

## Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	17/02/2025
---------------	------------

Nombre y apellidos	CESAR SERRANO DOMINGUEZ		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	K-6266-2012	
	Código Orcid	0000-0002-7344-3166	

### A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Cádiz		
Dpto./Centro	Marketing y Comunicación		
Dirección	Cádiz, Andalucía, España		
Teléfono	Correo electrónico	cesar.serrano@uca.es	
Categoría profesional	Profesor titular de universidad	Fecha inicio	2009
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave	Gestión de productos, Marketing digital, Packaging. análisis sensorial		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctor. Economía y empresa	Universidad de Cádiz	2002

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

Indicador	Medida
Índice H	6.0
Número de citas	282.0
Publicaciones en primer cuartil	1.0
Promedio citas/año durante los últimos 5 años	29.0
Fecha del último sexenio	01/01/2023

## Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Profesor de la Universidad de Cádiz desde 1996. Doctor por la Universidad de Cádiz en 2003.

Ha trabajado en líneas de investigación relacionadas con la distribución, gestión de productos o digitalización y consumo.

Ha dirigido o participado en proyectos de investigación y de innovación docente nacionales, de la Unión Europea e internacionales, en la Unión Europea, Latinoamérica y norte de África. Ha sido profesor invitado en varias universidades Europeas y Latinoamericanas. Autor y coautor de libros, capítulos de libros, artículos y comunicaciones en congresos nacionales e internacionales.

Miembro del grupo SEJ482 y responsable del mismo desde su creación en 2007 hasta febrero de 2024. Anteriormente estuvo en dos grupos de investigación.

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

### C.1. Publicaciones

Publicación en Revista. Cano Tenorio, R., & Serrano Domínguez, C. (2024). Las acciones de marketing en las organizaciones del fútbol en categoría femenina y masculina. *RESED: Revista de estudios socioeducativos*, 12.

Capítulo de libro. Gómez Carmona, D., Toribio Escobar, M., Serrano Domínguez, C., López Sánchez, J. A., & Mota, J. M. (2023). El enoturismo en perspectiva: un análisis bibliométrico del sector. En D. Gómez Carmona & S. J. Cruces Montes (eds.), *El consumidor de vino y el enoturismo en la provincia de Cádiz* (pp. 71-100). Dykinson.

Capítulo de libro. Marín Dueñas, P. P., Gómez Carmona, D., Cano Tenorio, R., & Serrano Domínguez, C. (2023). La formación en marketing digital a través de una experiencia real. En C. Costa Sánchez, M. López Golán, & J. P. Salgado (eds.), *Innovación docente en los estudios universitarios en comunicación* (pp. 229-251). Tirant Humanidades.

Publicación en Revista. Gómez-Carmona, Diego; Marín-Dueñas, Pedro Pablo; Cano Tenorio, Rafael; Serrano-Dominguez, Cesar; Muñoz-Leiva, Francisco; Liebana-Cabanillas, Francisco J.. 2022. Environmental concern as a moderator of information processing: A fMRI study. *Journal of Cleaner Production*. 369, pp. 1-10.

Publicación en Revista. Gómez-Carmona, Diego; Paramio, Alberto; Liebana-Cabanillas, Francisco J.; Muñoz-Leiva, Francisco; Serrano-Dominguez, Cesar. 2022. INFLUENCIA DE LA APELACIÓN DEL MENSAJE EN LA ATENCIÓN. UN ESTUDIO DE EYE-TRACKING. *Vivat Academia*.

Publicación en Revista. Gómez-Carmona, Diego; Cruces-Montes, Serafin Jesus; Marín-Dueñas, Pedro Pablo; Serrano-Dominguez, Cesar; Zayas, Antonio; Paramio, Alberto. 2021. Do You See It Clearly? The Effect of Packaging and Label Format on Google Ads. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 16, pp. 1648-1666.

Publicación en Revista. GALIANO-CORONIL, ARACELI; Mier-Teran-Franco, Juan Jose; Serrano-Dominguez, Cesar; Tobar, Luis Bayardo. 2021. An Approach to Exploring Non-Governmental Development Organizations Interest Groups on Facebook. *Applied Sciences*. 11,

Publicación en Revista. Marín-Dueñas, Pedro Pablo; Serrano-Dominguez, Cesar; GALIANO-CORONIL, ARACELI. 2020. LOS UNIVERSITARIOS Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES: UN ANÁLISIS DE SUS HÁBITOS, COMPORTAMIENTOS Y MOTIVACIONES DE USO. *Revista Inclusiones: revista de humanidades y ciencias sociales*. 7, pp. 125-143.

Publicación en Revista. Serrano-Dominguez, Cesar. 2019. El tamizado de ideas en el proceso de creación de nuevos productos. *Teoría y praxis (El Salvador)*. pp. 5-17.

Libros. Montañés Del Río, Miguel Ángel; Serrano-Dominguez, Cesar; Medina-Garrido, José Aurelio. 2014. *Técnicas de Marketing Viral*. Esic.

Publicación en Revista. Serrano-Dominguez, Cesar. 2007. RETAILING ESTABLISHMENTS: A COMPETITIVE ANALYSIS OF COMMERCIAL FORMATS FROM THE CONSUMERS' PROFILES AND PERCEPTIONS. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 14, pp. 297-308.

## **C.2. Proyectos**

PR2017-39. Análisis Emocional de los Vinos del Marco de Jerez mediante técnicas de medidas de léxico, grupales, biométricas y psicofisiológicas. UNIVERSIDAD DE CÁDIZ. VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA. 2017-2018. 2300. Investigador Principal Consolidado.

57364-EPP-1-ES-EPPKA2-CBHE-SP. EVAL: Exploitation des Compétences et Valorisation des acquis pour une meilleure Insertion et Visibilité professionnelles. Unión Europea. 2016-2019. 863.004,00 EUR. Investigador/a.

B/023717/09. COORDINACIÓN, PLANIFICACIÓN Y METODOLOGÍAS DOCENTES EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Serrano-Dominguez, Cesar (Universidad de Cádiz). 2010-2011. 15000 EUR. Responsable.

IEG99. LOS HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO EN LA PROVINCIA DE JAÉN. Parras-Rosa, Manuel (Universidad de Jaén). 2000-2001. 7701 EUR. Investigador/a.

0B080139. ESTUDIO DEL MERCADO FRANCÉS DEL ACEITE DE OLIVA: CRITERIOS DE CALIDAD Y ESTRATEGIAS A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL. Parras-Rosa, Manuel (Universidad de Jaén). 1999-2001. 174317,55 EUR. Investigador/a.

### **C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia**

#### **C.4. Patentes**

#### **C.5. Congreso**

ESTUDIO SOBRE LA IMAGEN DE MARCA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON LA MARCA UCA. EL CASO DE LA ASIGNATURA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. 26/10/2016.

La satisfacción del paciente en tiempo de Pandemia. . 28/04/2021.

Gestión de la Marca Personal de las futbolistas profesionales de España en el entorno digital. . 28/04/2021.

#### **C.6. Congreso**

UNIVERSIDAD Y MARCA CORPORATIVA: EL CASO DE LA MARCA UNIVERSIDA DE CADIZ. 25/10/2017.