

Miguel-Angel Gomez-Borja

CATEDRÁTICO DE MÁRKETING
UNIVERSIDAD DE CASTILLA LA MANCHA

Área de Comercialización e Investigación
de Mercados

PERFIL

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Castilla-La Mancha y licenciado en la misma disciplina por la Universitat de València. Imparte docencia en programas de grado, posgrado y diferentes másteres especializados relacionados con el Marketing en temáticas concernientes a dirección comercial, investigación de mercados, comunicación y distribución comercial o marketing internacional.

ARTÍCULOS RECIENTES

Environmental dynamics in the international trade of Spanish wine protected designations of origin (PDOs) Energy C Environment 2024-09-03 Journal article DOI: 10.1177/0958305x241268905 Contributors: Marcos Carchano Alcaraz; María Carmen García Cortijo; Inmaculada Carrasco; Juan Sebastián Castillo Valero; Miguel Ángel Gómez Borja
Does the intensity of use of social media influence the economic sustainability of the university? The Journal of Technology Transfer 2024-02 Journal article DOI: 10.1007/s10961-022-09984-4 Contributors: Vera Gelashvili; Juan Gabriel Martínez-Navalón; Miguel Ángel Gómez-Borja
Can offline-online congruence explain online loyalty in electronic commerce? International Journal of Retail C Distribution Management 2021-08-10 Journal article DOI: 10.1108/IJRDM-02-2020-0060 Contributors: Maria Eugenia Ruiz-Molina; Miguel-Ángel Gómez-Borja; Alejandro Mollá-Descals

¡Pide mi vino!: análisis con eye tracking del etiquetado de botellas de vino en una feria nacional del vino

Vivat Academia

2021-05-24 | Journal article

DOI: 10.15178/va.2021.154.e1344

Contributors: Marta Retamosa Ferreiro; Miguel Ángel Gómez Borja; Ángel Millán Campos

Analyzing the user behavior toward electronic commerce stimuli

Frontiers in Behavioral Neuroscience

2016 | Journal article

DOI: [10.3389/fnbeh.2016.00224](https://doi.org/10.3389/fnbeh.2016.00224)

Contributors: Lorenzo-Romero, C.; Alarcón-Del-amo, M.-D.-C.; Gómez-Borja, M.-Á.

Cultural influence on the adoption of social networking sites

International Journal of Market Research

2016 | Journal article

DOI: 10.2501/IJMR-2016-015

Contributors: Alarcón-del-Amo, M.-C.; Lorenzo-Romero, C.; Gómez-Borja, M.-Á.

Libros

- [Plan de marketing estratégico para la D.O. Azafrán de la Mancha](#)

Miguel Angel Gómez Borja, [Carlota Lorenzo Romero](#) , [Juan Antonio Mondéjar Jiménez](#) 

Universidad de Castilla-La Mancha, 2018. ISBN 978-84-17326-61-6

Tesis dirigidas

- [Del storytelling al storytelling publicitario](#): el papel de las marcas como contadoras de historias

[Pablo Vizcaíno Alcantud](#) 

Tesis doctoral dirigida por [Cristina del Pino Romero](#) (dir. tes.) , Miguel Angel Gómez Borja (codir. tes.), [Helena Galán Fajardo](#) (tut. tes.) , [Universidad Carlos III de Madrid](#) (2017).

- [Percepción de justicia de precios por el consumidor en entornos virtuales ante diferentes estrategias de gestión de demanda](#)

[María Encarnación Andrés Martínez](#)

Tesis doctoral dirigida por Miguel Angel Gómez Borja (dir. tes.), [Juan Antonio Mondéjar Jiménez](#) (dir. tes.) , [Universidad de Castilla-La Mancha](#) (2012).

- [Adopción y uso de redes sociales virtuales. Un enfoque transcultural](#)

[María del Carmen Alarcón del Amo](#) 

Tesis doctoral dirigida por Miguel Angel Gómez Borja (dir. tes.), [Carlota Lorenzo Romero](#) (codir. tes.)  .
[Universidad de Castilla-La Mancha](#) (2011).

- [Percepción de la dispersión de precios por el consumidor en entornos virtuales](#)

[Juan Antonio Mondéjar Jiménez](#)  

Tesis doctoral dirigida por [Alejandro Mollá Descals](#) (dir. tes.)  , Miguel Angel Gómez Borja (codir. tes.). [Universidad de Castilla-La Mancha](#) (2006).

- [El comportamiento del consumidor ante el diseño del punto de venta virtual](#): efectos e interacciones

[Carlota Lorenzo Romero](#)  

Tesis doctoral dirigida por Miguel Angel Gómez Borja (dir. tes.), [Alejandro Mollá Descals](#) (dir. tes.)  .
[Universidad de Castilla-La Mancha](#) (2005).

- [La influencia de las características del descuento de precio promocional y de la marca en el incremento de las ventas. Aplicación de la metodología svm con datos de escaner minorista](#)

[M. Pilar Martínez Ruiz](#)  

Tesis doctoral dirigida por [Alejandro Mollá Descals](#) (dir. tes.)  , Miguel Angel Gómez Borja (codir. tes.). [Universidad de Castilla-La Mancha](#) (2004).

Coordinación

- Obras Colectivas
 - [Temas y tendencias de investigación en precios](#)

coord. por [Juan Antonio Mondéjar Jiménez](#)  , Miguel Angel Gómez Borja

Septem, 2010. ISBN 978-84-92536-38-2

- [Turismo cultural en ciudades Patrimonio de la Humanidad](#)

coord. por [Juan Antonio Mondéjar Jiménez](#)  , Miguel Angel Gómez Borja

Universidad de Castilla-La Mancha, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2009. ISBN 978-84-8427-586-2

- [Gestión del turismo cultural y de ciudad](#)

coord. por Miguel Angel Gómez Borja, [Juan Antonio Mondéjar Jiménez](#)  , [Claudia Sevilla Sevilla](#)  

Universidad de Castilla-La Mancha, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2005. ISBN 84-8427-390-3

