

CURRICULUM VITAE

María del Pilar Alarcón Urbistondo

Nombre: María del Pilar Alarcón Urbistondo

Categoría profesional (Catedrático de Universidad)

Universidad de procedencia (Universidad de Málaga)

Departamento: Economía y Administración de Empresas

Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Instituto: Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo (IATUR)

Área: Comercialización e Investigación de Mercados

Grupos de Investigación: Implantación de las Estrategias de Marketing en las Pymes

Formación: Doctora por la Universidad de Málaga con la tesis *La política de distribución en las empresas acuícolas productoras de dorada en Andalucía* (1995). Dirigida por Dr/a. Francisca Parra Guerrero.

Publicaciones

2025

- *Banking reputation and its impact on stock markets: a big data analysis through online comments.* International Journal of Bank Marketing.
- *Customer intentions toward the adoption of WhatsApp chatbots for restaurant recommendations.* Journal of Hospitality and Tourism Technology.

2024

- *Building mutual rewarding sponsor relationships between museums and corporations.* Cultural Trends, Vol. 33, Núm. 5, pp. 580-599.
- *Key determinants of intention to use virtual reality in medical training.* Virtual Reality, Vol. 28, Núm. 2.

2023

- *Proposal for Employing User-Generated Content as a Data Source for Measuring Tourism Destination Image.* Journal of Hospitality and Tourism Research, Vol. 47, Núm. 4, pp. 643-664.
- *The relevance of literacy in digital health for success of healthcare and its marketing: Navigating towards digital health literacy.* Modern Healthcare Marketing in the Digital Era (IGI Global), pp. 131-149.
- *The role of intermediaries in the MICE tourism value chain: consensus or dissonance?.* Journal of Business and Industrial Marketing, Vol. 38, Núm. 1, pp. 252-265.
- *Understanding antecedents of continuance and revisit intentions: The case of sport apps.* Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 72.

2022

- *Exploring the Opportunities of the Emojis in Brand Communication: The Case of the Beer Industry.* International Journal of Business Communication, Vol. 59, Núm. 3, pp. 315-333.

2021

- *Relationship between reputational aspects of companies and their share price in the online environment.* Technology in Society, Vol. 64.
- *Sport-related physical activity in tourism: an analysis of antecedents of sport based applications use.* Information Technology and Tourism, Vol. 23, Núm. 1, pp. 97-120.
- *The methodological context in higher education.* Handbook of Research on Barriers for Teaching 21st-Century Competencies and the Impact of Digitalization (IGI Global), pp. 15-36.

2020

- *A fuzzy approach to measure the responsibility level for tourist companies.* International Journal of Sustainable Development, Vol. 23, Núm. 3-4, pp. 249-262.
- *Behavioural intention towards chatbots: suitability of utaut2 model.* XXX Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica: cooperação transfronteiriça. Desenvolvimento e coesão territorial. Livro de resumos.
- *Importance of family for individual tourist satisfaction.* Annals of Tourism Research, Vol. 85.
- *The MICE tourism value chain: Proposal of a conceptual framework and analysis of disintermediation.* Journal of Convention and Event Tourism, Vol. 21, Núm. 3, pp. 177-200.
- *¿Quién toma las decisiones en turismo?: una cuestión de percepción.* XXX Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica: cooperação transfronteiriça. Desenvolvimento e coesão territorial. Livro de resumos.

2019

- *Couple's Decision-Making Process and Their Satisfaction with the Tourist Destination.* Journal of Travel Research, Vol. 58, Núm. 5, pp. 824-836.
- *Data set on the influence of members of a couple on family vacation decision-making.* Data in Brief.
- *Is asking only one member of a couple sufficient to determine who influences tourism decisions?.* Journal of Destination Marketing and Management, Vol. 12, pp. 55-63.

2018

- *Couple Roles in Subdecisions on Family Vacations.* Cornell Hospitality Quarterly, Vol. 59, Núm. 2, pp. 160-173.
- *Couple dynamics in family holidays decision-making process.* International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 30, Núm. 1, pp. 601-617.
- *El blended marketing para la captación de usuarios de chatbots.* Análisis y tendencias de las redes sociales: VIII edición del Congreso Internacional sobre Redes Sociales Comunica2 (edUPV, Editorial Universitat Politècnica de València), pp. 139-149.

- *Regional tourism competitiveness using the PROMETHEE approach*. Annals of Tourism Research, Vol. 73, pp. 1-13.

2017

- *Automatically extracting tourism-related opinion from Chinese social media*. Current Issues in Tourism, Vol. 20, Núm. 10, pp. 1070-1087.
- *El capital humano como factor clave para el sector hotelero: un análisis empírico de la provincia de Málaga*. International Journal of Scientific Management and Tourism, Vol. 3, Núm. 2, pp. 9-28.
- *El proceso de decisión de las vacaciones familiares y su relación con la satisfacción de la pareja*. Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. RITUREM, Vol. 1, Núm. 2, pp. 71-87.
- *Factores que influyen en el uso de whatsapp como canal para la toma de decisión en el consumo gastronómico*. International Journal of Scientific Management and Tourism, Vol. 3, Núm. 4, pp. 447-466.
- *Principales causas inductoras de la actividad física deportiva en la mujer*. Apunts: Educación física y deportes, Núm. 129, pp. 108-118.
- *The influence of membership groups on selecting accommodations: The case of the residential tourist*. Journal of Spatial and Organizational Dynamics, Vol. 5, Núm. 2, pp. 59-72.

2016

- *Los emojis en la comunicación digital de las marcas de bebidas: Tendencias en el social business*. CUICIID 2016: Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy. Contenidos, investigación, innovación y docencia.
- *Toward a gender understanding of the influence of the couple on family vacation decisions*. Tourism Management Perspectives, Vol. 20, pp. 290-298.

2014

- *Resort activity of Scandinavian residential tourists*. TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible, Vol. 7, Núm. 17.

2013

- *Sistema de indicadores para la gestión de un destino turístico*. Estudios Turísticos, Núm. 196, pp. 9-31.

2012

- *Andalucía*. La actividad Turística Española en 2011 (Madrid: Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2012), pp. 191-199.

2010

- *Residential Tourism in the Southern of Spain: An Approach toward Consumption*. Tourism & Management Studies, Núm. 6, pp. 36-48.

2002

- *Imagen turística de las Comunidades Autónomas españolas ante una demanda segmentada*. Estudios de economía aplicada, Vol. 20, Núm. 3, pp. 627-649.

2000

- *El posicionamiento de las Comunidades Autónomas en la demanda turística extranjera*. Estudios de economía aplicada, Núm. 16, pp. 111-131.
- *Los intermediarios en la comercialización de los destinos turísticos a través de Internet*. Municipios turísticos, tributación y contratación empresarial, formación y gestión del capital humano.

1999

- *El turista ante el comercio electrónico*. Estudios Turísticos, 142, pp. 97-116.

1998

- *El posicionamiento de Andalucía como marca turística*. Best papers proceedings theme the business in a collaborative world: VII International Conference, Istanbul, Turkey, September 8-10, 1998.

1995

- *El papel de la red Mercasa en la distribución de los productos pesqueros*. La innovación en la empresa: IX Congreso Nacional, V Congreso Hispano-Francés. Toledo 2, 3, 4 y 5 de mayo, 1995.
- *La política de distribución en las empresas acuícolas productoras de dorada en Andalucía*. Málaga: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Málaga, 1995.

Tesis Dirigidas

- *Análisis de la desintermediación en el turismo MICE: estudio del papel de los intermediarios* (2023). Universidad de Málaga. Rojas Bueno, Alberto.
- *El papel de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares* (2016). Universidad de Málaga. Rojas de Gracia, María Mercedes.
- *Method for automatically extracting of tourism destination image from Chinese social networks: the case of Spain* (2016). Universidad de Málaga. Chen, Fang-Wei.
- *Vulnerabilidad de los destinos turísticos. Propuesta de un Sistema de Indicadores para su gestión* (2015). Universidad de Málaga. Gallego Galán, Inmaculada.
- *Methodological approach to evaluate the commercial attractiveness of outbound markets in tourism. The case of European countries* (2015). Universidad de Málaga. Sierra Herrezuelo, Plácido.
- *Identificación de las variables explicativas a la siniestralidad en el sector hotelero: El caso de la provincia de Málaga* (2014). Universidad de Málaga. García Revilla, Mercedes Raquel.
- *El comportamiento del turista residencial: una aproximación al proceso de decisión* (2009). Universidad de Málaga. Pérez Aranda, Javier Ramón.
- *La actitud de los residentes como factor clave en el desarrollo de un nuevo destino. Caso de estudio: municipio Pedraza. Estado Barinas* (2006). Universidad de Málaga. Colmenares Colmenares, Linette María.
- *La influencia del personal de contacto en la percepción de calidad de los servicios hoteleros* (2003). Universidad de Málaga. Galindo Reyes, Fuensanta Carmen.