

## ***Curriculum Vitae***

***Joaquín Sánchez Herrera***

### **FORMACIÓN**

- Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
- Master en “Dirección de Marketing” por la Escuela de Negocios IDE-CESEM.
- “Master in Business and Economics”, University of South Florida. Florida, EEUU.

### **PUBLICACIONES**

- Autor del libro “Plan de Marketing. Análisis, Decisiones y Control”, editado por Pirámide. ISBN: 84-368-1606-4. Madrid. 2001.
- Co-autor del libro “Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente”, Editorial Santillana, S.A. ISBN: 84-294-4608-7. Madrid. 1996.
- “Modeling overseas students choice: An integrated theoretical approach”. International Journal of Higher Education and Educational Planning. 2006
- “Artificial intelligence and Marketing: Modeling by means of artificial neural networks”. Journal of Marketing Management. 2006.
- "International students' decision-making process". International Journal of Educational Management. 2006.

- “Made in effect, Competitive Marketing Strategy and Brand Performance: An Empirical Analysis for Spanish Brands”. Journal of the American Academy of Business, Vol. 6, Nº 1. 2005.
- “La coherencia estratégica de las marcas en productos de gran consumo: Análisis cuantitativo a partir de datos de panel”. Revista Tecnología Administrativa. Colombia, 2004.
- “Country-of-Origin effect on HE Programme Evaluation”. Journal of the Academy of Business Education.2007
- “Análisis de la deslealtad en el proceso de elección de marca en situaciones de compra de alta implicación. Posibilidades de aplicación en Marketing mediante el Análisis Discriminante Múltiple”. Revista Universitaria Publifilia. 2001.

#### **PONENCIAS**

- “Branding cities: Image influence on service quality perception”. LSA Conference 2005, “Festival and Events: Beyond Economic Impacts”, Napier University, Edinburgh (United Kingdom), 6-8 Julio, 2005.
- “Country and Institution Image Effect on HE Programme Evaluation”. 34th European Marketing Academy Conference. “Rejuvenating Marketing: Contamination, innovation, integration”. EMAC 2005. European Marketing Academy. Università Commerciale Luigi Bocconi, Milan (Italy), 24-27 Mayo, 2005.
- “El Posicionamiento Competitivo de las Empresas y sus efectos en la Imagen País y el efecto Made in: Una aplicación al caso español”. Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing, Universidad Pontificia de Comillas, septiembre, 2005.
- “Marca-País y Educación Internacional de Postgrado”. Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing, Universidad Pontificia de Comillas, septiembre, 2005.
- “La Inteligencia Artificial en Marketing”. Curso “La Comunicación Empresarial y el Marketing: Aplicaciones Prácticas”. Universidad de León. Julio, 2003. León.