ARTÍCULOS EN REVISTAS

**AÑO 2016**

* Carcelén, S. Puelles, M. Diaz-Bustamante, M. “Are consumers more rational and informed purchasers during recession periods? The role of Private Labels and retailing strategies” International Review of Retail, Distribution and Consumer Research. May (2016).
* Carcelén, S. Puelles, M. Diaz-Bustamante, M. “The Balance Between the Transmitted and the Perceived Image of Luxury Fragrance Brands” (2016)
* Diaz-Bustamante, M. Puelles, M. Moreno, G. “Distribución moderna en el mercado del bricolaje. Operadores, productos y marcas. Atributos relevantes para la elección por parte del consumidor” (2016)
* Diaz-Bustamante, M. Llovet, C. Patiño, B. “Sexualización en la publicidad digital de marcas de moda infantil: iniciativas ciudadanas y mecanismos de denuncia”. Revista Mediterránea de Comunicación. Julio (2016), Vol.7, No.2, 195-210.
* Diaz-Bustamante, M. Llovet, C. Patiño, B. “The sexualization of children through advertising, fashion brands and media”. Prisma Social. Nº Especial 1-Mayo 2016: 156-189.
* Gálvez, A. “Creatividad digital en comunicación política: estudio de la segunda campaña presidencial de Barack Obama en Facebook y WhiteHouse.gov” Adresearch. (2016)
* Gavilan, D. (2016) “Employer branding” Marketing para comprometer al equipo con la farmacia. El farmacéutico, 541, 25-28.
* Gavilan, D. González Natal, D. Carruesco, F. (2016) The realm of senses. The age of sensory communications. D+I Developping Ideas Llorente & Cuenca.
* Gavilan, G. Avello, M. Abril, C. Fernández-Lores, S. (2016). El móvil como herramienta de interacción alumno-profesor, en el aula, hacia el aprendizaje profundo (deep learning). e-print ucm.es
* Manzano, R. Avello, M. Abril, C. Gavilán, D. Ferran, M. “The Influence of Need for Touch in Multichannel Purchasing Behaviour: An approach based on its instrumental and autotelic dimensions and consumer´s shopping task”. International Journal of Marketing, Communication and New Media. 6 (4), 48-68. ISSN: 2182-9306 (2016).
* Manzano, R. Avello, M. Abril, C. Gavilán, D. Ferran, M. “Autotelic and Instrumental Need for Touch: Searching for and Purchasing Apparel Online” International Journal of Economics and Management Sciences. ISSN 2162-6359. (2016).
* Puelles, M.. Moreno, F. “THE ONLINE SOCIAL NETWORKS AS A TOOL FOR ESTIMATING VOTE” (2016)
* Puelles, M. Carcelén, S. Diaz-Bustamante, M. “Image of Luxury Brands: A Question of Style and Personality” SAGE Open, USA. April-June (2016): 1-15
* Cid, A. Hornos, M. Carrasco, R. Herrera, E “Applyng a linguistic muiti-criteria decisuin-making model to the analysis of ict suppliers offers” Expert systems with applications ISSN: 0957-4174 (2016) 127-138

**AÑO 2015**

* Carcelén, S. Diaz-Bustamante, M. Puelles, M. “Comportamiento Online del Consumidor de Cosmética Masculina de Lujo”. Opción. Año 31, No. Especial 3 (2015): 362 – 383.
* Diaz-Bustamante, M. Puelles, M. Carcelén, S. “The Balance Between the Transmitted and the Perceived Image of Luxury Fragrance Brands” Journal of Modern Accounting and Auditing. October (2015), Vol. 11, No. 10, 499-514.
* Fernandez-Lores, S. Gavilan, D. Avello, M. Blasco, F. (2015) Affective commitment to the employer brand: development and validation of a scale. BRQ Business Research Quarterly 19 (1), 40-54
* Gavilan, D. Avello, M. Fernández-Lores, F. Andrés, E. (2015). Un trabajo para disfrutar. Capital Humano, 295, pp 14-15.
* Manzano, R. Ferrán, M. Gavilan, D. Avello, M. Abril, C. (2015) Need for Touch and Multichannel Search and Purchase. Looking Forward, Looking Back: Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing. Proceedings of the Academy of Marketing Science pp 558
* Puelles, M. Carcelén, S. Diaz-Bustamante, M. “Luxury Brands Perceptions: An Applied Research to the Spanish Luxury Fragrances Market” Journal of Business and Economics, USA. June (2015), Volume 6, No. 6, pp. 1071-1085.
* Hornos, M. Carrasco, R. Herrera, E. Cid, A. “Sictqual: A fuzzy linguistic multi-criteria model to assess the quality of service in the ict sector from the user perspective” Applied soft computing ISSN: 1568-4946 (2015) 897-910
* Carrasaco, R. Sánchez, J. Muñoz, F. Blasco, F. Herrera, E. “ Evaluation of the hotels e-services quality under the user´s experience” Soft computing: A fusion of foundations, methodologies and applications ISSN: 1432-7643 (2015) 1-17
* Hornos, M. Cid, A. Carrasco, R. Herrera, E. “ A hybrid model for decisión-making in the information and comunications technology sector” Tecnological and economic development of economy. ISSN: 2029-4913 (2015) 720-737
* Carrasaco, R. Blasco, F. Herrera, E “ A 2-tuple fuzzy linguistic rfm model and its implementation” Procedia computer science ISSN: 1877-0509 (2015) 1340-1347

**AÑO 2014**

* Gavilán, D. Avello, M. Abril, C. (2014). “Shopper Marketing: A New Challenge For Spanish Community Pharmacies” Research in Social and Administrative Pharmacy
* Llorens, M. Puelles, M. Talledo,H.” Perceptions of control as a determinant of the intention to purchase organic products” (2014)
* Puelles, M. Cliquet, G. Gongjian, K.” The effect of country image on hypermarket patronage intention: A cross-cultural study in China and Spain” (2014)
* Puelles, M.” Spanish Food Private Labels Divergent Positioning and Common Drivers” (2014)
* Puelles, M. Blazquez, M.” The importance of the shopping experience in times of recession: an analysis from the perspective of the hedonic and utilitarian shopping values” (2014)
* Puelles, M. “Perceptions of Control as a Determinant of the Intention to Purchase Organic Products” (2014)
* Puelles Gallo, M., Gongjian Kan, Gérard Cliquet,” "The effect of country image on hypermarket patronage intention: A cross-cultural study in China and Spain" (2014)

**AÑO 2013**

* Abril, C. & Martos-Partal, M. (2013). Is product innovation as effective for private labels as it is for national brands?. Innovation: Management, Policy & Practice, 15(3), 337-349.
* Abril, C. Sánchez, J. Gavilán, D. Manzano, R., Avello, M. (2013) “Marcas blancas innovadoras” Cuadernos de Estudios Empresariales, (aceptado, pendiente de publicación)
* Gavilan, D. Avello, C. Fernandez-Lores, S. (2013) “Employer branding: la experiencia de la marca empleadora y su efecto sobre el compromiso afectivo” AdReserach, enero-julio,7(7), 58-75
* Gavilan, D. Abril, C. Avello, C. Manzano, R. (2013) “La comunicación multisensorial de las promociones en móviles”, Investigación y Marketing, marzo, nº 118,34-38.
* Fdez-Lores, S. Gavilán, D. Blasco, F. (2013) “Aplicación Estratégica del la Marca del Empleador: El Caso Santander”, Revista del Colegio de Economistas, noviembre, nº137, 113-119
* Gavilán, D. Avello, M. Abril, C. (2013) “The More I Feel the Experience, the More I Buy”, *International Journal of Humanities and Social Science, 3(19), 137-145*
* Llorens, M. (en última revisión noviembre 2013) “Aplicación de la Teoría del Comportamiento Planificado en la detección de diferencias en la intención de compra de productos ecológicos entre Marcas de fabricante y Marcas de distribuidor”. Innovar,  Revista de Ciencias administrativas y sociales.
* Recuero, N. Blasco, MF. García de Madariaga, J. (2013) “Identifying motivations of archaeological sites visitors " Cuadernos de Estudios Empresariales, Nº 21 (2011), 97-113. (ISSN: 1131-6985)
* Sánchez, J. Pintado, T. “Las técnicas emergentes en comunicación comercial y sus efectos percibidos. Un análisis descriptivo”. (2013)
* Puelles, M. Llorens, M. y Talledo, H. “Aplicación de la teoría del comportamiento planificado en la detección de diferencias en la intención de compra de productos ecológicos entre marcas de fabricante y marcas de distribuidor” (2013)
* Manzano, R. Ferrán, M. y Gavilán, D.” [Consumer Need for Touch and Multichannel Purchasing Behaviour”.](https://estudiosestadisticos.ucm.es/data/cont/docs/12-2013-06-26-CT02_2013.pdf) Facultad de Estadística CT02/2013. Junio 2013

**AÑO 2012**

* Abril, C. Sánchez, J. Gavilan, D. Manzano, R. Avello, M. (2012) “Why is it important for private labels to innovate? The effects on trust and wom.” Academy of Marketing Science Annual Conference, New Orleans, Conference proceedings, ISBN 0-939783-39-8 / ISSN 0149-7421.
* Abril, C. Sánchez, J. Ponzoa, J.M. Molero, V. (2012) “The Transfer of Sports Values to Sponsor Brands” , IAMB International Academy of Management and Business , Conference proceedings, ISSN 1949-9094.
* Chicón, L. (2012) "Innovación en Marketing Farmaceútico" Farmactual
* Abril, C. Gómez, M. Fernandez- Nogales, A. (2012). “Aspectos diferenciales de la medición de la marca de distribuidor: un modelo agregado”. Revista Europea de Dirección y Economia de empresa. European Academy of Management and Business Economics, Vol 21,nº1, ISSN 1019- 6838 .
* Carrasco, R. A. Villar, P. Fernández, A. Herrera, F. “Feature Selection and Granularity Learning in Genetic Fuzzy Rule-Based Classication Systems for Highly Imbalanced Data-Sets” (2012)
* Carrasco, R.A. Villar, P. Hornos, M. Herrera, V.“A Linguistic MultiCriteria Decision-Making Model Applied to Hotel Service Quality Evaluation from Web Data Sources” (2012)
* Carrasco, R.A. Munóz-Leiva, F. Sánchez, Juan. Liebana-Cabanillas, F. “A model for the integration of e-financial services questionnaires with SERVQUAL scales under fuzzy linguistic modelling” (2012)
* Flores, J. y García-Madariaga. J. (2012),“Do Satisfaction and Loyalty have a linear relationship? Effect of the education level on Arts participation”, Journal of Modern Accounting and Auditing, Vol 8 nº 4, 529-536. (ISSN 1548-6583).
* Flores, J. y García-Madariaga. J. (2012),“Identificación y medición del liderazgo de opinión, la satisfacción y la lealtad del público en un servicio cultural”/”Identification and measurement of opinion leadership, satisfaction and loyalty in art services”, Esic Market Economic and Business Journal, nº 142, junio, 329-370. (ISSN: 0212-1867)
* Gavilan, D. Abril, C. Avello, M. Manzano, R. (2012) “Marketing con los cinco sentidos” Management Society, abril-mayo, nº 32, 14-19.
* Manzano, R. y Serra, T. (2012), “Construcción de imagen de enseña a través de los elementos formales incluidos en los folletos promocionales. Estudio sobre las Grandes Superficies Especializadas No Alimentarias que operan en España”. Revista Portuguesa de Marketing RPM
* Manzano, R. Serra, T. (2012), “El encanto del comercio efímero”, Revista Alforja. Nº368
* Manzano, R “Posicionamiento”.  Material multimedia. IE business school. MK2-138-M   /   MK2-138-I-M. (2012)
* Puelles, M. Zamora, L. Cliquet, G.” Marques de Distributeurs (MDD) et Santé” (2012)
* Puelles, M. Blazquez, M. “The consumer shopping experience in a multichannel retail environment: a study of the fashion industry” (2012)

.

**AÑO 2011**

* Avello, M. Santivañez, C. García de Madariaga, J. (2011): “La motivación como principio de la confianza para la incorporación de proyectos educativos. El caso particular de Bolivia” Revista Iberoamericana de Educación. Vol. 56 (4).
* Carrasco, R.A. Villar, P. “A new model for linguistic summarization of heterogeneous data: an application to tourism web data sources” (2011)
* Carrasco, R. A. Villar, P. Hornos, M. Herrera, E. “A Linguistic Multi-Criteria Decision Making Model Applied to the Integration of Education Questionnaires” (2011)
* Avello, M. Gavilan, D, Abril, C. Manzano, R.(2011) “Experiential shopping at the mal: Influence on Consumer Behavior” China-USA Business Review, 10(1), 16-24
* Avello, M. Gavilan, D. Abril, C. (2011) “Marketing Auditivo; ¿a qué suena una marca? Harvard Deusto Marketing y Ventas, 103, 40-45
* Gavilan, D. (2011) “¿De verdad puedo vender más aromatizando la farmacia” Farmaventas, 64, 69-71
* Gavilan, D. (2011) “Marketing olfatorio: el olor manda” Ventas de perfumería y cosmética, 359, 56-57
* Gavilan, D. Avello, M. Abril, C. (2011) “Experiential segmentation of mall visitors: when differences in shopping experience lead to differences in purchase.“ Journal of Business and Management Sciences, noviembre, Vol.1, nº 2.
* Gavilán, D. Abril, C. Serra, T. (2011) “Marketing Olfatorio: el olor de los deseos” Harvard Deusto Marketing y Ventas, 103, 34-39
* Gavilan, D., Avello, M. (2011) “Employer brand atracttion: Claves para atraer talento” Investigación y Marketing, septiembre, nº 112, 30-35.
* Gavilan, D. Avello, M. (2011) “Employer branding ¿encima o además?” Capital Humano, 258, 56-57
* Llorens, M. (2011) “ Retail Brand Building Through Promotional Communication: A Study That Focuses on Category Killers Promotional Flyers”. Chinese Business Review, Vol. 10, No. 3, 217-225.
* Llorens, M. Puelle, M. Manzano, R. (2011) “Consumer Patterns and brand preferences in Organic Grocery Products. Store Brands vs Manufacturer Brands”. Innovative Marketing Journal, Vol. 7, Issue 3.
* Manzano, R. Serra, T. Gavilán, D. (2011) “Marketing Sensorial: Comunicar a través de los sentidos” Harvard Deusto Marketing y Ventas, 103,28-33
* Manzano, R, Ferrán, M. Puelles, M. Llorens, M. (2011) “Retail Brand Building through Promotional Communication: A study that focuses on Category Killers promotional flyers” Volume 10, Issue 3, Chinese Business Review, 2011 (March).
* Manzano, R. Serra, T. Avello, M. “Tacto y Gusto. Generar sensaciones a través del contacto directo con el producto”. Revista Harvard Deusto Marketing y Ventas. Publicación número 103 2º marzo-abril 2011. ISSN 1133-7672. Depósito Legal BI2705-93
* Manzano, R. Abril, C. Avello, M. “Marketing visual: amor a primera vista”. Revista Harvard Deusto Marketing y Ventas. Publicación número 103 2º marzo-abril 2011. ISSN 1133-7672. Depósito Legal BI2705-93.
* Manzano, R. Serra, T. “El consumidor del siglo XXI: tendencias y comportamientos” Harvard & Deusto Marketing & Ventas. Número 101 ISNN 1133-7672. 2011.
* Manzano, R “Diseño y aplicación al Campus Virtual de casos multiasignatura como medio para incentivar el aprendizaje y participación de profesorado y alumnado”. Publicación electrónica Campus Virtual. ISBN 978-84-694-4095-7. (2011)
* Manzano, R. Ponzoa, J.M. “Marketing Directo y Marketing Relacional.Material docente**.** ISBN 978-84-694-2718-7 (2011)
* Manzano, R. Ponzoa, J.M. “Merchandising y Gestión por Categorías”. Material docente. ISBN: 978-84-694-3541-0 (2011)
* Puelles, M. Puelles, J.A. (2011), “Las Marcas de Distribuidor y las crisis económicas. Comportamiento y retos de futuro”, Revista ICADE 83-84. Especial 50 Aniversario ICADE.
* Puelles, M. “The Retail Industry in Spain” (2011)
* Puelles, M. “Retail Brand Building through Promotional Communication: A study that focuses on Category Killers promotional flyers” (2011)

**AÑO 2010**

* Narros M.J. “La Investigación llega a las aulas”. *Distribución y Consumo*  (on-line). Mercasa. Marzo-Abril (2010).
* Sánchez, Joaquín. Pintado, T. Avello, M. Abril, C. (2011) “Estimación de los efectos de la publicidad en las ventas. Un análisis empírico en España y Alemania”. Adresearch. International Journal of Communication Research. Vol.3 Págs: 64-86.