



# Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

## Universidad Complutense de Madrid

Nombre del profesor/a	Jesús García de Madariaga Miranda
Categoría académica	Profesor Titular
Departamento	Comercialización e Investigación de Mercados
Teléfono	913942532
Correo electrónico	jesgarci@ucm.es

### Docencia

- Más de 7.500 horas de docencia universitaria impartidas en las Licenciaturas/Grados de ADE, Publicidad y Relaciones Públicas y Comercio y Turismo
- Profesor visitante en California Polytechnic State University (EE.UU) en 1999, 2012 y 2013, Tecnológico de Monterrey (México), Universidad de Córdoba (Argentina), Westminster University, Regent's University de Londres, y Universidad de Birmingham (Gran Bretaña), Academia de Finanzas de Moscú (Rusia), Advantia-Negocia de París e ICN de Nancy (Francia), Hogeschools de Amsterdam y de Eindhoven (Holanda), Berlín School of Economics and Law (Alemania), *Sapienza Università di Roma (Italia)*.
- Ha participado en 10 Proyectos de Innovación Educativa en los últimos seis años, dos como Investigador Principal.

### Líneas de investigación

- Gestión de Relaciones con Clientes (CRM),
- Análisis del Valor del Cliente (CLV)
- Responsabilidad Social Corporativa (CSR)
- Marketing Digital y Turístico
- Distribución comercial

### Grupos de investigación

Director del grupo de Investigación de la UCM MARKCO2: Grupo de Investigación en Marketing sobre comportamiento del consumidor y modelización. Cátedras extraordinarias de la Liga de Fútbol Profesional, del Grupo Santander y del Instituto Superior para el Desarrollo de Internet

### Proyectos

- Proyecto RTC2106-4718-7 "Estandarización de protocolos de investigación, modelización y automatización de estudios de neuromarketing", *Proyectos Retos Colaboración del Programa Estatal de investigación. Desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad 2016, en colaboración con BIT & BRAIN TECHNOLOGIES, SL 2016-2019* Investigadores principales: María López (BIT & BRAIN TECHNOLOGIES, SL) y Jesús G<sup>o</sup> de Madariaga (UCM). Cuantía: 664.952,80 €
- Proyecto S2015/HUM-3317 "Los Conjuntos Patrimoniales como Activos Turísticos de la Comunidad de Madrid. Problemas y Oportunidades en Perspectiva Territorial",

Programas De I+D En Ciencias Sociales y Humanidades 2015); Desde 2016 hasta Diciembre de 2019 Investigador principal: Jesús García de Madariaga. Cuantía: 174.725,25 €.

- Proyecto TIN2016-75850-R "Sistemas inteligentes de toma de decisiones y consenso en ambiente difuso: Aplicaciones en e-salud y e-comercio", Proyectos I+D+I. Programa Estatal de investigación. Desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad. Desde Enero 2017 hasta Diciembre 2019. Investigador principal: Herrera Viedma, Enrique y Alonso Burgos, Sergi. Cuantía: 210.300 €
- Proyecto ECO2012-36275 "Eficacia de los programas de fidelización online en la generación de compromiso relacional", Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO), Subprograma de proyectos de investigación fundamental no orientada. Desde Agosto 2012 hasta Enero 2017. Investigador principal: Jesús Gutiérrez Cillán.
- Ha dirigido y participado en diferentes proyectos de investigación distintas instituciones (Liga de Fútbol Profesional, Banco de Santander IKEA, ISDI, Tatum, Secretaría General de Turismo, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Ministerio de Agricultura, FONDECYT, Comunidad de Madrid, Consultora de Marketing-Comunicación).

### **Publicaciones destacadas**

#### **Artículos en Revistas:**

- Carrasco, R.A., Blasco, F. García-Madariaga, J., Pedreño-Santos, A. y Herrera-Viedma, E. (2017), A Model to Obtain a SERVPERF Scale Evaluation of the CRM Customer Complaints: An Application to the 4G Telecommunications Sector, Technological and Economic Development of Economy (accepted)
- García-Madariaga, J., Recuerdo Virto, N. & Blasco López, F. (2017): "The influence of museums' websites on users' intentions" / "La influencia de las páginas web de los museos en las intenciones de los usuarios", Esic Market Economic and Business Journal, nº 1º57 Vol. 48, (2), 397-420 (ISSN: 0212-1867).
- Flores Zamora, J. & Garcia-Madariaga, J. (2017), "Does opinion leadership influence service evaluation and loyalty intentions? Evidence from an art services provider Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 39, 114-122 (ISSN: 0969-698) (10.1016/j.jretconser.2017.07.008)
- García-Madariaga, J. & Rodríguez de Rivera, F. (2017): "Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, Corporate Reputation, and Firms' Market Value: Evidence from the Automobile Industry", Spanish Journal of Marketing Esic, 21(1), 39-53 (ISSN: 2444-9695). (10.1016/j.sjme.2017.05.003)
- Afonso, C., Gavilan, D., García-Madariaga, J. & Gonçalves (2016), "The influence of risks on the purchase of ecological personal care products", International Journal of Marketing, Communication and New Media, Vol 4, Nº 7, July/December, 46-66 (ISSN: 2182-9306).
- Pedreño Santos, A. & García-Madariaga, J. (2016): "Marketing en Centros Educativos. Estado de la cuestión", Organización y gestión educativa: Revista del Fórum Europeo de Administradores de la Educación (OGE), 30-34 (ISSN: 1134-0312)
- Abril, C., Sanchez Herrera, J.; Garcia-Madariaga, J. (2014), "The effect of Price, promotion and new products on consumer switching to private labels", Journal of Marketing Channels 22(3). (2015), 192-201. (ISSN: 1046-669X).
- Flores Zamora, J. & Garcia-Madariaga, J. (2012), "Identification and measurement of opinion leadership, satisfaction and loyalty in art services/ Identificación y medición del liderazgo de opinión, la satisfacción y la lealtad del público en un servicio cultural", Esic Market Economic and Business Journal, nº 142, junio, 329-370. (ISSN: 0212-1867).
- Flores Zamora & J. & Garcia-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 (2012), 529-536. (ISSN 1548-6583)

- García-Madariaga. J. & Rodríguez Cremades, F. (2011), "Responsabilidad Social Corporativa y Gobierno Corporativo: impacto sobre la reputación de las compañías del sector automovilístico y la satisfacción del cliente", Revista de Responsabilidad Social de la Empresa, nº 7, volumen 3, 47-104. (ISSN: 1888-9638).
- Santivañez, C.V, Avello, M. y García-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, Nº 56/4 de la versión digital (2011), 1-9. (ISSN: 1681-5653)
- García-Madariaga. J. & Rodríguez Cremades, F. (2010), "*Corporate Social Responsibility and the Classical Theory of the Firm: Are both Theories irreconcilable?*", Innovar Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, Vol. 20, Nº. 37, 5-20. (ISSN: 0121-5051).
- Avello, M. y García-Madariaga, J. (2010), "Diversión en el centro comercial: estudio de las fuentes generadoras del entretenimiento y análisis de los efectos derivados en la conducta del consumidor", Distribución y Consumo, Nº 111 (mayo-junio). (2010) (ISSN: 1132-0176)
- Gavilán, D. y García-Madariaga. J. (2009)," *¿Esperamos porque es mejor o es mejor porque esperamos? Un estudio exploratorio de la relación entre el tiempo de espera y el valor percibido*", Universia Business Review, nº 22, pp. 56-73. (2009) (ISSN: 1698-5117).
- Reinares Lara, P. & García-Madariaga. J. (2007)," *The Importance of Rewards in the Management of Multisponsor Loyalty Programmes*", Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management, Vol. 15 Nº 1, 37-48. (ISSN: 1741-2439)
- García-Madariaga. J. & Valor Martínez, M. (2007), "*Stakeholders Management Systems: Empirical insights from Relationship Marketing and Market Orientation Perspectives*", Journal of Business Ethics, Nº 71, 425-439 (ISSN: 0167-4544).

#### Capítulos de libro:

- Leal-Millán, A., Peris-Ortiz, M. & Leal-Rodríguez A.L. (Editores) (2018): "Policies and Practices for Sustainability in Entrepreneurship Innovation, Chapter 9: Green Consumer Segmentation: Managerial and environmental implications from the perspective of business strategies and practices (Carolina Afonso, Diana Gavilán, Jesús García-Madariaga, Helena Martins Gonçalves)", Springer Research Book, (ISBN: 978-3-319-57318-2).
- Pintado Blanco, T. y Sánchez Herrera, J. (2018) "Nuevas Tendencias en Comunicación". Esic (5ª Ed.). *Capítulo 12. Big data y Comunicación, Madrid*. (ISBN. 978-84-7356-812-8).
- Carrasco R.A., Blasco M.F., García-Madariaga J., Herrera-Viedma E. (2018): Integrating a Tourism Service Quality Evaluation Linguistic Multi-criteria Decision Making Model into a Relational Database Management System. In: Kacprzyk J., Szmít E., Zadrozny S., Atanassov K., Krawczak M. (eds) *Advances in Fuzzy Logic and Technology 2017. IWIF SIGN 2017, EUSFLAT 2017. Advances in Intelligent Systems and Computing*, (2018), vol 641. Springer, Cham (ISBN: 978-3-319-66827-7, DOI: 10.1007/978-3-319-66827-7
- Campbell C.L. (eds) (2018): *The Customer is NOT Always Right? Marketing Orientations in a Dynamic Business World.* "Consumers Switching to Store Brands: Is Product Innovation Effective to Prevent it? (Abril C., Sanchez J., Garcia-Madariaga J.)" *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*. Springer, Cham (2017) (ISBN: 978-3-319-50006-5)
- Recuero, N. Blasco, M.F. y García-Madariaga, J. (2016): "*Marketing del Turismo Cultural*", Esic, Madrid. (ISBN: 97884-1646-261-2).
- Guillén Pardos, E. y Borraz Mora, J. (Editores) (2015): *Visión y acción en marketing*, Ediciones USJ, Zaragoza (978-8494289569).

- Pintado Blanco, T. y Sánchez Herrera, J. (2014) "Nuevas Tendencias en Comunicación". Esic. *Capítulo 12. Big data y Comunicación, Madrid*. (ISBN. 978-84-7356-812-8).
- García-Madariaga, J. (2014): *Comunicación Interpersonal*, Instituto de Educación Superior TQM, Madrid. (ISBN. 978-84-9418-699-8).
- Esteban Talaya, A García-Madariaga, J. et al. (2012), "*Principios de Marketing*", Esic (4ª Edición), Madrid. (ISBN. 978-84-7356-572-1).
- Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C., Garcia de Madariaga, J. y Flores, J. (2011), *Marketing turístico*, Pearson (5ª Edición), Madrid. (ISBN: 9788483227404).
- Sastre Castillo, M.A (2010), *Diccionario de Dirección en Empresas y marketing*, Ecobook –Editorial del Economista, Madrid. (ISBN: 9788496877252).