J. Bermejo and J. Aldás-Manzano (2017): "Product placement in video games: The effect of brand familiarity and repetition on consumers' memory", *Journal of Interactive Marketing*, 38, May, pp. 55-63.
4. Camps, J., V. Oltra, J. Aldás-Manzano, G. Buenaventura-Vera and F. Torres-Carballo (2016): "Individual Performance in Turbulent Environments: The Role of Organizational Learning Capability and Employee Flexibility", *Human Resource Management*, 55(3), May/June, pp. 363–383.
5. Rodrigo-Cano, S., J.M. Soriano and J. Aldás-Manzano (2016): "Valoración de la efectividad de la educación alimentaria en niños preescolares, padres y educadores", *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética = Spanish Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 20(1), pp. 32-39.
6. Alvarado, A., J.E. Bigné, J. Aldás-Manzano and R. Currás (2015): "A scale for measuring consumer perceptions of corporate social responsibility following the sustainable development paradigm", *Journal of Business Ethics*, forthcoming.
7. Camps, J., V. Oltra, J. Aldás-Manzano, G. Buenaventura-Vera and F. Torres-Carballo (2015): "Individual Performance in Turbulent Environments: The Role of Organizational Learning Capability and Employee Flexibility", *Human Resource Management*, forthcoming.
8. Aldás-Manzano, J., J. Martí, C. Ruiz and L. Scribner (2015): "The role of attitudes and ethicality on branded video games (advergaming) acceptance", *Athens Journal of Business and Economics*, 1(1), January, pp. 41-48.
9. Vergara, A.I., N. Alonso-Alberca, C. San-Juan, J. Aldás-Manzano and L. Vozmediano (2014): "Be water: Direct and indirect relations between perceived emotional intelligence and subjective well-being", *Australian Journal of Psychology*, 67(1), pp. 47-54.
10. Aldás-Manzano, J., L. Andreu and R. Currás (2013): "La responsabilidad social como creadora de valor de marca: El efecto moderador de la atribución de objetivos", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 22(1), January-March, pp. 21-28.
11. Martí, J., J. Aldás-Manzano, R. Currás and I. Sánchez (2013): "Factors contributing brand attitude in advergaming: Entertainment and irritation", *Journal of Brand Management*, 20, April, pp. 374-388.

12. Martí, J., J. Aldás-Manzano and R. Currás (2013): "Investigación sobre la eficacia de la publicidad en videojuegos: Estado de la cuestión", *aDResearch, ESIC Business and Marketing School*, 7, January-June, pp. 20-34.
13. Martí, J., S. Sanz, C. Ruiz and J. Aldás-Manzano (2013): "Key factors of teenagers' mobile advertising acceptance", *Industrial Management & Data Systems*, 113(5).
14. Vila, N., E. Amorós and J. Aldás-Manzano (2013): "Posicionamiento de marcas políticas a través de la web", *GCG: Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*, 7(1), January-April, pp. 16-29.
15. Bigné, J.E., R. Currás and J. Aldás-Manzano (2012): "Dual nature of cause-brand fit: Influence on corporate social responsibility consumer perception", *European Journal of Marketing*, 46(3/4), pp. 575-594.
16. Martí, J., J. Aldás-Manzano and I. Sánchez (2012): "Contenidos publicitarios generados por los consumidores y medios sociales: Análisis de los principales efectos sobre las comunicaciones de marketing actuales", *Revista Latinoamericana de Marketing*, 1(3), January-June, pp. 19-34.
17. Martí, J., Y. Cabrera and J. Aldás-Manzano (2012): "La publicidad actual: Retos y oportunidades", *Pensar la publicidad. Revista internacional de investigaciones publicitaria*, 6(2), pp. 55-72.
18. Aldás-Manzano, J., C. Lassala, C. Ruiz and S. Sanz (2011): "Análisis de los factores determinantes de la lealtad hacia los servicios bancarios online", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(1), pp. 26-39.
19. Aldás-Manzano, J., C. Lassala, C. Ruiz and S. Sanz (2011): "Internet Banking Loyalty: Evaluating the role of trust, satisfaction, perceived risk and frequency of use", *The Service Industries Journal*, 31(7), May, pp. 1165-1190.
20. Aldás-Manzano, J., R. Currás and S. Sanz (2011): "Online information quality as determinant of perceived risk reduction in e-commerce: An application to apparel virtual stores", *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 6(4), pp. 352-372.
21. Andreu, L., J. Aldás-Manzano and A. Cervera (2011): "Perceived service quality in postgraduate studies: An integrated perspective in the IMBA program", *@TIC. Revista d'Innovació Educativa*, Universitat de València, 6, January-June.
22. Bigné, J.E., A. Alvarado, J. Aldás-Manzano and R. Currás (2011): "Efectos de la responsabilidad social corporativa percibida por el consumidor sobre el valor y la satisfacción con el servicio", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20(4), pp. 139-160.
23. Küster, I., N. Vila and J. Aldás-Manzano (2011): "Brand equity innovation: el uso de las nuevas tecnologías en el sector del vino para el incremento del valor de marca", *Distribución y consumo*, 21(116), March-April, pp. 1-15.

24. Sancho, F.M., M. J. Miguel and J. Aldás-Manzano (2011): "Factors influencing youth alcohol consumption intention: An approach from consumer socialization theory", *Journal of Social Marketing*, 1(3), pp. 192-210.
25. Aldás-Manzano, J., R. Currás, C. Ruiz and S. Sanz (2010): "Factores determinantes de la lealtad en el comercio electrónico B2C: Aplicación a la compra de billetes de avión", *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 14(2), September, pp. 113-142.
26. Andreu, L., J. Aldás-Manzano, J.E. Bigné and A. Mattila (2010): "An analysis of e-business adoption and its impact on relational quality in travel agency-supplier relationships", *Tourism Management*, 31(6), December, pp. 777-787.
27. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, I. Küster and N. Vila (2010): "Mature market segmentation: A comparison of artificial neural networks and traditional methods", *Neural Computing & Applications*, 19(1), February, pp. 1-11.
28. Küster, I., J. Aldás-Manzano, C. Rodríguez and N. Vila (2010): "Diferencias crossculturales en el comportamiento de consumo de los jóvenes europeos", *Revista Innovar*, Universidad Nacional de Colombia, 20(37), May-August, pp. 163-178.
29. Martí, J., J. Aldás-Manzano, R. Currás and I. Sánchez (2010): "El emplazamiento de producto: conceptualización, nuevos formatos y efectos sobre el consumidor", *Teoría y Praxis*, Universidad de Quintana Roo, 8, pp. 113-136.
30. Aldás-Manzano, J., C. Lassala, C. Ruiz and S. Sanz (2009): "Key drivers of internet banking services use", *Online Information Review*, 33(4), pp. 672-695.
31. Aldás-Manzano, J., C. Lassala, C. Ruiz and S. Sanz (2009): "The role of consumer innovativeness and perceived risk in online banking usage", *International Journal of Bank Marketing*, 27(1), pp. 53-75.
32. Aldás-Manzano, J., C. Ruiz and S. Sanz (2009): "Exploring individual personality factors as drivers of M-shopping acceptance", *Industrial Management & Data Systems*, 109(6), pp. 739-757.
33. Bigné, J.E., A. Alvarado, L. Andreu, J. Aldás-Manzano and R. Currás (2009): "Influencia de la percepción de la dimensión económica de la RSE sobre la satisfacción y la lealtad del consumidor", *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 1, January-April, pp. 117-137.
34. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, C. Ruiz and S. Sanz (2009): "Compatibility's influence, the propensity to innovate and entertainment perceived in the decision to purchase using mobile phone", *Revista Portuguesa de Marketing*, 23, pp. 34-46.
35. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, L. Andreu and C. Ruiz (2009): "Business-to-Business e-commerce adoption and perceived benefits: Evidence from small and medium Spanish enterprises", *International Journal of Electronic Business*, 7(6), pp. 599-624.

36. Küster, I., N. Vila, C. Rodríguez and J. Aldás-Manzano (2009): "Efecto del patrocinio de la Copa América en las percepciones de Luis Vuitton: una perspectiva internacional", *Universia Business Review*, 22, pp. 40-55.
37. Küster, I., N. Vila, C. Rodríguez and J. Aldás-Manzano (2009): "The effect of matching brand-event on the brand remembering: The case of Louis Vuitton sponsorship of America's Cup", *Revista Portuguesa de Marketing*, 23, pp. 7-18.
38. Ruiz, C., S. Sanz and J. Aldás-Manzano (2009): "Drivers and barriers to online airline ticket purchasing", *Journal of Air Transport Management*, 15(6), November, pp. 294-298.
39. Bigné, J.E., C. Ruiz, J. Aldás-Manzano and S. Sanz (2008): "Influence of online shopping information dependency and innovativeness on internet shopping adoption", *Online Information Review*, 32(5), pp. 648-667.
40. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano and L. Andreu (2008): "B2B services: IT adoption in travel agency supply chains", *Journal of Services Marketing*, 22(6), pp. 454-464.
41. Royo, M., J. Aldás-Manzano, I. Küster and N. Vila (2008): "Adaptation of marketing activities to cultural and social context: gender role portrayals and sexism in Spanish commercials", *Sex Roles*, 58(5/6), pp. 379-390.
42. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, L. Andreu and C. Ruiz (2007): "La adopción del B2B en las pymes españolas: antecedentes y consecuencias", *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 11(2), pp. 117-133.
43. Royo, M., J. Aldás-Manzano, I. Küster and N. Vila (2007): "Gender role portrayals and sexism in Spanish magazines", *Equal Opportunities International*, 26(7), pp. 633-652.
44. Aldás-Manzano, J., I. Küster and N. Vila (2005): "Market orientation and innovation: An inter-relationship analysis", *European Journal of Innovation Management*, 8(4), pp. 437-452.
45. Royo, M., J. Aldás-Manzano, I. Küster and N. Vila (2005): "Roles de género y sexismo en la publicidad de las revistas españolas: un análisis de las tres últimas décadas del siglo XX", *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Navarra, XVIII(1), pp. 113-152.
46. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, I. Küster and N. Vila (2002): "The concept mapping approach in marketing: An application in the travel agencies sector", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 5(2), pp. 87-95.
47. Miquel, S., E. M. Caplliure and J. Aldás-Manzano (2002): "The effect of personal involvement on the decision to buy store brands", *Journal of Product & Brand Management*, 11(1), pp. 6-18.
48. Redondo-Bellón, I., M. Royo and J. Aldás-Manzano (2001): "A family life cycle model adapted to the Spanish environment", *European Journal of Marketing*, 35(5/6), pp. 612-638.



## WORKING PAPERS

1. Andreu, L. and J. Aldás (2008): "An analysis of e-business adoption and its impact on relationship quality in travel agencies' supply chains". UAM Marketing Research Seminar Series III. Universidad Autónoma de Madrid.
2. Aldás, J., C. Ruiz and S. Sanz (2008): "Assesing the TAM to predict m-shopping acceptance". UAM Marketing Research Seminar Series III. Universidad Autónoma de Madrid.
3. Royo, M., J. Aldás, I. Küster and N. Vila (2001): "Sexism and Gender Role Portrayals in Spanish TV Commercials". The Valencian Institute of Economic Research. WP-EC 01-10.
4. Vila, N., I. Küster and J. Aldás (2000): "Desarrollo y validación de escalas de medida en Marketing". Quaderns de Treball. Facultat d'Economia. Universitat de Valencia. Nº 104.
5. Aldás, J. Y E. Uriel (1999): "Equidad y eficacia del sistema español de becas y ayudas al estudio". The Valencian Institute of Economic Research. WP-EC 99-11.

## RESEARCH ACTIVITY

---

### COMPETITIVE RESEARCH PROJECTS

1. "Consumer behaviour Erasmus Network. Unión Europea: EU – Lifelong Learning Programme", 56089-LLP-1-2009-1-ES-ER. Coordinating University: Universidad de León. Principal Researcher: Joaquín Aldás. 2009-2011.
2. "Crecimiento y desarrollo en economías en proceso de globalización" Ministerio de Educación y Ciencia, Plan Nacional de Investigación, SEC2008-03813/ECON. 2009.
3. "Determinantes del éxito de una web como canal de venta de las pymes. Implicaciones para su diseño". Proyecto GV/2006/350. Oficina de Ciencia y Tecnología (Generalitat Valenciana). Principal Researcher: Natalia Vila. 2006.
4. "Integración de las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos empresariales, creación de valor y competitividad de las empresas valencianas: una aplicación al sector turístico y del mueble". Proyecto GV/2006/374. Oficina de Ciencia y Tecnología (Generalitat Valenciana). Principal Researcher: Luisa Andreu. 2006.
5. "Crecimiento y competitividad en economías avanzadas: capitalización, cambio estructural y cohesión social". Ministerio de Ciencia y Tecnología, Plan Nacional de Investigación, SEJ2005-02776, Principal Researcher: Francisco Pérez
6. "Análisis estratégico en la industria textil: aplicación de nuevas tecnologías". Proyecto CTIDA 2002/156. Oficina de Ciencia y Tecnología (Generalitat Valenciana). Principal Researcher: Inés Küster.

7. "Análisis de los roles de género contenidos en la publicidad audiovisual y gráfica". Proyecto precompetitivo UV99-3405. Universitat de València. 2000.

#### OTHER RESEARCH PROJECTS

1. "Itinerarios de inserción laboral y factores determinantes de la empleabilidad: Formación universitaria vs. entorno" Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Fundación BBVA. 2016-2017.
2. "Estimación de la demanda potencial del grado en ciencia de datos para la UPV". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Universitat Politècnica de València. 2016.
3. "Estrategia de atracción de alumnos de grado y máster de la Universidad Politécnica de Valencia". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Universitat Politècnica de València. 2016.
4. "Impacto económico del 36.º Maratón Valencia Trinidad Alfonso EPD" Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Sociedad Deportiva Correcaminos de Valencia. 2016.
5. "La contribución socioeconómica de la Universidad de Valladolid". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Universidad de Valladolid. 2016.
6. "Proyecto U-Ranking: Indicadores de resultados de las universidades españolas". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Fundación BBVA. 2016.
7. "Determinantes de los resultados de las universidades españolas". Fundación BBVA-Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2015-2016.
8. "La demanda de educación superior en Las Palmas: expectativas, percepciones y resultados". Fundación Universitaria de Las Palmas (FULP) -Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2015.
9. Estimación de la demanda potencial del grado en tecnologías interactivas en el campus de Gandía de la Universitat Politècnica de València (UPV) Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2015.
10. "Estimación de la demanda potencial del Grado de Diseño y Tecnologías Creativas en la Universidad Politécnica de Valencia". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2014.
11. "Plan Estratégico de la Fundación Bancaja". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2014.
12. "Plan estratégico de Burjassot". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2013-2014.
13. "Impacto potencial en el Gitsi de Gandia de la implantación de la especialidad de sonido e imagen en la campus de vera. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2012.
14. "Repercusión económica de la venta de viviendas a extranjeros". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2012.

15. "Proyecto U-Ranking: Indicadores de Resultados de las Universidades Españolas". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2011-2015.
16. "Estimación de la demanda potencial del grado en ingeniería biomédica de la UPV. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2011.
17. "Contribución socioeconómica de VLC/Campus". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2010.
18. "Seguimiento y evaluación de las actividades de la Obra Social y Cultural de la CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2009-2010.
19. "Propuesta metodológica para la evaluación de la implantación de nuevos grados en la UPV". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2009.
20. "Plan estratégico de la Obra Social de la CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2008.
21. "La demanda de servicios turísticos y su impacto en la Ciudad de Valencia: Situación actual y perspectivas de futuro. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2007-2008.
22. "Capital Social". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2007.
23. "Análisis de la notoriedad de la OSC de la CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2006.
24. "Estudio comparado del funcionamiento de la OSC y la Fundación CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2006
25. "Encuesta de la notoriedad de la OBS de la CAM entre clientes y empleados". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2006.
26. "Diseño de planes y estrategias para el desarrollo del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en las titulaciones de la Universidad de Alicante". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2006.
27. "Seguimiento y Evaluación de las actividades de la Obra Social y Cultural de la CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2005-2008.
28. "Gasto de las Familias: Composición y desigualdad. Evolución temporal y comparación regional". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2005-2006.
29. "Evaluación de las actividades de la Obra Social y Cultural de Bancaja". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2005-2006.
30. "Bases para la revisión del plan estratégico de la obra social de la CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2005.
31. "Bases para la revisión del plan estratégico de la obra social de Bancaja". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2003-2004.

32. "La demanda de servicios turísticos en la ciudad de Valencia y su impacto económico: situación actual y perspectivas de futuro". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2002-2008.
33. "Mecanismos y evaluación del Plan Estratégico de la Obra Social y Cultural de la CAM, 2001-2005". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2002.
34. "Plan estratégico de la Obra Social y Cultural de la CAM, 2001-2005". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2000.
35. "Viabilidad de la implantación de títulos propios situados entre la Formación Profesional de segundo grado y las Ingenierías Técnicas en la Universidad Politécnica de Valencia". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1999.
36. "Estudio del impacto socioeconómico y del análisis coste beneficio de las actuaciones del museo de las ciencias Príncipe Felipe". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1999.
37. "Informe de Evaluación Intermedia del Programa Operativo Feder de la Comunidad Valenciana". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1997.
38. "Impacto Económico del Aeropuerto de El Altet en su Entorno". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1996-1997.
39. "Proyecto Piloto Impact Mapping". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1996-1997.
40. "Cuentas de la Educación en España". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1994-1997.
41. "Capital Humano y Empleo". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1994-1995.
42. "Impacto Económico del Aeropuerto de Valencia en su Entorno". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1994-1995.

## **PARTICIPATION IN CONFERENCES, COURSES AND SEMINARS**

---

### **NATIONAL CONGRESS**

1. Paper by Joaquín Aldás: Indicadores sintéticos del sistema universitario español-URanking en SEIO 2016 - XXXVI Congreso Nacional de Estadística e Investigación Operativa. Toledo (Spain), 5 September 2016.
2. Participation by Joaquín Aldás: on the Roundtable Medición y valoración de la transferencia universitaria según los Ranking de referencia internacionales at Seminario La universidad española como motor de crecimiento y empleo. Madrid (Spain), 14 July 2016.

3. Participation by Joaquín Aldás: Evaluando a las universidades españolas: Ranking ISSUE. XII Jornadas de Docencia sobre Economía Aplicada. Madrid (Spain), 26 February 2016.
4. Aldás, J. (2015). Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en varianzas PLSPM". Madrid: Universidad Complutense de Madrid (12-13 November 2015)
5. Aldás, J. (2015). Seminar "Introducción a la modelización estructural con AMOS". Vigo: Universidad de Vigo (15-16 October 2015)
6. Aldás, J. (2015). Seminar "Introducción a la modelización estructural". Bilbao: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad del País Vasco (9 October 2015)
7. Aldás, J. (2015). Seminar "Modelización basada en PLS". Madrid: Millward-Brown (17-18 June)
8. Aldás, J. (2015). Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM)", Cáceres: Universidad de Extremadura (21-22 May)
9. Aldás, J. (2015). Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM)", Valencia: Servicio de Formación Permanente e Innovación Educativa, Universitat de València (4-25 February)
10. Aldás, J. (2015). Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en varianzas PLSPM", Granada: Universidad de Granada (16 January)
11. Aldás, J. (2015). Seminar "Introducción a la estadística multivariante en investigación mediante SPSS. Un enfoque basado en el problema", Valencia: Servicio de Formación Permanente e Innovación Educativa, Universitat de València (12-26 January)
12. Aldás, J. (2015). Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM) y varianzas PLSPM". Vitoria: Universidad del País Vasco (8-9 January)
13. Aldás, J. (2015). "El efecto de las tipologías de universidades en la construcción de rankings". Seminar *Rankings y sistemas de información universitaria en España: estado de la cuestión y mejoras posibles*. Valencia: Fundación Universidad-Empresa ADEIT (22 September)
14. Aldás, J. and R. Aragón (2014). "Presentación del ranking de universidades U-Ranking Issue. Especial referencia a la Universidad Pública de Navarra". Pamplona: Universidad Pública de Navarra (27 October)
15. Aldás, J. (2014). I Foro de Economía y Empresa Facultat d'Economia de la Universitat de València-Colegio de Economistas de Valencia. Mesa redonda Los retos del marketing en las empresas. Valencia: Facultat d'Economia de la Universitat de València (16 October)

16. Aldás, J. (2014). "Seminario: Introducción a la modelización estructural basada en varianzas (PLSPM)". Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor. Universidad de Granada (17 January)
17. Amorós, E., Vila, N. and Aldás, J. (2013). "La innovación en las webs de los partidos políticos: efectos en sus usuarios". XXIII Jornada Hispano-Lusas de Gestión Científica. Málaga (7-9 February)
18. Martí, J., Sanz, S., Ruiz, C. and Aldás, J. (2012). Teenagers attitude toward mobile advertising: the role of irritation, entertainment and perceived usefulness. XXIV Congreso Nacional de Marketing. Palma de Mallorca, September.
19. Sanz, S., Martí, J., Ruiz, C. and Aldás, J. (2011). Determinantes de la aceptación de la publicidad móvil: actitud hacia la publicidad, control, irritación y utilidad percibida. XXIII Congreso Nacional de Marketing. Castellón, September.
20. Andreu, L., Cervera, A., Aldás, J., Cuello, G., Duart, J. I., Fayos, T., Frasquet, M., Gargallo, F., García, A., Guillén, M., Iborra, M., Moreno, A.R., Pérez, C., Pla, J., Rivera, J. and Sánchez, I. (2011). "Innovación educativa en el iMBA-UVEG". II Trobades d'innovació educativa de la Universitat de València. Valencia.
21. Küster, I., Vila, N., Aldás, J. and Hernández, A. (2011). "¿Qué permite obtener un Mayr rendimiento académico del estudiante universitario?" Estudio en una Facultad de Economía. XXI Congreso Nacional de ACEDE. Barcelona, September.
22. Vergara, A.I., Alonso, N., San Juan, C. and Aldás, J. (2011). "Inteligencia emocional percibida y bienestar subjetivo. Aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales". XII Congreso de Metodología de las Ciencias Sociales y de la Salud. Donostia, 19-22 July.
23. Andreu, L., Cervera, A. and Aldás, J. (2011). "Integral measuring of perceived quality in postgraduate studies: An international academic experience". 2011 INTED Conference, Valencia, 7-9 July.
24. Cervera, A., Andreu, L. and Aldás, J. (2011). "Evaluación del postgrado internacional: análisis de las expectativas, importancia y percepción del estudiante". VII Foro sobre la Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior FECIES. Santander, 31 May -3 June.
25. Martí, J., Aldás, J. and Sánchez, I. (2011). "El nuevo consumidor en la era de los medios sociales: la figura del prosumidor y sus efectos en las comunicaciones de marketing actuales". XXV Congreso Nacional de AEDEM. Valencia, June.
26. Bigné, E., Hyder, A. and Aldás, J. (2011). "Combined online consumer-technology research. A new theoretical proposal grounded on clickstreams, EIPS & online surveys". XXV Congreso Nacional de AEDEM. Valencia, June.
27. Martí, J., Aldás, J. and Currás, J. (2011). "Investigación de la eficacia de la publicidad en videojuegos: estado de la cuestión". XXV Congreso Nacional de AEDEM. Valencia, June.

28. Aldás, J., Hernández, B., Ruiz, C. and Sanz, S. (2010). "Influencia de la cultura en el efecto del valor percibido sobre la lealtad hacia los servicios del móvil. El caso de España y Grecia". XXII Congreso Nacional de Marketing. Oviedo, September.
29. Aldás, J., Andreu, L., Currás, R. and Mattila, A.S. (2010). "El efecto moderador de la atribución de responsabilidad social en el valor de marca". XXII Congreso Nacional de Marketing. Oviedo, September.
30. Lluch, D., Cuadrado, M. and Aldás, J. (2010). "Actitud hacia la descarga de música a través de Internet: un constructo formativo". XXII Congreso Nacional de Marketing. Oviedo, September.
31. Aldás, J., Andreu, L. and Cervera, A. (2010). "Determinación de la calidad de servicio percibida en el ámbito del posgrado: una propuesta de medición integral en el caso del i-MBA". I Trobades d'innovació educativa, Universitat de València. Valencia 8-9 July.
32. Andreu, L., Cervera, A. and Aldás, J. (2010). "Análisis de la calidad de servicio docente en postgrados internacionales: una propuesta de medición integral". VII Foro sobre evaluación de la Calidad de la Educación Superior y de la Investigación. Murcia, 15-18 June.
33. Aldás, J., Ruiz, C. and Sanz, S. (2009). "Influencia de la confianza y el riesgo percibido en la compra de productos turísticos en Internet. Un estudio basado en modelos explicativos de actitudes. XXI Congreso Nacional de Marketing. Bilbao, September.
34. Bigné, E., Currás, R., Alvarado, A. and Aldás, J. (2009). "Mejorando la relación con el consumidor a través de la responsabilidad social: una aplicación al sector servicios". XXI Congreso Nacional de Marketing. Bilbao, September.
35. Bigné, J.E.; Aldás, J.; Ruiz, C. and Sanz, S. (2008): "Influencia de la compatibilidad, la propensión a innovar y el entretenimiento percibido en la decisión de compra a través del móvil". XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Gran Canaria, September.
36. Küster, I., Vila, N., Rodríguez, C. and Aldás, J. (2008): "El efecto de la congruencia marca-acontecimiento sobre el recuerdo de marca. El caso del patrocinio de Louis Vuitton a la America's Cup". XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Gran Canaria, September.
37. Bigné, J.E.; Alvarado, A.; Currás, R. and Aldás, J. (2008): "Influencia de las asociaciones de responsabilidad social corporativa en el valor percibido y en la satisfacción cognitiva y afectiva del consumidor". XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Gran Canaria, September.
38. Aldás, J.; Miquel, M.J. and Sancho, F. (2008): "La intención de consumo de alcohol de los jóvenes en el marco de la teoría de la socialización del consumidor". XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Gran Canaria, September.

39. Rodríguez, C.; Küster, I.; Vila, N. and Aldás, J. (2008): "Evaluation of the sponsorship strategy. Effect of the America`s Cup on Louis Vuitton perception in Spain, France, Italy and Germany". XVIII Congreso Nacional de ACEDE. León, September.
40. Aldás, J.; Miquel, M.J. and Sancho, F.M. (2007). "Influencia de la publicidad en la intención de consumo de alcohol de los jóvenes: implicaciones para gestores públicos y publicistas". XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Vigo, September.
41. Aldás, J.; Bigné, J.E.; Ruiz, C. and Sanz, S. (2007). "Influencia de la innovatividad, actitud y dependencia hacia el medio, en la intención de compra futura a través de Internet". XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Vigo, September.
42. Bigné, E.; Alvarado, A.; Aldás, J. and Andreu, L. (2007): "Desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial en el contexto del marketing de servicios turísticos: propuesta de una definición específica". XII Congreso de AECIT. Vila-Seca (Tarragona), December.
43. Bigné, E.; Aldás, J. y Andreu, L. and Sánchez, I. (2007): "Antecedentes del e-business en la cadena de aprovisionamiento de las agencias de viaje: presiones del entorno versus calidad relacional". XII Congreso de AECIT. Vila-Seca (Tarragona), December.
44. Bigné, J.E.; Aldás, J. and Andreu, L. (2005): "Efectos de la comunicación y aprovisionamiento electrónico en las relaciones interorganizativas: una aplicación a las agencias de viajes". XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Madrid September.
45. Aldás, J.; Andreu, L. and Cuenca, A.C. (2005): "La utilización de Internet en la comunicación y aprovisionamiento de las agencias de viaje". XIX Congreso Nacional y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM. Vitoria, June.
46. Bigné, J.E.; Aldás, J.; Andreu, L. and Ruiz, C. (2004): "Influencia de la adopción del B2B en los beneficios percibidos: análisis en las pymes españolas". XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Alicante September, pp. 815-820.
47. Aldás, J.; Vila, N. and Küster, I. (2004): "Estudio de la relación entre la orientación al mercado y la innovación en el sector textil". XVIII Congreso Nacional y XIV Congreso Hispano Francés de AEDEM. Orense, June, pp. 147-153.
48. Aldás, J.; Vila, N. and Küster, I. (2004): "Los Mayres: perfil de gasto en ocio en función del ciclo de vida familiar". VI Congreso de Turismo, Universidad y Empresa. Castellón, May.
49. Aldás, J.; Bigné, J.E.; Küster, I. and Vila, N. (2003): "El análisis cluster y el enfoque de redes neuronales en la segmentación del mercado de tercera edad:



- comparación de técnicas". XIII Congreso Nacional de ACEDE. Salamanca, September.
50. Aldás, J.; Illueca, M. and Pérez, F. (2003): "El impacto económico del turismo en la ciudad de Valencia". Jornadas Valencia ciudad abierta al turismo. Valencia, September.
  51. Aldás, J.; Küster, I., Vila, N. and Andreu, L. (2003): "Orientación al mercado de innovación: análisis de su relación en el sector textil". XV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Córdoba, September.
  52. Royo, M.; Aldás, J.; Küster, I. and Vila, N. (2001): "Diferencias de rol y nivel de sexismo entre mujeres y hombres en la publicidad: análisis de las revistas españolas durante las tres últimas décadas". XIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Málaga, September.
  53. Aldás, J.; Küster, I. and Vila, N. (2001): "El efecto de la composición del hogar sobre el gasto en ocio del mercado de tercera edad". XI Congreso Nacional de ACEDE. Zaragoza, September.
  54. Aldás, J.; Vila, N. and Küster, I. (2001): "Caracterización sociodemográfica del mercado de tercera edad en España". XV Congreso Nacional y XI Congreso Hispano Francés de AEDEM. Las Palmas de Gran Canaria, June.
  55. Bigné, J.E.; Vila, N.; Aldás, J. and Küster, I. (2000): "El análisis de grupos en la industria del automóvil: una aplicación del ratio de movilidad en la comparación de métodos alternativos". X Congreso Nacional de ACEDE. Oviedo, September.
  56. Aldás, J. and Küster, I.; Torán, F. and Vila, N. (2000): "Vigencia de la clase social como variable de segmentación de mercados: aplicaciones al gasto de los hogares en bienes de consumo duradero". XII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Santiago de Compostela, September.
  57. Bigné, J.E.; Vila, N.; Aldás, J. and Küster, I. (2000): "Estableciendo los determinantes de la fidelidad del cliente: El concept mapping". XII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Santiago de Compostela, September.
  58. Küster, I.; Aldás, J.; Torán, F.; Vila, N. (2000): "El marketing de relaciones en el contexto de la venta personal". XIV Congreso Nacional y X Congreso Hispano Francés de AEDEM. Jaén, June.
  59. Bigné, J.E.; Illueca, M. and Aldás, J. (1999): "Un procedimiento alternativo para el estudio del método empleado por las empresas en la determinación de su presupuesto publicitario: el caso de España y Portugal". IX Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica. Universidad de Sevilla. Huelva, February. Libro de Ponencias, pp. 127-136.
  60. Bigné, J.E. and Aldás, J. (1999): "Evaluación de los modelos de duplicación de audiencias en la planificación de medios publicitarios impresos". XI Encuentros de Profesores de Marketing. Valladolid, October. Libro de ponencias, pp. 261-276.

61. Royo, M. and Aldás, J. (1999): "Influencia de las Expresiones Emocionales Contenidas en los Anuncios Sobre la Eficacia Publicitaria". 88º Seminario Aedemo y IV Seminario Aedemo-AEA sobre Eficacia Publicitaria. Madrid, May.
62. Aldás, J.; Bigné, J.E. and Díaz, C. (1998): "Clarificar los impactos de los programas a favor de las estrategias de desarrollo territorial en cooperación". XXIV Reunión de Estudios Regionales. Universidad de Zaragoza. Zaragoza, October. Libro de Ponencias (CD-ROM).
63. Royo, M. and Aldás, J. (1998): "Los efectos de la expresión emocional sobre el recuerdo y la actitud hacia los anuncios en televisión". X Encuentros de Profesores de Marketing. Santander, September.
64. Aldás, J. (1998): "Problemas metodológicos de la evaluación de los modelos de exposición: especial referencia al caso español". II Seminario de Planificación de Medios Publicitarios. Universitat Jaume I. Benicàssim (Castellón)
65. Miquel, S.; Royo, M.; Cuenca, A.C.; Miquel, M.J. and Aldás, J. (1997): "La capacidad predictiva de los modelos de ciclo de vida familiar frente a variables socioeconómicas". IX Encuentros de Profesores de Marketing. Murcia, September.
66. Miquel, S.; Aldás, J.; Caplliure, E. and Royo, M. (1997): "La medición del nivel de renta de los hogares en la investigación de mercados: ¿son válidas las preguntas indirectas". XI Congreso Nacional and VII Congreso Hispano Francés de AEDEM. Lérida, June.
67. Bigné, J. E. and Aldás, J. (1996): "Objetivos y satisfacción alcanzada en los patrocinios: algunas evidencias empíricas". X Congreso Nacional y VI Congreso Hispano Francés de AEDEM. Granada, June.
68. Bigné, J.E. and Aldás, J. (1996): "La evaluación de la eficacia del patrocinio". 74º Seminario de Aedemo y 1º seminario Aedemo-AEA de medición de la eficacia de la comunicación y la acción comercial. Vitoria, May.
69. Parra, F.; Miquel, S. and Aldás, J. (1995): "La Franquicia desde el Punto de Vista del Franquiciador: Una Aproximación Multivariable". VII Encuentro de Profesores de Marketing. Barcelona, September.
70. Miquel, M.J.; Caplliure, E. and Aldás, J. (1995): "Estudio Comparativo de la Imagen Percibida de las Cadenas de Electrodomésticos de la Comunidad Valenciana". VII Encuentro de Profesores de Marketing. Barcelona, September.

#### INTERNATIONAL CONGRESS

1. Participation by Joaquín Aldás: XV Pleno del Consejo Universitario Iberoamericano. Tegucigalpa, Honduras, 27 and 28 April 2017.
2. Participation by Joaquín Aldás in Panel of Experts: Midiendo la internacionalización de la educación superior: los indicadores de internacionalización en 8th Latin American and the Caribbean Higher Educations Conference, LACHEC 2016. Bogotá (Colombia), 25 November 2016.

3. Aldás, J. (2015). Paper at "2015 AMS WORLD MARKETING CONGRESS". Bari, Italy (14-18 July)
4. Aldás, J. (2015). Paper at "10th GLOBAL BRAND CONFERENCE". Turku, Finland (27-29 April)
5. Aldás, J., Martí, J., Mafé, C. and Scribner, L. (2014). "The role of attitudes and ethicality on branded video games (advergames) acceptance". 12th Annual International Conference on Management & Marketing, 30 June – 3 July, Athens, Greece.
6. Alvarado, A., Aldás, J. and Currás, R. (2014). "Development of a measurement scale of a consumer's perception of Corporate Social Responsibility in terms of a sustainability-centered rationality (csrconserscale)". 2014 European Marketing Academy Conference, 3-6 June, Valencia (Spain).
7. Aldás, J. (2014). "Introduction to Structural Equation Modelling. Applied Quantitative Methods Network (AQMeN)". Edinburg (Reino Unido): University of Edinburg (19-21 March)
8. Aldás, J. (2014). "Structural Equation Modelling in Marketing and Management Research". Adam Smith Business School. University of Glasgow (27-29 January)
9. Bigné, E., Aldás, J. and Hyder, A. (2011). "The role of travel destination pictures and consumer choice when engaging consumers on online travel destination web sites". Academy of Marketing Conference, 5-7 July, Liverpool, UK.
10. Aldás, J., Bigné, E., Kuster, I. and Vila, N. (2011). "Websites that sell: consumer perceptions and attitudes". Academy of Marketing Conference, 5-7 July, Liverpool, UK.
11. Vergara, A. I., Alonso, N., San Juan, C. and Aldás, J. (2011). "Perceived emotional intelligence and subjective well-being: A structural equation model for a better understanding". III International Congress of Emotional Intelligence, 8-10 September, Opatija, Croatia.
12. Bigné, J.E., Ruiz, C., Sanz, S. and Aldás, J. (2010). "Why some Internet users don't buy air tickets online". 17th International Conference on Information Technology and Travel & Tourism, Università della Svizzera italiana, Lugano, Switzerland.
13. Sánchez, J., Bigné, E. and Aldás, J. (2010). "Internet interaction and political behavior: An approach to blogs as adoption channels for participatory political roles". 39th EMAC Conference, June, Copenhagen, Denmark.
14. Bigné, E., Aldás, J. and Hyder, A. (2010). "Engagement with shopping web sites and the influence of online shopping behaviour". 17th International Product Development Management Conference IPDM, 13-15 June, Murcia.
15. Bigné, E., Aldás, J. and Hyder, A. (2010). "Web site engagement: The influence of online comparative behaviour". INFORMS Marketing Science Conference, 17-19 June, Colonia, Germany.

16. Bigné, E., Aldás, J. y Hyder, A. (2010). "Engagement with travel web sites and the influence of online comparative behaviour". 2010 AMS Cultural Perspectives in Marketing Conference, 21-24 de June, Lille, France.
17. Andreu, L., Mattila, A., Beckmann, S.C. and Aldás, J. (2010). "Effects of Message Appeal on Corporate Social Responsibility initiatives". 19th Annual Frontiers in Service Conference, 10-13 June, Karlstad, Sweden.
18. Andreu, L., Mattila, A. and Aldás, J. (2010). "Consumers' awareness of CSR service-based initiatives: emotional or rational appeals?". 9th ICORIA Conference, European Advertising Academy, 25-26 de June, Madrid (Spain).
19. Andreu, L.; Aldás, J.; Bigné, E. and Mattila, A.S. (2008). "An examination of environmental pressures and relationship quality in influencing the adoption of e-business in the context of Spanish travel agencies". 37th EMAC Conference, Brighton, UK.
20. Maldonado, G.; Bigné, E. and Aldás, J. (2008). "The impact of collaboration with service providers on customer satisfaction in the furniture sector". 37th EMAC Conference, Brighton, UK.
21. Aldás, J.; Andreu, L.; Cuenca, A.C.; Navarro, J. and Ruiz, C. (2008). "How Household Life-Cycle and Psychographics Influence Experiential Decision Making: An Empirical Research in Experience and Search Goods". 15th International Conference in Recent Advances in Retailing and Services Sciences, Zagreb, Croatia.
22. Sancho, F., Miquel, M.J. and Aldás, J. (2008). "The influence of socialization agents on consumption intention of young people. Management International Conference, Barcelona, Spain.
23. Aldás, J.; Bachmann, F.; Casarin F.; Cerchiello P.; Dalli, D.; Ganassali, S.; Gianelloni J.L.; Hennings, N.; Küster, I.; Moscarola, J.; Rodríguez, C.; Siebels, A.; Vila, N.; and Zuccella, A. (2008). "Sponsorship Effects on Brand Image within a European Context. The America's Cup and Luis Vuitton Case". AMS Cultural Perspectives in Marketing Conference, New Orleans, United States.
24. Aldás, J.; Bachmann, F.; Dalli, D.; Hennings, N.; Küster, I.; Moscarola, J.; Vila, N.; y Zuccella, A. (2008). "Cross-National Differences in Customer Evaluation of Sponsor-Event Association". 7th International Congress of Marketing Trends, Venice, Italy.
25. Aldás, J.; Canales, P.; Currás, R.; Kuster, I.; Sanz, S.; Vila, N. and Blesa, A. (2007). "Successful SME website design through focus groups points of view". 36th EMAC Conference, Reykjavik, Iceland.
26. Andreu, L.; Aldás, J.; Bigné, E.; Montesinos, M.A. (2006). "Supply chain relationships in travel agencies through e-business". 35th EMAC Conference, Athens, Greece.
27. Andreu, L.; Aldás, J.; Bigné, J.E. and Ruiz, C. (2005). "Internet B2B adoption and perceived benefits in SME's ". 34th EMAC Conference, Milan, Italy.

28. Royo, M.; Aldás, J.; Küster, I. and Vila, N. (2002): "Advertising as mirror of cultural gender of the nation and social change: gender role and sexism portrayals in Spanish commercials". AMS 2002 Multicultural Conference, Valencia, June.
29. Royo, M.; Aldás, J.; Küster, I. and Vila, N. (2001): "Perspectives on male and female portrayals in magazine advertising: a longitudinal study in Spain during the last three decades". Academy of Marketing Conference 2001. Cardiff, julio. CD-Rom de ponencias.
30. Bigné, J.E.; Küster, I.; Aldás, J. and Vila, N. (2000): "The concept mapping approach as a tool to establish the determinants of customer's toys loyalty". Academy of Marketing Conference 2000. Derby, July.
31. Royo, M. and Aldás, J. (1997): "An alternative scale for the Classification of Households by Level of Income". 22nd. IAREP Conference. Valencia, September.
32. Bigné, J.E. and Aldás, J. (1996): "Impact Mapping as a tool to evaluate Public Programmes: the case of ERDF investments in the Valencian Region". European Conference on Evaluation Methods for Structural Funds Interventions. Berlín, December, Summaries of the Presentations and Debates, p. 35.

## COURSES AND SEMINARS

---

1. Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM) y varianzas PLSPM" (15 hours). Universidad del País Vasco, Vitoria, 8-9 January 2015.
2. Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en varianzas PLSPM" (10 hours). Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Madrid, 9 December 2014.
3. Seminar "Análisis para la definición de estrategias en entidades territoriales" (3 hours), Universitat d'Estiu de Gandia, 28 July 2014.
4. Seminar "Introduction to Structural Equation Modelling" (15 hours). Applied Quantitative Methods Network-AQMeN, University of Edinburgh, Edinburgh (UK), 19-21 March 2014.
5. Seminar "Introduction to Structural Equation Modelling" (15 hours). University of Glasgow, Glasgow (UK), 28-30 January 2014.
6. Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en varianzas PLSPM" (10 hours). Universidad de Vigo, Vigo, 22-23 November 2013.
7. Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en varianzas PLSPM" (10 hours). Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Madrid, 19 November 2013.
8. Seminar "Técnicas Multivariantes de Análisis de Datos" (20 hours). CEGEA, Universitat Politècnica de València. 24 July, 6 September and 4 October y 19 November 2013.

9. Seminar "Introducción a la modelización estructural y modelos multimuestra" (20 hours). Universidad del País Vasco, Bilbao, 20-21 January 2013.
10. Seminar "Introducción a la modelización estructural y modelos multimuestra" (20 hours). Universidad de Vigo, Vigo, 10-11 December 2012.
11. Seminar "Introducción a la modelización estructural y modelos multimuestra" (20 hours). Universidad del País Vasco, Vitoria, 3-4 December 2012.
12. Seminar "Técnicas Multivariantes de Análisis de Datos" (15 hours). CEGEA, Universitat Politècnica de València. 23 November, 11 December and 17 December 2012.
13. Seminar "Introducción a la modelización estructural y modelos multimuestra" (20 hours). Universidad Miguel Hernández, Elche, 4, 6 and 28 June 2012.
14. Seminar "Introducción a la modelización estructural" (16 hours). Universidad Miguel Hernández, Elche, 4 and 6 June 2012.
15. Seminar "The role of Confirmatory Tetrad Analysis in the formative vs. reflective latent constructs debate" incluido en el Máster en Investigación en Economía de la Empresa. Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 27 February 2012.
16. Seminar "Introduction to Structural Equation Modelling". Adam Smith Research Foundation Events. University of Glasgow, Glasgow, UK, 13-14 September 2011.
17. Seminar "Introduction to Variance Based Structural Equation Modelling (Partial Least Squares Path Modelling)". Adam Smith Research Foundation Events. University of Glasgow, Glasgow, UK, 14 July 2011.
18. Seminar "Introduction to Structural Equation Modelling". Adam Smith Research Foundation Events. University of Glasgow, Glasgow, UK, 13-14 June 2011.
19. Seminar "Deciding between the formative or reflective nature of latent variables in SEM. The role of Confirmatory Tetrad Analysis (CTA)". Department of Management, University of Glasgow, Glasgow, UK, 13-14 June 2011.
20. Seminar "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM) y en varianzas (PLSPM)" (20 hours), Universitat Rovira i Virgili, Institut de Ciències de l'Educació, Tarragona, 22-23 March 2011.
21. Seminar "Introducción a las técnicas multivariantes de análisis de datos en la investigación" (30 hours). Universidad Nacional de Rosario, Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, Rosario, Argentina, 14-18 March 2011.
22. Seminar "Diseño de la investigación científica y análisis estadísticos aplicados en el ámbito de la empresa" (12 hours). Universidad Miguel Hernández de Elche, 25 January and 1 February 2011.
23. Seminar "Introducción a la modelización estructural" (16 hours). Universidad de Extremadura, Servicio de Orientación y Formación Docente, Badajoz, 13-16 December 2010.

24. Seminar "Introducción a la modelización estructural" (16 hours). Universidad de Extremadura, Servicio de Orientación y Formación Docente, Cáceres, 15-18 November 2010.
25. Seminar "Introducción a la modelización estructural con SEM y PLS" (25 hours), Universidad del País Vasco, Facultad de Psicología, San Sebastián, 7-9 September 2010.
26. Seminar "Situaciones multimuestra en análisis factorial confirmatorio y ecuaciones estructurales: aplicaciones con EQS y SmartPLS" (10 hours), Universidad Miguel Hernández, Elche, 28 June 2010.
27. Seminar "Modelización Estructural". (20 hours). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad del País Vasco, Vitoria, 12-13 April 2010.
28. Seminar "Análisis Multigrupo en Modelización Estructural". (8 hours). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Castilla-La Mancha, Albacete, 5 April 2010.
29. Seminar "Modelización estructural con SEM y PLS". (20 hours). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Miguel Hernández, Elche, 24-25 March 2010.
30. Seminar "Técnicas de Investigación Avanzadas". (25 hours). Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad de Castilla-La Mancha, Master Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa, Toledo, 1-5 March 2010.
31. Seminar "Modelización estructural con SEM y PLS". (5 hours). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alcalá, Organizado por AEMARK, Alcalá de Henares, 11 February 2010.
32. Seminar "Modelización estructural mediante PLS: puntos fuertes y débiles de una herramienta emergente" (4 hours). Universidad de Murcia, Murcia, 30 October 2009.
33. Seminar "Modelización estructural con SEM y PLS". (25 hours). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, Badajoz, 21-25 September 2009.
34. Seminar "Modelización estructural con SEM y PLS". Seminario permanente de apoyo metodológico para las tesis de Ciencias Sociales y Humanidades (20 hours). Universidad del País Vasco, Vitoria (Álava), 17-19 June 2009.
35. Course: "Introducción a las técnicas multivariantes de análisis de datos en la docencia" (20 hours). Universitat de València, Servei de Formació Permanent. 19, 21 and 26 January, and 2 and 6 February 2008.
36. Seminar "Modelo de Ecuaciones Estructurales" (20 hours). Universidad de Mondragón, Facultad de Ciencias Empresariales, Oñati (Guipúzcoa), 20 October and 10 November 2008.

37. Seminar “Metodología cuantitativa: modelos de ecuaciones estructurales” (14 hours). Universidad Rey Juan Carlos, Departamento de Economía de la Empresa, Madrid, 11-12 June 2008.
38. Seminar “Investigación Cuantitativa. Sesión “Introducción a la regresión mediante mínimos cuadrados parciales (PLS) como enfoque alternativo a los modelos de estructuras de covarianzas”” (15 hours). Universidad de Zaragoza. Fundación Empresa Universidad. Zaragoza, 13 May 2008.
39. Seminar “Análisis de datos avanzados” (12 hours). Universidad de Castilla La-Mancha, Albacete, 4-5 February 2008.
40. Seminar “Partial Least Squares”. Universitat Jaume I, Castellón. 7 November 2007.
41. Course: “International Master in Business Administration”. Universitat de València, University of Westminster, Hochschule Bremen y Euromed Marseille. Materia: International Marketing Research. 2004-2005 and 2005-2006.
42. Course: “Especialización en Gestión y Dirección Comercial de Cooperativas y PYMEs. Materia: Promoción de Ventas. Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de Administración y Dirección de Empresas. Campus de Lugo. April 2003.
43. “Master en Marketing”. Universitat de València-ADEIT y Cámara de Comercio. Ediciones 1ª a 4ª (actualidad). Materias: investigación de mercados, promoción comercial y relaciones públicas.
44. Profesor en el I Master en Comercio Electrónico. Materia: el cliente del comercio electrónico. Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. 2001.
45. Profesor del Curso sobre formación de técnicos en análisis estadístico mediante SPSS”. Materia: Técnicas cuantitativas aplicadas a la investigación de mercados. Asociación para la Investigación del Mueble y Afines y Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. 2001.
46. Profesor del Curso sobre formación de técnicos en análisis estadístico mediante SPSS”. Materia: Técnicas cuantitativas aplicadas a la investigación de mercados. Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana y Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. 2001.
47. Profesor del título propio de la Universitat de València “Técnicos Universitarios en Ventas y Técnicas Comerciales. Módulo: Promoción Comercial. Universitat de València y Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. Curso 2000-2001 y 2001-2002.
48. Profesor en el Seminario sobre Técnicas de Investigación Comercial. Materia: desarrollo y validación de escalas. Universidad de Málaga. 2000.



49. Profesor del Curso sobre Introducción a las técnicas estadísticas multivariantes mediante SPSS. Materia: Técnicas cuantitativas aplicadas a la investigación de mercados. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2000.
50. Profesor en el I Curso de Auditoría Tecnológica. Materia: metodología de análisis y valoración de datos. Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. 1998.
51. Profesor en el Curso de Investigación de Mercados. Materia: Técnicas cuantitativas aplicadas a la investigación de mercados. Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. Desde la X (1988) edición hasta la actualidad.

## OtHER MERITS

---

### DOCTORAL THESES DIRECTED

- Alvarado, A. (2008). Responsabilidad social empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista. Codirigida con el Dr. Enrique Bigné.
- Maldonado, G. (2008). El impacto de la flexibilidad de la logística y la capacidad directiva en la industria del mueble de España. Codirigida con el Dr. Enrique Bigné.

### MASTER THESES AND OTHER RESEARCH WORKS DIRECTED

- Martí Parreño, J. (2007). Los advergames como herramienta publicitaria: determinantes de la actitud de los consumidores. Trabajo de investigación de doctorado. Calificación: Sobresaliente.
- Martí Parreño, J. (2008). Emplazamientos periféricos creativos de marcas nuevas para el consumidor en videojuegos: efectos sobre la memoria (explícita e implícita) y las actitudes (elección de marca). Trabajo de investigación de doctorado. Calificación: Sobresaliente.
- Ozgue, U. (2006). Measuring perceived service quality in a health tourism institution: the dome spa". Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: sobresaliente.
- Willard, K. (2006). Analysis of developing Banten, the Gateway to Indonesia, as MICE destination as an alternative to invigorate Banten Tourism Industry. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: sobresaliente.
- Soyak, S. (2008). ePhilanthropy: the impact of the Internet and on line communities in achieving social change
- Essel, A. (2008). A descriptive analysis of Valencia as Image destination. Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: Aprobado.

- Yuezzer, M. (2009). The influence of service recovery on customer's satisfaction and loyalty: an application of business travelers and hotel guests. Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: Sobresaliente.
- Manning, M. (2009). The determinants of brand awareness within sports sponsorship. Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: Sobresaliente.
- Ruder, S.M. (2009). An investigation into the effectiveness of sports sponsorship on consumers. Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: Sobresaliente.

#### MEMBER OF DOCTORAL THESIS COMMITTEE

- Marín Sánchez, C. (2004). El origen doméstico de los productos como ventaja competitiva: la etnocentricidad del consumidor. Universitat de València. Valencia.
- Guinalú Blasco, M. (2005). La gestión de la confianza en Internet, un factor clave para el desarrollo de la economía digital. Universidad de Zaragoza, Zaragoza.
- Sellers Rubio, R. (2005). Productividad y eficiencia en la distribución comercial minorista española. Universidad de Alicante. Alicante.
- Riu Vila, D. (2006). La relación entre inversión publicitaria y la notoriedad de marca en productos de gran consumo. Universitat Ramon Llull-Esade. Barcelona.
- Dolz Dolz, C. (2007). El proceso de integración y la exploración y la explotación de conocimiento en las fusiones y adquisiciones. Universitat de València. Valencia.
- Ruiz Moreno, M.F. (2007). Rivalidad a través de un enfoque de variaciones conjeturales: evidencias en la banca española. Universidad de Alicante. Alicante.
- Bañón Gomis, A. (2008). Compromiso organizativo y ética. Revisión teórica y empírica del modelo de Allen y Meyer. Universitat de València. Valencia.
- Estrada Guillén, M. (2009). La implicación y la versión del anuncio como variables moderadoras de la actitud ante el anuncio en las personas Mayres. Universitat Jaume I. Castellón.
- Blázquez Resino, J.J. (2010). Determinación y análisis de un modelo de lealtad hacia el destino turístico: Aplicación de la nueva lógica dominante del servicio. Universidad de Castilla-La Mancha. Toledo.
- Tortosa Edo, V. (2010). La orientación al mercado interno y su influencia en el ámbito interno y externo organizativo: una aplicación en los centros hospitalarios. Universitat Jaume I. Castellón.
- Hyder Espiñeira, A. (2011). Proposal of a web site engagement scale and research model. Analysis of the influence of intra web site comparative behaviour. Universitat de València. Valencia.

- Lleó de Nalda, A. (2011). Estudio de la influencia de los antecedentes de la confianza organizativa del modelo de Mayer et al (1995) en las relaciones directivo subordinado. Universitat Politècnica de València. Valencia.
- Cordente Rodríguez, M. (2011). Competitividad e imagen en destinos de turismo cultural: un análisis longitudinal. Universidad de Castilla-La Mancha. Cuenca.
- Escamilla Santana, M. A. (2012). La formación en ventas dos enfoques distintos: una visión estratégica (dirección) y otra operativa (vendedores). Universitat de València, Valencia.
- Belanche Gracia, D. (2012). Nuevos retos de la administración pública centrada en los ciudadanos: adopción y uso de servicios públicos con base tecnológica. Universidad de Zaragoza, Zaragoza.
- Aragonés Jericó, C. (2013). La transferencia entre un gran evento deportivo y la marca patrocinadora: la visión del visitante deportivo. Universitat de València. Valencia.
- Sancho Esper, F. (2013). Reacción de las empresas establecidas ante la entrada al mercado: análisis de los costes y la inversión publicitaria en el sector aéreo doméstico 2000-2009. Universidad de Alicante. Alicante.
- Porcu, L. (2014). Desarrollo y Validación de una escala de medida de la comunicación integrada corporativa. Modelización de sus antecedentes y consecuentes en el sector turístico. Universidad de Granada. Granada.

#### MEMBER OF NATIONAL ASSOCIATIONS

- Asociación Española de Dirección y Economía de la empresa (AEDEM) Member, since 1996
- Asociación Española de Profesores de Marketing (AEMARK) Member, since 2006

#### MEMBER OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS

- Academy of Marketing Science Member, since 1995
- American Academy of Advertising Member, since 1998
- Academy of Marketing Member, since 2000