

GRUPO DE INVESTIGACIÓN: Investigación en marketing

Director:

CALDERON MARTINEZ, PURIFICACION AURORA

AÑO DE LA MEMORIA: 2006

PERSONAL INVESTIGADOR

1. CALDERON MARTINEZ, PURIFICACION AURORA
2. PARREÑO SELVA, JOSEFA
3. RUIZ CONDE, MARIA DEL ENAR

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

1. ADECUACIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA A LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN

PROYECTOS

Públicos

1. "Investigación en marketing", grj05-01 , 12 meses, 2.500,00 €, CALDERON MARTINEZ, PURIFICACION AURORA.
2. "Investigación en marketing", vigrob-134 , 24 meses, 238,68 €, CALDERON MARTINEZ, PURIFICACION AURORA.
3. "Organización del Congreso: "XVI Encuentro de profesores universitarios de Marketing"", sej2004-20151-e , 23 meses, 6.000,00 €, MAS RUIZ, FRANCISCO JOSE.
4. "Promociones de precios: Modelización de sus efectos sobre la compra de productos no promocionados y el beneficio empresarial", sej2006-15305 , 36 meses, 80.369,41 €, MAS RUIZ, FRANCISCO JOSE.
5. "Red social UA de b-learning – RbLUA", rbl-ua , 11 meses, 1.500,00 €, MARTINEZ VERDU, FRANCISCO MIGUEL.

Privados

No hay proyectos para mostrar

PUBLICACIONES

Libros:

1. Parreño-Selva, J.; Ruiz-Conde, E.; Casado-Díaz, A.B. "DIRECCIÓN COMERCIAL. Los instrumentos del marketing. 3ª Edición revisada" , ISBN: 84-8454-430-3, San Vicente del Raspeig (Alicante), ECU, (2006)

Artículos en publicaciones periódicas:

2. Ruiz-Conde, E.; Leeflang, P.S.H. "Diffusion of Franchising as an Innovation of Managerial Organization " , Marketing ¿ Journal of Research and Management , vol. 2, pp. 65-75, (2006)
3. Ruiz-Conde, E.; Leeflang, P.S.H.; Wieringa, J.E. "Marketing Variables in Macro-level Diffusion Models " , Journal für Betriebswirtschaft , vol. 56, pp. 155-183, (2006)

TESIS DOCTORALES DEFENDIDAS

No hay tesis

COMUNICACIONES A CONGRESOS

Nacionales

1. CALDERÓN, A.; RUIZ, E.; MÁS, F.J. " Proceso de revisión de trabajos en curso vs. Ponencias: evidencias en un congreso de marketing", XVIII ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING, Almería, Septiembre 2006.
2. PARREÑO-SELVA, J.; VAN DIJK, A.; LEEFLANG, P.S.H. "Descomposición del incremento en las ventas para deducir los efectos cruzados entre categorías usando datos diarios a nivel de tienda", XVIII ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING, Almería, Septiembre 2006.
3. PARREÑO-SELVA, JOSEFA. "Modeling Cross-Promotion Effects", XVIII ENCUENTRO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE MARKETING, Almería, Septiembre 2006.