

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA 18/11/2024

Nombre y apellidos	JOSE ANGEL IBÁÑEZ ZAPATA		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	X-7105-2018	
	Código Orcid	0000-0002-8438-5117	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección	Granada, Andalucía, España		
Teléfono	958242834	Correo electrónico	joibanez@ugr.es
Categoría profesional	Profesor Titular de Universidad	Fecha inicio	1994
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave			

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en CC. Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	1994
Doctorado en CC. Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	2001

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Indicador	Medida
Sexenios de investigación	2.0
Fecha último sexenio	13/05/2021
Tesis dirigidas en los últimos 10 años	1.0
Promedio citas por artículo total	15.6
Índice H	12.0
Promedio citas/año durante los últimos 5 años	76.0
Número de citas	1215.0

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales desde septiembre de 2001, está especializado en el campo del marketing internacional y del desarrollo de los instrumentos y mecanismos de investigación de marketing. Su tesis doctoral es precisamente el resultado de la integración de ambas facetas, ya que en ella se analizar una dimensión del producto, su país de origen, de gran importancia en el plano de la comercialización internacional de productos y servicios. Este tema de investigación ha sido el hilo conductor de una parte de las publicaciones realizadas en revistas internacionales y nacionales.

En los últimos años, sus intereses de investigación han abarcado nuevas áreas que han permitido trabajar en diferentes proyectos relacionados con el estudio del comportamiento del consumidor, especialmente en el campo del marketing online y los social media.

En el ámbito de la transferencia de investigación ha realizado numerosos trabajos de consultoría para diversas empresas e instituciones. Es docente desde el año 1994, siendo los contenidos impartidos de manera más habitual los relacionados con la investigación de mercados y con la dirección de marketing internacional. Por otro lado, es docente en másteres relacionados con el marketing.

En el ámbito de la gestión universitaria, entre 2015 y 2023 ha desempeñado el cargo de director de comunicación de la Universidad de Granada, al mando de un equipo de 15 personas que se ocupan de la gestión de la comunicación interna y externa de esta institución, así como de las principales acciones de promoción y relaciones públicas desarrolladas entre sus principales públicos objetivo. En la actualidad, y desde febrero de

2024, desempeña el cargo de director del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la UGR.

- 23 publicaciones científicas, de las cuales 20 están publicadas en revistas indexadas en el SSCI-JCR o con otro índice de calidad relativo como SCOPUS o INRECS.
- Ha publicado 3 libros y varios capítulos de libros. Ha participado en numerosos Congresos Científicos, la mayor parte de ellos de carácter internacional.
- Ha participado en 14 proyectos de investigación financiados por el Plan Autonómico (Junta de Andalucía), Plan Nacional (I+D+i) y Fondos FEDER
- Ha participado y participa activamente como revisor en varias revistas de su especialidad, 3 de ellas indexadas en SSCI-JCR.
- Durante 30 años ha ocupado diversos puestos docentes y desde 2003 es Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada.
- Ha dirigido 1 tesis doctoral con mención internacional y 26 Trabajos Fin de Máster.
- Sexenios de investigación concedidos: 2. Fecha de concesión último sexenio: 13/05/2021 - Número de tesis doctorales dirigidas: 1
- Número total de citas según Web of Science: 256. Indicador h según Web of Science: 9
- Número total de citas según Google Académico: 1215
- Citas totales en Google Académico desde 2019: 554 - Índice H: 12
- Índice i10: 15

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES *(ordenados por tipología)*

C.1. Publicaciones

Publicaciones en revistas científicas

- Casado, Luis Alberto; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2023. Evaluating communication effectiveness through eye tracking: Benefits, state of the art, and unresolved questions. International Journal of Business Communication. 60, pp. 24-61.

Impact Index (SCImago): 0.851 // Quartile (SCImago): Q1

- Casado, Luis Alberto; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2022. It is all about our impulsiveness - How consumer impulsiveness modulates neural evaluation of hedonic and utilitarian banners. Journal of Retailing and Consumer Services. 67, pp. 102997-

Impact Index (ISI): 10.972 // Impact Index (SCImago): 2.543
Quartile (SCImago): Q1

- Casado, Luis Alberto; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Liebana-Cabanillas, Francisco J.. 2020. How consumer ethnocentrism modulates neural processing of domestic and foreign products: A neuroimaging study. Journal of Retailing and Consumer Services. 53, pp. 1-9.

Impact Index (ISI): 7.135 // Impact Index (SCImago): 1.568
Quartile (SCImago): Q1

- Casado, Luis Alberto; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Liebana-Cabanillas, Francisco J.. 2020. How Consumer Ethnocentrism Modulates Neural Processing of Domestic and Foreign Products: A Neuroimaging Study. Journal of Retailing and Consumer Services. pp. 101961-

Impact Index (ISI): 7.135 // Impact Index (SCImago): 1.568
Quartile (SCImago): Q1

- Sillero-Rejón, Carlos; Maynard, Olivia; Ibañez-Zapata, Jose-Angel. 2020. Visual attention to alcohol labels: an exploratory eye-tracking experiment. *Adicciones*. 32, pp. 202-207.

Impact Index (ISI): 1.708 // Impact Index (SCImago): 0.392
Quartile (SCImago): Q2

- Casado, Luis Alberto; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2020. Evaluating Communication Effectiveness Through Eye Tracking: Benefits, State of the Art, and Unresolved Questions. *International Journal of Business Communication*. pp. 1-38.

Impact Index (SCImago): 0.851
Quartile (SCImago): Q1

- Sillero-Rejón, Carlos; Attwood, Angela; Blackwell, Anna; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Munafo, Marcus; Maynard, Olivia. 2018. Alcohol pictorial health warning labels: the impact of self-affirmation and health warning severity. *BMC Public Health*. 18, pp. 1-9.

Impact Index (ISI): 2.567 // Impact Index (SCImago): 1.382
Quartile (SCImago): Q1

- Siles-Martos, Jose Antonio; Perez-Mendoza, Daniel; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Scervino-, Jose Martin; Ocampo-Bote, Juan Antonio; Sampedro-Quesada, Inmaculada. 2014. Assessing the impact of biotransformed dry olive residue application to soil: Effects on enzyme activities and fungal community. *International Biodeterioration & Biodegradation*. 89, pp. 15-22.

Impact Index (ISI): 2.131 // Impact Index (SCImago): 0.879
Quartile (SCImago): Q1

- Muñoz-Leiva, Francisco; Sanchez-Fernandez, Juan; Montoro-Rios, Francisco Javier; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2010. IMPROVING THE RESPONSE RATE AND QUALITY IN WEB-BASED SURVEYS THROUGH THE PERSONALIZATION AND FREQUENCY OF REMINDER MAILINGS. *Quality and Quantity*. 44, pp. 1037-1052.

Impact Index (ISI): 0.688 // Impact Index (SCImago): 0.512
Quartile (SCImago): Q2

- Sanchez-Fernandez, Juan; Muñoz-Leiva, Francisco; Montoro-Rios, Francisco Javier; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2010. AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRE-INCENTIVES AND POST-INCENTIVES BASED ON DRAWS ON RESPONSE TO WEB SURVEYS. *Quality and Quantity*. 44, pp. 357-373.

Impact Index (ISI): 0.688 // Impact Index (SCImago): 0.512
Quartile (SCImago): Q2

- Luque-Martinez, Teodoro; Barrio-Garcia, Salvador Del; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Rodriguez-Molina, Miguel Angel. 2007. MODELING A CITY'S IMAGE: THE CASE OF GRANADA. *Cities*. 24, pp. 335-352.

Impact Index (ISI): 0.612 // Impact Index (SCImago): 0.474
Quartile (SCImago): Q2

- Luque-Martínez, Teodoro; Ibáñez-Zapata, Jose Angel; del Barrio-Garcia, Salvador. 2000. Consumer Ethnocentrism Measurement: An Assessment of the Reliability and Validity of the CETSCALE in Spain. European Journal of Marketing, Vol. 34, 11/12, pp. 1353-1374

Impact Index (ISI): 2.647 // Impact Index (SCImago): 1.084
Quartile (SCImago): Q1

Libros

- Ibáñez-Zapata, Jose Angel; Barrio-Garcia, Salvador Del; Rodriguez-Molina, Miguel Angel; Sanchez-Fernandez, Juan; Hurtado-,Nuria E.; Jiménez-,Ana Isabel; Maraver-,Guillermo; Pedraja-,Marta; Rubio-,Enrique. 2005. MARKETING INTERNACIONAL. UOC.
- Ibáñez-Zapata, Jose Angel; Barrio-Garcia, Salvador Del; Jiménez-Zarco,Ana Isabel; Maraver-Tarifa, Guillermo; Pedraja-Iglesias,Marta; Rodriguez-Molina, Miguel Angel; Rubio-Lopez, Enrique Antonio; Sanchez-Fernandez, Juan. 2004. MÀRQUETING INTERNACIONAL. UOC.
- Ibáñez-Zapata, Jose Angel; Webb, John R.. 2003. INVESTIGACIÓN DE MARKETING. THOMSON-PARANINFO.
- Frias-Jamilena, Dolores Maria; Ibáñez-Zapata, Jose Angel; Luque-Martinez, Teodoro; Rodriguez-Molina, Miguel Angel; Sanchez-Fernandez, Juan; Sanchez-Vizcaino, Gonzalo. 2000. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

C.2. Proyectos

- P21_00007. Analysis of the cognitive and affective mechanisms involved in the processing of messages that promote environmentally responsible habits. Ministry of Universities, Research, and Innovation. 2023-2025. Researcher.
- A-SEJ-426-UGR20. Neurogame!: Neuroscience as a tool for analyzing the cognitive and affective effects caused by communication elements that promote responsible online gaming behavior. European Regional Development Fund. 2021-2023. Researcher.
- P12-SEJ-1980. Neuromarketing as a tool for understanding the cognitive and affective mechanisms that govern the processing of communication aimed at achieving environmentally responsible consumption behavior. Regional Government of Andalusia. Excellence Research Projects. Sanchez-Fernandez, Juan (University of Granada). 2014-2017. 64,745 EUR. Researcher.
- ECO2012-39576. Analysis of cognitive and affective mechanisms in the processing of environmental communication from a Neuromarketing perspective. 2013-2015. 29500 EUR. Researcher.
- ECO2012-39576. Analysis of cognitive and affective mechanisms in environmental communication processing from a Neuromarketing perspective. Ministry of Science and Innovation. Muñoz-Leiva, Francisco (University of Granada). 2013-2015. 29,250 EUR. Researcher.
- CEI2013-P-9. Digital Social Sciences and Humanities: cases, management, and business models. University of Granada. ROMERO FRÍAS, ESTEBAN (University of Granada). CEI BioTic - University of Granada. 2013-2015. 23000 EUR. Researcher.

- TIN2011-28538-C02-02. Novelty, Diversity, Context, and Time: New Dimensions in Next Generation Information Retrieval and Recommendation Systems. Huete-Guadix, Juan Francisco (University of Granada). 2012-2013. 37,268 EUR. Researcher.
- SEJ-6768. Study of advertising messages in cognitive and emotional processes that guide sustainable consumption behavior. Montoro-Rios, Francisco Javier (University of Granada). 2011-2014. 45,000 EUR. Researcher.
- 30.B6.84.1101. Psychophysiological Indicators of Sustainable Consumption Behavior: Analysis of the Effectiveness of Messages Related to Environmental Care. Viedma-Del Jesus, Maria Isabel (University of Granada). 2010-2010. 3,000 EUR. Researcher.
- P09-SEJ-5395. Information Systems for Corporate Social Responsibility in Local Administrations. Navarro-Galera, Andres (University of Granada). 2009-2012. 41,535 EUR. Researcher.
- 30.PP.0090.00. Evaluation of the Use of Incentives in Web Surveys. An Application to Consumer Behavior in Environmental Protection (Internatura Project). Sanchez-Fernandez, Juan (University of Granada). 2007-2007. 3,000 EUR. Researcher.
- P06-SEJ-2170. Internet, Tourist Marketing, and Development in Andalusia. Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 2007-2010. 162,736 EUR. Researcher.
- SEC2003-09231. Modeling Consumer Behavior in Electronic Markets: Analysis of Internal and Navigation Factors. Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 2003. 57,960 EUR. Researcher.
- QLRT-2001-02606. Effect of Diet and Lifestyle on Risk of Gastrointestinal Infection and Allergy in Early Life; Consumer Knowledge, Attitudes, and Needs. 2003-2005. 3,194,008 EUR. Researcher.
- 1FD97-0306. Commercial Research on Functional Foods: New Values and Relational Optics. Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 1998-2001. 137,631 EUR. Researcher.
- IEA21/11/95. Study on Consumption and Retail Trade in the Province of Granada. Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 1996-1997. 6,010 EUR. Researcher.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

- Communication Actions of the Vice-Rectorate. Ferre, Dolores (University of Granada). 2015-2015. 21,420 EUR.
- STUDY OF UNIVERSITY OF GRANADA GRADUATES (2007). Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 2010-2011. 25,000 EUR.
- REDESIGN OF PULEVA CLASSIC MILK PACKAGING. PULEVA. Montoro-Rios, Francisco Javier (University of Granada). 2009-2009. 8,000 EUR.
- OPINION STUDY OF HORECAS ON PULEVA JAMS. Ibañez-Zapata, Jose Angel (University of Granada). 2009-2009. 6,200 EUR.

- IMPROVEMENT OF COMMERCIAL SERVICES OFFERED BY AXESOR THROUGH THE INTERNET. INFOTEL, INFORMATION AND TELECOMMUNICATIONS, S. A. Muñoz-Leiva, Francisco (University of Granada). 2008-2009. 16,100 EUR.
- RESEARCH ON SERVICE QUALITY FOR CLIENTS AND NON-CLIENTS OF CAJA RURAL. Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 2006-2007. 15,200 EUR.
- COLLABORATION IN DATA ANALYSIS AND DRAFTING OF THE STRATEGIC PLAN OF THE UNIVERSITY OF GRANADA. UNIVERSITY OF GRANADA. Ibañez-Zapata, Jose Angel (University of Granada). 2004-2004. 1,800 EUR.
- THE IMAGE OF THE CITY OF GRANADA ACCORDING TO OPINION LEADERS. Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 2002-2002. 29,107 EUR.
- THE IMAGE OF THE CITY OF GRANADA ACCORDING TO RESIDENTS. Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 2002-2002. 29,804 EUR.
- DIAGNOSIS OF THE SITUATION OF DOMESTIC TRADE IN ANDALUSIA AND PROGRAMS AND MEASURES FOR MODERNIZING DOMESTIC TRADE IN ANDALUSIA. Martin-Armario, Enrique. 2001-2001. 104,576 EUR.
- EXPLORATION OF ALTERNATIVES FOR PEACH EXPORT. Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 1998-1999. 0 EUR.
- STUDY ON THE DISTRIBUTION CHANNEL OF PULEVA. Luque-Martinez, Teodoro (University of Granada). 1997-1999. 33,961 EUR.