

JOAQUÍN ALDÁS MANZANO

CURRÍCULUM VITAE

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Universitat de València
Vicerectorat d'Estratègia, Qualitat i Tecnologies de la Informació
Avda. Blasco Ibáñez, 13 46010 València
Tel.: 9638 64110 - Fax: 9638 64224
vicerec.estrategia@uv.es

Ivie (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas)
C/ Guardia Civil, 22, esc. 2, 1 46020 València
Tel.: (96) 319 00 50
joaquin.aldas@ivie.es

SITUACIÓN PROFESIONAL

- *Vicerrector de Planificación,, Calidad y Tecnologías de la Información.* Universitat de València (2018-)
- *Catedrático de Comercialización e Investigación,* Dept. Comercialización e Investigación de Mercados. Universitat de València (2016-)
- *Profesor investigador* del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (2016-)

DATOS ACADÉMICOS

- *Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.* Universitat de València (1998)
- *Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.* Universitat de València (1993)

PUBLICACIONES

LIBROS

1. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dir.), R. Aragón e I. Zaera (2024). *U-Ranking 2024: Indicadores Sintéticos de las Universidades Españolas. 12º edición.* Bilbao: Fundación BBVA; València: Ivie.
2. Aldás-Manzano, J., G. Berenguer, J.E. Bigné y M. Frasset (2024). *El consumidor ante la crisis de la covid-19: reacciones y tendencias. Impacto en el comercio y en el turismo.* Bilbao: Fundación BBVA.

3. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón e I. Zaera (2023). *U-Ranking. Indicadores Sintéticos de las Universidades Españolas. 2023/11ª edición*. Bilbao: Fundación BBVA; València: Ivie.
4. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón, A. Pantoja e I. Zaera (2022). *U-Ranking 2022: Indicadores Sintéticos de las Universidades Españolas. 10ª edición*. Bilbao: Fundación BBVA; València: Ivie.
5. Pérez, F., J. Aldás-Manzano, R. Aragón, F.J. Goerlich, M. Moraga e I. Zaera (2021). *U-Ranking 2021: Indicadores sintéticos de las universidades españolas. 9ª edición*. Bilbao: Fundación BBVA; València: Ivie.
6. Pastor, J.M. (dir.), J. Aldás-Manzano, M. Moraga, F. Pascual, I. Rosell, L. Serrano, Á. Soler e I. Zaera (2021). *La contribución socioeconómica de la Universidad de Castilla-La Mancha*. Ciudad Real: Universidad de Castilla-La Mancha.
7. Pérez, F., J. Aldás-Manzano, J.M. Peiró (dirs.), B. Miravalles, I. Rosell e I. Zaera (2021). *Universidades líderes en el mundo: El posicionamiento de España*. Bilbao: Fundación BBVA.
8. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón, F.J. Goerlich, I. Rosell e I. Zaera (2020): *U-Ranking 2020: Indicadores sintéticos de las universidades españolas. 8ª edición*. Bilbao: Fundación BBVA; València: Ivie.
9. Aldás-Manzano, J. y M. Solaz (2019): *Patrones de consumo de los hogares españoles: Evolución histórica (1973-2017) e impacto de la crisis de 2007*. Madrid: Fundación Ramón Areces, 131 pp.
10. Pastor, J.M., F. Pérez (dirs.), J. Aldás-Manzano, F.J. Goerlich, P. J. Pérez, L. Serrano, A. Catalán, Á. Soler e I. Zaera (2019): *La contribución socioeconómica de las Universidades Públicas Valencianas: Cuarto informe del SUPV 2018*. València: Universitat de València: Universitat Politècnica de València: Universidad de Alicante: Universitat Jaume I: Universidad Miguel Hernández, 316 pp.
11. Pastor, J.M. (dir.), J. Aldás-Manzano, F.J. Goerlich, P. J. Pérez, L. Serrano, A. Catalán, Á. Soler, I. Zaera y S. Mollá (2019). *La contribución socioeconómica del sistema universitario español: Informe SUE 2018*. Madrid: CRUE (Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas): Conferencia de Consejos Sociales, 333 pp.
12. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón e I. Zaera (2019): *U-Ranking 2019: Indicadores sintéticos de las universidades españolas. 7ª edición*. Bilbao: Fundación BBVA; València: Ivie, 151 pp.
13. Pérez, F. (dir.), J. Aldás-Manzano, J.M. Peiró, L. Serrano, B. Miravalles, A. Soler e I. Zaera (2018): *Itinerarios de inserción laboral y factores determinantes de la empleabilidad: Formación universitaria versus entorno*. Bilbao: Fundación BBVA, 263 pp.
14. Pastor, J.M. (dir.), J. Aldás-Manzano, L. Serrano, E. Benages, Á. Soler y J. Salamanca (2018). *Estudio de la contribución de la Universidad de Córdoba a su entorno económico y social*. Córdoba: Universidad de Córdoba.
15. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón e I. Zaera (2018): *U-Ranking 2018: Indicadores sintéticos de las universidades españolas. 6ª edición*. Bilbao: Fundación BBVA; València: Ivie, 144 pp.

16. Aldás-Manzano, J. y E. Uriel (2017): *Análisis multivariante aplicado con R. 2ª ed.* Madrid: Paraninfo, 678 pp.
17. Pastor, J.M. (dir.), J. Aldás-Manzano, L. Serrano, A. Soler e I. Zaera (2017): *La contribución socioeconómica de la Universidad de Valladolid.* Valladolid: Universidad de Valladolid, 248 pp.
18. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón e I. Zaera (2017): *U-Ranking 2017: Indicadores sintéticos de las universidades españolas. 5ª edición.* Valencia: Ivie, 140 pp.
19. Aldás-Manzano, J. (2016): *Modelización estructural con PLS-SEM: Constructos de segundo orden.* Madrid: Add Editorial, 51 pp.
20. Aldás-Manzano, J., A. Escribá, M. Iborra y V. Safón (2016): *La universidad española: Grupos estratégicos y desempeño.* Bilbao: Fundación BBVA, 269 pp.
21. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón e I. Zaera (2016): *U-Ranking 2016: Indicadores sintéticos de las universidades españolas. 4ª edición.* Valencia: Ivie, 138 pp.
22. Pérez, F. (dir.), J. Aldás-Manzano, R. Aragón, J. Pérez e I. Zaera (2015): *Rankings ISSUE 2015: Indicadores sintéticos de las universidades españolas.* Valencia: Ivie, 64 pp.
23. Goerlich, F.J., E. Reig, J. Aldás-Manzano y F. Pérez (2014): *Reflexiones estratégicas sobre el futuro de Burjassot.* Valencia: Ivie y L'Institut Municipal de Cultura i Joventut de Burjassot (IMCJB), Ajuntament de Burjassot, 190 pp.
24. Pérez, F. (dir.), J. Aldás-Manzano, F.J. Goerlich, J.M. Pastor, R. Aragón, A. Fernández, H. García e I. Zaera (2014): *Rankings ISSUE 2014: Indicadores sintéticos de las universidades españolas.* Valencia: Ivie, 68 pp.
25. Aldás-Manzano, J. (2013): *Opinión pública y empresas.* Valencia: Alfa Delta Digital.
26. Pérez, F. (dir.), A. Villar, F.J. Goerlich, J.M. Pastor, J. Aldás-Manzano, A. Fernández, R. Aragón y V. Cucarella (2013): *Rankings ISSUE 2013: Indicadores sintéticos de las universidades españolas.* Valencia: Ivie, 53 pp.
27. Aldás-Manzano, J., F.J. Goerlich y M. Mas (2007): *Consumo de los hogares y distribución de la renta en España (1973-2003). Una perspectiva regional.* Santiago de Compostela: Fundación Caixa Galicia, Centro de Investigación Económica y Financiera, 277 pp.
28. Michavila, F., F. Pérez (dirs.), J. Aldás-Manzano, L. Hernández, J. Martínez-Vázquez, J.M. Pastor y S. Zamorano (2007): *Análisis de las estrategias de adaptación de la oferta educativa de la Universidad de Alicante al Espacio Europeo de Educación Superior.* Alicante: Editorial Marfil, 216 pp.
29. Aldás-Manzano, J., F.J. Goerlich y M. Mas (2006): *Gasto de las familias en las CC.AA. españolas (1998-2002): Pautas de consumo, desigualdad y convergencia.* Fundación Caixa Galicia, Centro de Investigación Económica y Financiera, 260 pp.
30. Uriel, E. y J. Aldás-Manzano (2005): *Análisis multivariante aplicado.* Madrid: Editorial Thomson.
31. Uriel, E., M.L. Moltó, F. Pérez, J. Aldás-Manzano y V. Cucarella (1997): *Las Cuentas de la Educación en España y sus Comunidades Autónomas.* Madrid: Fundación Argentaria, 573 pp. Colección Economía Española.

CAPÍTULOS DE LIBRO

1. Aldás-Manzano, J. y J.M. Pastor (2021). «La contribución del sistema universitario español a la sociedad como ejercicio de rendición de cuentas». En Parras, M. (dir.), M^a T. Lozano y J. F. Juliá (coords.): *Lectura de política y gestión universitaria*. Cizur Menor (Navarra): Editorial Aranzadi: 161-185.
2. García de Madariaga, J., N. Recuero, M.F. Blasco y J. Aldás-Manzano (2018): "Do Museums' Websites Boost Visitors' Intentions? A PLS Multigroup Comparison", en Ali, F., S.M. Rasoolimanesh y C. Cobanoglu (eds.): *Applying Partial Least Squares in Tourism and Hospitality Research*. Bradford (Reino Unido): Emerald Publishing Limited, cap. 8, pp. 153-184.
3. Martí, J., E. Méndez y J. Aldás-Manzano (2018): "Effectiveness of educational video games in vocabulary acquisition: an experimental design", en Langran, E. y J. Borup (eds.): *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*. Washington, D.C. (Estados Unidos), pp. 446-450.
4. Martí, J., E. Méndez y J. Aldás-Manzano (2017): "The motivational effects of educational video games: An experimental design", en Gómez, L. (ed.): *ICERI2017 Proceedings: 10th International Conference of Education, Research and Innovation*. València: IATED Academy, pp. 7204-7211.
5. Recuero, N., M.F. Blasco, J. García de Madariaga y J. Aldás-Manzano (2017): "The impact of market oriented strategies in sustainable tourism of archaeological sites", en Flavián, C. (ed.): *22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications: Challenges of Marketing Communications in a Globalized World. Proceedings Book*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza, Session IV(a), pp. 310-313.
6. Martí, J., A. Sánchez y J. Aldás-Manzano (2016): "Teachers' Intention to Use Educational Video Games: A Technology Acceptance Model Approach", en Connolly, T. y L. Boyle (eds.): *Proceedings of The 10th European Conference on Games Based Learning*. Sonning Common (England): Academic Conferences and Publishing International Limited, pp. 434-441.
7. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano y A. Hyder (2015): "Engagement with Travel Web Sites and the Influence of Online Comparative Behaviour", en Sharma, D. (ed.): *Cultural Perspectives in a Global Marketplace: Proceedings of the 2010 Cultural Perspectives in Marketing Conference*. New York: Springer, pp. 26-33.
8. Aldás-Manzano, J. (2014): "Confirmatory Tetrad Analysis as a tool to decide between the formative/reflective nature of constructs in marketing and management research", en Moutinho, L., J.E. Bigné y A.K. Manrai (eds.): *The Routledge Companion to the Future of Marketing*. Londres: Routledge, pp. 348-378.
9. Aldás-Manzano, J. (2013): "La invarianza del instrumento de medida ", en Sarabia, F.J. (eds.): *Métodos de investigación social y de la empresa*. Madrid: Ediciones Pirámide, pp. 421-446.
10. Aldás-Manzano, J. (2012): "Partial least squares path modelling in marketing and management research: An annotated application", en Moutinho, L. y K.H. Huarng: *Quantitative modelling in marketing and management*. Singapore; London: World Scientific, pp. 43-78.

11. Aldás-Manzano, J., C. Martínez y M. Pardo (2012): "Women Entrepreneurship and Performance", en Galindo, M. A. y D. Ribeiro (eds.): *Women's entrepreneurship and economics: New perspectives, practices, and policies*. Springer, pp. 89-108.
12. Aldás-Manzano, J. y C. Ruiz (2011): "La propensión a innovar del consumidor como variable moderadora del efecto de la satisfacción sobre la lealtad en el comercio electrónico: Aplicación a la banca online", en Vázquez, R., J.A. Trespalacios, E. Estrada y C. González (coords.), *Universidad de Oviedo: Estrategias competitivas en canales de distribución comercial tradicional versus on-line*. Oviedo: Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, pp. 213-242.
13. Andreu, L., A. Cervera y J. Aldás-Manzano (2011): "Integral measuring of perceived quality in postgraduate studies: An international academic experience", en Gómez, L., I. Candel y A. López (coord.): *INTED2011 : proceedings of the International Technology, Education and Development Conference, celebrated 7-9 March 2011 in Valencia*. Valencia: International Association of Technology, Education and Development, pp. 2429-2435.
14. Andreu, L., A. Mattila y J. Aldás-Manzano (2011): "Effects of message appeal when communicating CSR initiatives", en Okazaki, S. (ed.): *Advances in Advertising Research. Vol. 2: Breaking new ground in theory and practice*. Heidelberg, Alemania: Gabler Verlag, pp. 261-276.
15. Martí, J., Y. Cabrera y J. Aldás-Manzano (2011): "Retos y oportunidades para incrementar la eficacia de la publicidad actual", en *Universidad de La Laguna: III Congreso Internacional Latina de Comunicación*. Santa Cruz de Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
16. Aldás-Manzano, J., J.M. Pastor y F. Pérez (2010): "Contribución socioeconómica de VLC/Campus", en *Contribución socioeconómica del Campus Internacional de Valencia*. Valencia: Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Publicacions de la Universitat de València y Universitat de València, Anexo 1.
17. Alvarado, A., J.E. Bigné, R. Currás y J. Aldás-Manzano (2010): "Does corporate social responsibility really add value for consumers? ", en Louche, C., S.O. Idowu y W. Leal Filho: *Innovative CSR: From Risk Management to Value Creation*. Sheffield, UK: Greenleaf, pp. 173-195.
18. Andreu, L. y J. Aldás-Manzano (2008): "An analysis of e-business adoption and its impact on relationship quality in travel agencies' supply chains", en *Universidad Autónoma de Madrid: Issues and challenges in service-dominant markets*. Madrid: UAM Marketing Research Series, Vol. 3, pp. 4-16.
19. Aldás-Manzano, J. (2007): "Dirección de marketing", en Iborra, M., C. Dolz, C. Ferrer y A. Dasí: *Fundamentos de dirección de empresas*. Madrid: Editorial Thomson.
20. Aldás-Manzano, J., L. Andreu y A.C. Cuenca (2005): "La utilización de Internet en la comunicación y aprovisionamiento de las agencias de viaje", en *XIX Congreso Nacional y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM*. Vitoria, Libro de ponencias que incluye CD.
21. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano y L. Andreu (2005): "Efectos de la comunicación y aprovisionamiento electrónico en las relaciones interorganizativas: una aplicación a las agencias de viajes", en *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*. Madrid, Incluye CD-Rom: ESIC Editorial.

22. Aldás-Manzano, J., N. Vila e I. Küster (2004): "Estudio de la relación entre la orientación al mercado y la innovación en el sector textil", en *Libro de ponencias del XVIII Congreso Nacional y XIV Congreso Hispano-Francés de AEDEM*. Orense, pp. 147-153.
23. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, L. Andreu y N. Vila (2004): "Influencia de la adopción de B2B en los beneficios percibidos: análisis en las pymes españolas", en *Libro de ponencias del XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*. Alicante, pp. 815-820.

ARTÍCULOS

1. Font, X., M^a L. Andreu, A. Mattila y J. Aldás-Manzano (2025). «Sustainability information overload: Its effect on customers' greenwashing perceptions, perceived value, and behavioral intentions». *Journal of Hospitality and Tourism Management* 62 (marzo): 196-204.
2. Recuero, N., J. Aldás-Manzano, M.F. Blasco y J. García de Madariaga (2024). «Exploring the Power of Brand Extension in Museums. Insights from the Louvre Abu Dhabi». *Sage Open* 14, n.º 3.
3. Recuero, N., J. Aldás-Manzano, J. García de Madariaga y M.F. Blasco (2024). «Unveiling the Instagram effect: Decoding factors influencing visiting intentions of superstar Spanish museums». *Journal of Destination Marketing & Management* 33 (septiembre): 100881.
4. Nagore, C., J. Aldás-Manzano y R. Currás (2023). «Antecedents and consequences of brand tribes in sports organizations: the role of brand personality dimensions». *RBGN (Revista Brasileira de Gestao de Negócios)* 25, n.º 3 (julio-septiembre): 315-332.
5. Souiden, N., W. Chaouali, J. Aldás-Manzano y D. R. Jamali (2022). «Blame and culpability in explaining changes in perceptions of corporate social responsibility and credibility». *Business Ethics, the Environment & Responsibility* 31, n.º 2 (abril): 363-385.
6. Hernández, B., J. Aldás-Manzano e I. Ferreira (2022). «Relational cohesion between users and smart voice assistants». *Journal of Services Marketing* 36, n.º 5: 725-740.
7. Blasco, M.F., N. Recuero, J. Aldás-Manzano y J. García de Madariaga (2020): "Archaeological tourism: Looking for visitor loyalty drivers", *Journal of Heritage Tourism*, 15, n.º 1, pp. 60-75.
8. Fernández, L., A. Rubini, J.M. Soriano, J. Aldás-Manzano y J. Blesa (2020). «Anthropometric Assessment of Nepali Children Institutionalized in Orphanages». *Children* 7, n.º 11.
9. Blasco, M.F., N. Recuero, J. Aldás-Manzano y D. Cruz (2019): "Facebook's power: Factors influencing followers' visit intentions", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23, n.º 1, pp. 95-117.
10. Aldás-Manzano, J. (2017): "La heterogeneidad en el sistema universitario español", *Nueva revista de política, cultura y arte*, 163, (ejemplar dedicado a: Universidad 2018), pp. 39-58.

11. Alvarado, A., J.E. Bigné, J. Aldás-Manzano y R. Currás (2017): "A scale for measuring consumer perceptions of corporate social responsibility following the sustainable development paradigm", *Journal of Business Ethics*, 140(2), enero, pp. 243-262.
12. Martí, J., J. Bermejo y J. Aldás-Manzano (2017): "Product placement in video games: The effect of brand familiarity and repetition on consumers' memory", *Journal of Interactive Marketing*, 38, mayo, pp. 55-63.
13. Sánchez, A., J. Martí y J. Aldás-Manzano (2017): "The Effect of Age on Teachers' Intention to Use Educational Video Games: A TAM Approach", *The Electronic Journal of e-Learning (EJEL)*, 15(4), agosto, pp. 355-366.
14. Sánchez, J.M., J.E. Bigné y J. Aldás-Manzano (2017): "Blog influence and political activism: An emerging and integrative model", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21(2), septiembre, pp. 102-116.
15. Camps, J., V. Oltra, J. Aldás-Manzano, G. Buenaventura-Vera y F. Torres-Carballo (2016): "Individual Performance in Turbulent Environments: The Role of Organizational Learning Capability and Employee Flexibility", *Human Resource Management*, 55(3), mayo/junio, pp. 363-383.
16. Rodrigo-Cano, S., J.M. Soriano y J. Aldás-Manzano (2016): "Valoración de la efectividad de la educación alimentaria en niños preescolares, padres y educadores", *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética = Spanish Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 20(1), pp. 32-39.
17. Aldás-Manzano, J., J. Martí, C. Ruiz y L. Scribner (2015): "The role of attitudes and ethicality on branded video games (advergimes) acceptance", *Athens Journal of Business and Economics*, 1(1), enero, pp. 41-48.
18. Vergara, A.I., N. Alonso-Alberca, C. San-Juan, J. Aldás-Manzano y L. Vozmediano (2014): "Be water: Direct and indirect relations between perceived emotional intelligence and subjective well-being", *Australian Journal of Psychology*, 67(1), pp. 47-54.
19. Aldás-Manzano, J., L. Andreu y R. Currás (2013): "La responsabilidad social como creadora de valor de marca: El efecto moderador de la atribución de objetivos", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 22(1), enero-marzo, pp. 21-28.
20. Martí, J., J. Aldás-Manzano, R. Currás e I. Sánchez (2013): "Factors contributing brand attitude in advergimes: Entertainment and irritation", *Journal of Brand Management*, 20, abril, pp. 374-388.
21. Martí, J., J. Aldás-Manzano y R. Currás (2013): "Investigación sobre la eficacia de la publicidad en videojuegos: Estado de la cuestión", *aDResearch, ESIC Business and Marketing School*, 7, enero-junio, pp. 20-34.
22. Martí, J., S. Sanz, C. Ruiz y J. Aldás-Manzano (2013): "Key factors of teenagers' mobile advertising acceptance", *Industrial Management & Data Systems*, 113(5).
23. Vila, N., E. Amorós y J. Aldás-Manzano (2013): "Posicionamiento de marcas políticas a través de la web", *GCG: Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*, 7(1), enero-abril, pp. 16-29.

24. Bigné, J.E., R. Currás y J. Aldás-Manzano (2012): "Dual nature of cause-brand fit: Influence on corporate social responsibility consumer perception", *European Journal of Marketing*, 46(3/4), pp. 575-594.
25. Martí, J., J. Aldás-Manzano e I. Sánchez (2012): "Contenidos publicitarios generados por los consumidores y medios sociales: Análisis de los principales efectos sobre las comunicaciones de marketing actuales", *Revista Latinoamericana de Marketing*, 1(3), enero-junio, pp. 19-34.
26. Martí, J., Y. Cabrera y J. Aldás-Manzano (2012): "La publicidad actual: Retos y oportunidades", *Pensar la publicidad. Revista internacional de investigaciones publicitaria*, 6(2), pp. 55-72.
27. Aldás-Manzano, J., C. Lassala, C. Ruiz y S. Sanz (2011): "Análisis de los factores determinantes de la lealtad hacia los servicios bancarios online", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(1), pp. 26-39.
28. Aldás-Manzano, J., C. Lassala, C. Ruiz y S. Sanz (2011): "Internet Banking Loyalty: Evaluating the role of trust, satisfaction, perceived risk and frequency of use", *The Service Industries Journal*, 31(7), mayo, pp. 1165-1190.
29. Aldás-Manzano, J., R. Currás y S. Sanz (2011): "Online information quality as determinant of perceived risk reduction in e-commerce: An application to apparel virtual stores", *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 6(4), pp. 352-372. Andreu, L., J. Aldás-Manzano y A. Cervera (2011): "Perceived service quality in postgraduate studies: An integrated perspective in the IMBA program", *@TIC. Revista d'Innovació Educativa*, Universitat de València, 6, enero-junio.
30. Bigné, J.E., A. Alvarado, J. Aldás-Manzano y R. Currás (2011): "Efectos de la responsabilidad social corporativa percibida por el consumidor sobre el valor y la satisfacción con el servicio", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20(4), pp. 139-160.
31. Küster, I., N. Vila y J. Aldás-Manzano (2011): "Brand equity innovation: el uso de las nuevas tecnologías en el sector del vino para el incremento del valor de marca", *Distribución y consumo*, 21(116), marzo-abril, pp. 1-15.
32. Sancho, F.M., M. J. Miguel y J. Aldás-Manzano (2011): "Factors influencing youth alcohol consumption intention: An approach from consumer socialization theory", *Journal of Social Marketing*, 1(3), pp. 192-210.
33. Aldás-Manzano, J., R. Currás, C. Ruiz y S. Sanz (2010): "Factores determinantes de la lealtad en el comercio electrónico B2C: Aplicación a la compra de billetes de avión", *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 14(2), septiembre, pp. 113-142.
34. Andreu, L., J. Aldás-Manzano, J.E. Bigné y A. Mattila (2010): "An analysis of e-business adoption and its impact on relational quality in travel agency-supplier relationships", *Tourism Management*, 31(6), diciembre, pp. 777-787.
35. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, I. Küster y N. Vila (2010): "Mature market segmentation: A comparison of artificial neural networks and traditional methods", *Neural Computing & Applications*, 19(1), febrero, pp. 1-11.

36. Küster, I., J. Aldás-Manzano, C. Rodríguez y N. Vila (2010): "Diferencias crossculturales en el comportamiento de consumo de los jóvenes europeos", *Revista Innovar*, Universidad Nacional de Colombia, 20(37), mayo-agosto, pp. 163-178.
37. Martí, J., J. Aldás-Manzano, R. Currás e I. Sánchez (2010): "El emplazamiento de producto: conceptualización, nuevos formatos y efectos sobre el consumidor", *Teoría y Praxis*, Universidad de Quintana Roo, 8, pp. 113-136.
38. Aldás-Manzano, J., C. Lassala, C. Ruiz y S. Sanz (2009): "Key drivers of internet banking services use", *Online Information Review*, 33(4), pp. 672-695.
39. Aldás-Manzano, J., C. Lassala, C. Ruiz y S. Sanz (2009): "The role of consumer innovativeness and perceived risk in online banking usage", *International Journal of Bank Marketing*, 27(1), pp. 53-75.
40. Aldás-Manzano, J., C. Ruiz y S. Sanz (2009): "Exploring individual personality factors as drivers of M-shopping acceptance", *Industrial Management & Data Systems*, 109(6), pp. 739-757.
41. Bigné, J.E., A. Alvarado, L. Andreu, J. Aldás-Manzano y R. Currás (2009): "Influencia de la percepción de la dimensión económica de la RSE sobre la satisfacción y la lealtad del consumidor", *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 1, enero-abril, pp. 117-137.
42. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, C. Ruiz y S. Sanz (2009): "Compatibility's influence, the propensity to innovate and entertainment perceived in the decision to purchase using mobile phone", *Revista Portuguesa de Marketing*, 23, pp. 34-46.
43. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, L. Andreu y C. Ruiz (2009): "Business-to-Business e-commerce adoption and perceived benefits: Evidence from small and medium Spanish enterprises", *International Journal of Electronic Business*, 7(6), pp. 599-624.
44. Küster, I., N. Vila, C. Rodríguez y J. Aldás-Manzano (2009): "Efecto del patrocinio de la Copa América en las percepciones de Luis Vuitton: una perspectiva internacional", *Universia Business Review*, 22, pp. 40-55.
45. Küster, I., N. Vila, C. Rodríguez y J. Aldás-Manzano (2009): "The effect of matching brand-event on the brand remembering: The case of Louis Vuitton sponsorship of America's Cup", *Revista Portuguesa de Marketing*, 23, pp. 7-18.
46. Ruiz, C., S. Sanz y J. Aldás-Manzano (2009): "Drivers and barriers to online airline ticket purchasing", *Journal of Air Transport Management*, 15(6), noviembre, pp. 294-298.
47. Bigné, J.E., C. Ruiz, J. Aldás-Manzano y S. Sanz (2008): "Influence of online shopping information dependency and innovativeness on internet shopping adoption ", *Online Information Review*, 32(5), pp. 648-667.
48. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano y L. Andreu (2008): "B2B services: IT adoption in travel agency supply chains", *Journal of Services Marketing*, 22(6), pp. 454-464.
49. Royo, M., J. Aldás-Manzano, I. Küster y N. Vila (2008): "Adaptation of marketing activities to cultural and social context: gender role portrayals and sexism in Spanish commercials", *Sex Roles*, 58(5/6), pp. 379-390.

50. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, L. Andreu y C. Ruiz (2007): "La adopción del B2B en las pymes españolas: antecedentes y consecuencias", *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 11(2), pp. 117-133.
51. Royo, M., J. Aldás-Manzano, I. Küster y N. Vila (2007): "Gender role portrayals and sexism in Spanish magazines", *Equal Opportunities International*, 26(7), pp. 633-652.
52. Aldás-Manzano, J., I. Küster y N. Vila (2005): "Market orientation and innovation: An inter-relationship analysis", *European Journal of Innovation Management*, 8(4), pp. 437-452.
53. Royo, M., J. Aldás-Manzano, I. Küster y N. Vila (2005): "Roles de género y sexismo en la publicidad de las revistas españolas: un análisis de las tres últimas décadas del siglo XX", *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Navarra, XVIII(1), pp. 113-152.
54. Bigné, J.E., J. Aldás-Manzano, I. Küster y N. Vila (2002): "The concept mapping approach in marketing: An application in the travel agencies sector", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 5(2), pp. 87-95.
55. Miquel, S., E. M. Caplliure y J. Aldás-Manzano (2002): "The effect of personal involvement on the decision to buy store brands", *Journal of Product & Brand Management*, 11(1), pp. 6-18.
56. Redondo-Bellón, I., M. Royo y J. Aldás-Manzano (2001): "A family life cycle model adapted to the Spanish environment", *European Journal of Marketing*, 35(5/6), pp. 612-638.

WORKING PAPERS E INFORMES

1. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón e I. Zaera (2024). *La inserción laboral de los universitarios 2013-2023. Evolución, diferencias por estudios y brechas de género*. Bilbao: Fundación BBVA; València: Ivie.
2. Pérez, F., J. Aldás-Manzano (dirs.), R. Aragón e I. Zaera (2023). *Análisis de la inserción laboral de los universitarios. Diferencias entre titulaciones 2023*. Bilbao: Fundación BBVA; València: Ivie.
3. Maudos, J., J. Aldás-Manzano (dirs.), E. Benages e I. Zaera (2020): *39 Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP 2019: Impacto económico y valoración de los corredores*. València: Fundación Trinidad Alfonso, 59 pp. (Informe).
4. Maudos, J., J. Aldás-Manzano, E. Benages e I. Zaera (2019). *38 Maratón Trinidad Alfonso EDP 2018: Impacto económico y valoración de los corredores*. València: S. D. Correccaminos.
5. Aldás, J. y J. Maudos (dirs.), E. Benages, C. Mínguez e I. Zaera (2018): *37 Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP 2017: Impacto económico y valoración de los corredores*. València: Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP: Ivie, 58 pp.
6. Maudos, J., J. Aldás-Manzano, E. Benages e I. Zaera (2017). «Impacto económico del 36 Maratón Valencia Trinidad Alfonso 2016». informe para la Maratón Valencia Trinidad Alfonso.

7. Maudos, J., Aldás-Manzano, J., Benages, E. y Zaera, I. (2016). «Impacto económico del 35 Maratón Valencia Trinidad Alfonso 2015». informe para la Maratón Valencia Trinidad Alfonso.
8. Aldás-Manzano, J., J.M. Pastor y C. Peraita (2015): *La demanda de educación superior en Las Palmas: Expectativas, percepciones y resultados de los individuos, las familias y las empresas*. Las Palmas de Gran Canaria: Fundación Universitaria de Las Palmas.
9. Andreu, L. y J. Aldás (2008): "An analysis of e-business adoption and its impact on relationship quality in travel agencies' supply chains". UAM Marketing Research Seminar Series III. Universidad Autónoma de Madrid.
10. Aldás, J., C. Ruiz y S. Sanz (2008): "Assesing the TAM to predict m-shopping acceptance". UAM Marketing Research Seminar Series III. Universidad Autónoma de Madrid.
11. Royo, M., J. Aldás, I. Küster y N. Vila (2001): "Sexism and Gender Role Portrayals in Spanish TV Commercials". The Valencian Institute of Economic Research. WP-EC 01-10.
12. Vila, N., I. Küster y J. Aldás (2000): "Desarrollo y validación de escalas de medida en Marketing". Quaderns de Treball. Facultat d'Economia. Universitat de Valencia. Nº 104.
13. Aldás, J. Y E. Uriel (1999): "Equidad y eficacia del sistema español de becas y ayudas al estudio". The Valencian Institute of Economic Research. WP-EC 99-11.

ACTIVIDAD INVESTIGADORA

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

1. "Consumer behaviour Erasmus Network. Unión Europea: EU – Lifelong Learning Programme", 56089-LLP-1-2009-1-ES-ER. Universidad coordinadora: Universidad de León. Investigador principal UV: Joaquín Aldás. 2009-2011.
2. "Crecimiento y desarrollo en economías en proceso de globalización" Ministerio de Educación y Ciencia, Plan Nacional de Investigación, SEC2008-03813/ECON. 2009.
3. "Determinantes del éxito de una web como canal de venta de las pymes. Implicaciones para su diseño". Proyecto GV/2006/350. Oficina de Ciencia y Tecnología (Generalitat Valenciana). Investigador principal: Natalia Vila. 2006.
4. "Integración de las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos empresariales, creación de valor y competitividad de las empresas valencianas: una aplicación al sector turístico y del mueble". Proyecto GV/ 2006/374. Oficina de Ciencia y Tecnología (Generalitat Valenciana). Investigador principal: Luisa Andreu. 2006.
5. "Crecimiento y competitividad en economías avanzadas: capitalización, cambio estructural y cohesión social". Ministerio de Ciencia y Tecnología, Plan Nacional de Investigación, SEJ2005-02776, Investigador Principal: Francisco Pérez
6. "Análisis estratégico en la industria textil: aplicación de nuevas tecnologías". Proyecto CTIDA 2002/156. Oficina de Ciencia y Tecnología (Generalitat Valenciana). Investigador principal: Inés Küster.

7. "Análisis de los roles de género contenidos en la publicidad audiovisual y gráfica". Proyecto precompetitivo UV99-3405. Universitat de València. 2000.

CONVENIOS DE INVESTIGACIÓN

1. Formación y vida laboral en España. Fundación BBVA. IP: Joaquín Aldás, Lorenzo Serrano. 2024-.
2. U-Ranking 2024. Indicadores sintéticos de las universidades españolas. Fundación BBVA. IP: Joaquín Aldás, Francisco Pérez. 2024.
3. U-Ranking 2023. Indicadores sintéticos de las universidades españolas (2023). Fundación BBVA. 2023.
4. Informe sobre los instrumentos de programación y financiación plurianual de las universidades. CRUE. 2023.
5. U-Ranking 2022. Indicadores sintéticos de las universidades españolas. Fundación BBVA. 2022.
6. U-Ranking 2021. Indicadores sintéticos de las universidades españolas. Fundación BBVA. 2021.
7. El consumidor ante la crisis de la COVID-19: reacciones y tendencias. Impacto en el comercio y en el turismo. Fundación BBVA. 2020-2021.
8. La contribución socioeconómica de la Universidad de Castilla-La Mancha: efectos sobre el desarrollo territorial y el cambio de modelo productivo. Universidad de Castilla-La Mancha, 2020-2021.
9. U-Ranking 2020. Indicadores sintéticos de las universidades españolas. Fundación BBVA. 2020.
10. Patrones de consumo de los hogares españoles: evolución histórica (1973-2017) e impacto de la crisis de 2007. Fundación Ramón Areces. 2018-2019.
11. Asistencia a la AIReF en la evaluación de los trabajos sobre la eficiencia de las Universidades Públicas Andaluzas. AIReF. 2019-2020.
12. Universidades líderes en el mundo. El posicionamiento de España. Fundación BBVA. 2019-2020.
13. Impacto económico del 39 Maratón Trinidad Alfonso de València. S. D. Correcaminos. 2019-2020.
14. Impacto económico del 38 Maratón Trinidad Alfonso de València. S. D. Correcaminos. 2018-2019.
15. U-Ranking 2019. Indicadores sintéticos de las universidades españolas. Fundación BBVA. 2018-2019.
16. Estimación de la demanda potencial del Grado en Tecnología Digital y Multimedia para la Universidad Politécnica de Valencia. Universidad Politécnica de València. 2018.

17. Las contribuciones sociales y económicas de las universidades públicas valencianas. Un ejercicio de rendición de cuentas a la sociedad. Universidades públicas valencianas. 2018-2019.
18. U-Ranking 2018. Indicadores sintéticos de las universidades españolas. Fundación BBVA. 2018.
19. La contribución social y económica de las universidades españolas. CRUE y Conferencia de Consejos Sociales. 2017-2019.
20. La contribución socioeconómica de la Universidad de Córdoba. Universidad de Córdoba. 2017-2018.
21. Asistencia técnica para el diseño de un sistema iberoamericano de información de la educación superior y de una experiencia piloto en este ámbito. Secretaria General Iberoamericana 2017.
22. Impacto económico del 37.º Maratón Valencia Trinidad Alfonso EPD. Sociedad Deportiva Correcaminos de València. 2017.
23. Sistema de indicadores para la medición de la transferencia del conocimiento del Sistema Universitario Español. CRUE (Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas. 2017.
24. Estrategia de atracción de alumnos de grado y máster de la Universidad Politécnica de Valencia. Universitat Politècnica de València. 2016-2017.
25. Itinerarios de inserción laboral y factores determinantes de la empleabilidad: Formación universitaria vs. entorno. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Fundación BBVA. 2016-2017.
26. Estimación de la demanda potencial del grado en ciencia de datos para la UPV. Universitat Politècnica de València. 2016.
27. Impacto económico del 36.º Maratón Valencia Trinidad Alfonso EPD. Sociedad Deportiva Correcaminos de Valencia. 2016-2017.
28. La contribución socioeconómica de la Universidad de Valladolid. Universidad de Valladolid. 2016-2017.
29. Proyecto U-Ranking 2017: Indicadores de resultados de las universidades españolas. Fundación BBVA. 2017.
30. Determinantes de los resultados de las universidades españolas. Fundación BBVA. 2015-2016.
31. Estimación de la demanda potencial del grado en tecnologías interactivas en el Campus de Gandia de la Universitat Politècnica de València (UPV) 2015.
32. La demanda de educación superior en las palmas: expectativas, percepciones y resultados. Fundación Universitaria de Las Palmas. 2015.
33. Impacto económico del 35.º Maratón Valencia Trinidad Alfonso EPD. Sociedad Deportiva Correcaminos de Valencia. 2015.
34. Proyecto U-Ranking: Indicadores de Resultados de las Universidades Españolas". Fundación BBVA. 2011-2016.

35. "Estimación de la demanda potencial del Grado de Diseño y Tecnologías Creativas en la Universidad Politécnica de Valencia". UPV. 2014-2015.
36. "Plan Estratégico de la Fundación Bancaja". Fundación Bancaja. 2014.
37. "Reflexiones estratégicas sobre el futuro de Burjassot". Instituto Municipal de Cultura y Juventud de Burjassot-2013-2015.
38. "Impacto potencial en el GITSI de Gandia de la implantación de la especialidad de sonido e imagen en el campus de vera. UPV. 2012.
39. "Repercusión económica de la venta de viviendas a extranjeros". Instituto Valenciano de Exportación (IVEX) y Conselleria de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente. 2012.
40. "Rankings ISSUE 2014. Indicadores sintéticos de las Universidades Españolas". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2011-2014.
41. "Estimación de la demanda potencial del grado en ingeniería de la energía en la Universidad Politécnica de Valencia. UPV. 2011.
42. "Plan estratégico de la Universitat de València: análisis del entorno". Universitat de Valencia. 2011.
43. "Seguimiento y evaluación de las actividades de la Obra Social y Cultural de la CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2009-2010.
44. "Metodología de evaluación de la implantación de nuevos grados en la UPV". Universidad Politécnica de Valencia. 2009.
45. "Plan estratégico de la Obra Social de la CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2008.
46. "La demanda de servicios turísticos y su impacto en la Ciudad de Valencia: Situación actual y perspectivas de futuro. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2007-2008.
47. "Capital Social". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2007.
48. "Análisis de la notoriedad de la OSC de la CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2006.
49. "Estudio comparado del funcionamiento de la OSC y la Fundación CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2006.
50. "Encuesta de la notoriedad de la OBS de la CAM entre clientes y empleados". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2006.
51. "Diseño de planes y estrategias para el desarrollo del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en las titulaciones de la Universidad de Alicante". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2006.
52. "Seguimiento y Evaluación de las actividades de la Obra Social y Cultural de la CAM". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2005-2008.
53. Consumo de los hogares y distribución de la renta en España (1973-2003). Una perspectiva regional. Caixa Galicia. 2006-2007.

54. "Gasto de las Familias: Composición y desigualdad. Evolución temporal y comparación regional". Fundación Caixa Galicia, 2005-2006.
55. "Evaluación de las actividades de la Obra Social y Cultural de Bancaja". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2005-2006.
56. "Bases para la revisión del plan estratégico de la obra social de la CAM". Caja de Ahorros del Mediterráneo. 2003-2010.
57. "Bases para la revisión del plan estratégico de la obra social de Bancaja". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2003-2004.
58. "La demanda de servicios turísticos en la ciudad de Valencia y su impacto económico: situación actual y perspectivas de futuro". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2002-2008.
59. "Mecanismos y evaluación del Plan Estratégico de la Obra Social y Cultural de la CAM, 2001-2005". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2002.
60. "Plan estratégico de la Obra Social y Cultural de la CAM, 2001-2005". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2000.
61. "Viabilidad de la implantación de títulos propios situados entre la Formación Profesional de segundo grado y las Ingenierías Técnicas en la Universidad Politécnica de Valencia". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1999.
62. "Estudio del impacto socioeconómico y del análisis coste beneficio de las actuaciones del museo de las ciencias Príncipe Felipe". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1999.
63. "Informe de Evaluación Intermedia del Programa Operativo Feder de la Comunidad Valenciana". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1997.
64. "Impacto Económico del Aeropuerto de El Altet en su Entorno". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1996-1997.
65. "Proyecto Piloto Impact Mapping". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1996-1997.
66. "Cuentas de la Educación en España". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1994-1997.
67. "Capital Humano y Empleo". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1994-1995.
68. "Impacto Económico del Aeropuerto de Valencia en su Entorno". Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 1994-1995.

PARTICIPACIONES EN CONGRESOS Y WORKSHOPS

CONGRESOS NACIONALES

1. Participación en la presentación del libro *Lecturas de política y gestión universitaria* del que es coautore José Manuel Pastor. Organiza Universidades Españolas. Madrid, 9 de febrero de 2022.
2. Participante Mesa redonda. Jornada de debate Ivie – Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación sobre Hablamos de Europa ¿Qué Europa queremos?, Valencia, 24 de septiembre de 2019.
3. Ponencia Joaquín Aldás e Irene Zaera: “U-Ranking 2019: Metodología y principales resultados”. Seminario FBBVA – Ivie sobre Workshop sobre Sistemas de Información Universitaria: Rankings e Indicadores, Valencia, 4 de junio de 2019.
4. Ponencia de Joaquín Aldás: “El abandono en la educación superior. XVII Foro de Almagro 'La acreditación y la excelencia de los títulos universitarios’”. Universidad de Castilla-La Mancha, 7 de noviembre de 2019.
5. Joaquín Aldás participa en la mesa redonda: “Los ránquines como instrumentos para la mejora y dirección estratégica de las universidades españolas”. Jornada El desempeño de la Universidad Española, a debate. Organiza CRUE. Universidad de Almería, 15 de octubre de 2019.
6. Ponencia de Joaquín Aldás: “The Ivie report on U-Rankings”. EQUAMBI Meeting at the University of Valencia. Facultad de Derecho, 13 de junio de 2019.
7. Joaquín Aldás participa en las Jornadas SIACES. Jornadas Constituyentes del Sistema Iberoamericano de aseguramiento de la calidad en la educación (SIACES), organizadas por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB). Madrid, 4 de febrero de 2019.
8. Ponencia de Joaquín Aldás: Rankings en sistemas universitarios heterogéneos. *El caso español y U-Ranking. Los rankings como instrumento para la mejora y la dirección estratégica de las universidades*. València, 24 de noviembre de 2017.
9. Participación de Joaquín Aldás-Manzano en la mesa redonda “El compromiso social en la universidad española. ¿Qué no miden los rankings universitarios?”. *Seminario Universidad y sociedad: la respuesta a los grandes retos sociales*, Facultad de Filología-Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 10-11 de julio de 2017.
10. Ponencia de Joaquín Aldás, Nuria Recuero Virto, M^a Francisca Blasco López y Jesús García Madariaga: The impact of market oriented strategies in sustainable tourism of archaeological sites. *22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications*, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, 4 de mayo de 2017.
11. Ponencia de Joaquín Aldás: Sistema de información de la educación superior. *XV Pleno del Consejo Universitario Iberoamericano*, Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Tegucigalpa (Honduras), 27-28 de abril de 2017.
12. Ponencia de Joaquín Aldás: Indicadores sintéticos del sistema universitario español-URanking en SEIO 2016 - XXXVI Congreso Nacional de Estadística e Investigación Operativa. Toledo, 5 de septiembre de 2016.

13. Participación de Joaquín Aldás: Mesa Redonda Medición y valoración de la transferencia universitaria según los Ranking de referencia internacionales en Seminario La universidad española como motor de crecimiento y empleo. Madrid, 14 de julio de 2016.
14. Participación de Joaquín Aldás: Evaluando a las universidades españolas: Ranking ISSUE. XII Jornadas de Docencia sobre Economía Aplicada. Madrid, 26 de febrero de 2016.
15. Aldás, J. (2015). "Introducción a la modelización estructural basada en varianzas PLSPM". Madrid: Universidad Complutense de Madrid. (12 y 13 de noviembre).
16. Aldás, J. (2015). "Introducción a la modelización estructural con AMOS ". Vigo: Facultad de la Universidad de Vigo. (15 y 16 de octubre).
17. Aldás, J. (2015). "Introducción a la modelización estructural". Bilbao: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad del País Vasco. (9 de octubre).
18. Aldás, J. (2015). "El efecto de las tipologías de universidades en la construcción de rankings". Seminario Rankings y sistemas de información universitaria en España: estado de la cuestión y mejoras posibles. Valencia: Universitat de València-Ivie (22 de septiembre).
19. Aldás, J. (2015). "Modelización basada en PLS". Madrid: Millward-Brown (17-18 de junio).
20. Aldás, J. (2015). "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM)". Cáceres: Universidad de Extremadura (21-22 de mayo).
21. Aldás, J. (2015). "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM)". Valencia: Servicio de Formación Permanente e Innovación Educativa de la Universitat de València (del 4 al 25 de febrero).
22. Aldás, J. (2015). "Introducción a la modelización estructural basada en varianzas PLSPM". Granada: Universidad de Granada. (16 de enero).
23. Aldás, J. (2015). "Introducción a la estadística multivariante en investigación mediante SPSS. Un enfoque basado en el problema". Valencia: Servicio de Formación Permanente e Innovación Educativa de la Universitat de València (del 12 al 26 de enero)
24. Aldás, J. (2015). "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM) y varianzas PLSPM". Vitoria, Universidad del País Vasco (8 y 9 de enero).
25. Aldás, J. y R. Aragón (2014). "Presentación del ranking de universidades U-Ranking Issue. Especial referencia a la Universidad Pública de Navarra". Pamplona: Universidad Pública de Navarra (27 octubre).
26. Aldás, J. (2014). I Foro de Economía y Empresa Facultat d'Economia de la Universitat de València-Colegio de Economistas de Valencia. Mesa redonda Los retos del marketing en las empresas. Valencia: Facultat d'Economia de la Universitat de València (16 octubre).
27. Aldás, J. (2014). "Seminario: Introducción a la modelización estructural basada en varianzas (PLSPM)". Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor. Universidad de Granada (17 de enero).

28. Amorós, E., Vila, N. Y Aldás, J. (2013). "La innovación en las webs de los partidos políticos: efectos en sus usuarios". XXIII Jornada Hispano-Lusas de Gestión Científica. Málaga, 7-9 de febrero. CD de ponencias.
29. Martí, J., Sanz, S., Ruiz, C. y Aldás, J. (2012). Teenagers attitude toward mobile advertising: the role of irritation, entertainment and perceived usefulness. XXIV Congreso Nacional de Marketing. Palma de Mallorca, septiembre, CD de ponencias.
30. Sanz, S., Martí, J., Ruiz, C. y Aldás, J. (2011). Determinantes de la aceptación de la publicidad móvil: actitud hacia la publicidad, control, irritación y utilidad percibida. XXIII Congreso Nacional de Marketing. Castellón, septiembre, CD de ponencias.
31. Andreu, L., Cervera, A., Aldás, J., Cuello, G., Duart, J. I., Fayos, T., Frasset, M., Gargallo, F., García, A., Guillén, M., Iborra, M., Moreno, A.R., Pérez, C., Pla, J., Rivera, J. y Sánchez, I. (2011). "Innovación educativa en el iMBA-UVEG". II Trobades d'innovació educativa de la Universitat de València. Valencia.
32. Küster, I., Vila, N., Aldás, J. y Hernández, A. (2011). "¿Qué permite obtener un mayor rendimiento académico del estudiante universitario?" Estudio en una Facultad de Economía. XXI Congreso Nacional de ACEDE. Barcelona, Septiembre, CD de comunicaciones.
33. Vergara, A.I., Alonso, N., San Juan, C. y Aldás, J. (2011). "Inteligencia emocional percibida y bienestar subjetivo. Aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales". XII Congreso de Metodología de las Ciencias Sociales y de la Salud. Donostia, 19-22 de Julio.
34. Andreu, L., Cervera, A. y Aldás, J. (2011). "Integral measuring of perceived quality in postgraduate studies: An international academic experience". 2011 INTED Conference, Valencia, 7-9 de julio de 2011.
35. Cervera, A., Andreu, L. y Aldás, J. (2011). "Evaluación del postgrado internacional: análisis de las expectativas, importancia y percepción del estudiante". VII Foro sobre la Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior FECIES. Santander, 31 de mayo a 3 de junio de 2011.
36. Martí, J., Aldás, J. y Sánchez, I. (2011). "El nuevo consumidor en la era de los medios sociales: la figura del prosumidor y sus efectos en las comunicaciones de marketing actuales". XXV Congreso Nacional de AEDEM. Valencia, junio, CD de ponencias
37. Bigné, E., Hyder, A. y Aldás, J. (2011). "Combined online consumer-technology research. A new theoretical proposal grounded on clickstreams, EIPS & online surveys". XXV Congreso Nacional de AEDEM. Valencia, junio, CD de ponencias.
38. Martí, J., Aldás, J. y Currás, J. (2011). "Investigación de la eficacia de la publicidad en videojuegos: estado de la cuestión". XXV Congreso Nacional de AEDEM. Valencia, junio, CD de ponencias.
39. Aldás, J., Hernández, B., Ruiz, C. y Sanz, S. (2010). "Influencia de la cultura en el efecto del valor percibido sobre la lealtad hacia los servicios del móvil. El caso de España y Grecia". XXII Congreso Nacional de Marketing. Oviedo, septiembre, CD de ponencias.
40. Aldás, J., Andreu, L., Currás, R. y Mattila, A.S. (2010). "El efecto moderador de la atribución de responsabilidad social en el valor de marca". XXII Congreso Nacional de Marketing. Oviedo, septiembre, CD de ponencias.

41. Lluch, D., Cuadrado, M. Y Aldás, J. (2010). "Actitud hacia la descarga de música a través de Internet: un constructo formativo". XXII Congreso Nacional de Marketing. Oviedo, septiembre, CD de ponencias.
42. Aldás, J., Andreu, L. y Cervera, A. (2010). "Determinación de la calidad de servicio percibida en el ámbito del posgrado: una propuesta de medición integral en el caso del i-MBA". I Trobades d'innovació educativa, Universitat de València. Valencia 8-9 de julio de 2010.
43. Andreu, L., Cervera, A. y Aldás, J. (2010). "Análisis de la calidad de servicio docente en postgrados internacionales: una propuesta de medición integral". VII Foro sobre evaluación de la Calidad de la Educación Superior y de la Investigación. Murcia, 15-18 de junio.
44. Aldás, J., Ruiz, C. y Sanz, S. (2009). "Influencia de la confianza y el riesgo percibido en la compra de productos turísticos en Internet. Un estudio basado en modelos explicativos de actitudes. XXI Congreso Nacional de Marketing. Bilbao, septiembre, CD de ponencias.
45. Bigné, E., Currás, R., Alvarado, A. y Aldás, J. (2009). "Mejorando la relación con el consumidor a través de la responsabilidad social: una aplicación al sector servicios". XXI Congreso Nacional de Marketing. Bilbao, septiembre, CD de ponencias.
46. Bigné, J.E.; Aldás, J.; Ruiz, C. y Sanz, S. (2008): "Influencia de la compatibilidad, la propensión a innovar y el entretenimiento percibido en la decisión de compra a través del móvil". XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Gran Canaria, septiembre, CD de ponencias.
47. Küster, I., Vila, N., Rodríguez, C. y Aldás, J. (2008): "El efecto de la congruencia marca-acontecimiento sobre el recuerdo de marca. El caso del patrocinio de Louis Vuitton a la America's Cup". XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Gran Canaria, septiembre, CD de ponencias.
48. Bigné, J.E.; Alvarado, A.; Currás, R. y Aldás, J. (2008): "Influencia de las asociaciones de responsabilidad social corporativa en el valor percibido y en la satisfacción cognitiva y afectiva del consumidor". XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Gran Canaria, septiembre, CD de ponencias.
49. Aldás, J.; Miquel, M.J. y Sancho, F. (2008): "La intención de consumo de alcohol de los jóvenes en el marco de la teoría de la socialización del consumidor". XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Gran Canaria, septiembre, CD de ponencias.
50. Rodríguez, C.; Küster, I.; Vila, N. y Aldás, J. (2008): "Evaluation of the sponsorship strategy. Effect of the America's Cup on Louis Vuitton perception in Spain, France, Italy and Germany". XVIII Congreso Nacional de ACEDE. León, septiembre, CD de comunicaciones.
51. Aldás, J.; Miquel, M.J. y Sancho, F.M. (2007). "Influencia de la publicidad en la intención de consumo de alcohol de los jóvenes: implicaciones para gestores públicos y publicistas". XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Vigo, septiembre, CD de ponencias.
52. Aldás, J.; Bigné, J.E.; Ruiz, C. y Sanz, S. (2007). "Influencia de la innovatividad, actitud y dependencia hacia el medio, en la intención de compra futura a través de Internet". XIX

Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Vigo, septiembre, CD de ponencias.

53. Bigné, E.; Alvarado, A.; Aldás, J. y Andreu, L. (2007): "Desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial en el contexto del marketing de servicios turísticos: propuesta de una definición específica". XII Congreso de AECIT. Vila-Seca (Tarragona), diciembre.
54. Bigné, E.; Aldás, J. y Andreu, L. y Sánchez, I. (2007): "Antecedentes del e-business en la cadena de aprovisionamiento de las agencias de viaje: presiones del entorno versus calidad relacional". XII Congreso de AECIT. Vila-Seca (Tarragona), diciembre.
55. Bigné, J.E.; Aldás, J.; Andreu, L. (2005): "Efectos de la comunicación y aprovisionamiento electrónico en las relaciones interorganizativas: una aplicación a las agencias de viajes". XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Madrid septiembre, CD de ponencias.
56. Aldás, J.; Andreu, L. y Cuenca, A.C. (2005): "La utilización de Internet en la comunicación y aprovisionamiento de las agencias de viaje". XIX Congreso Nacional y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM. Vitoria, junio. Libro de ponencias, CD.
57. Bigné, J.E.; Aldás, J.; Andreu, L. y Ruiz, C. (2004): "Influencia de la adopción del B2B en los beneficios percibidos: análisis en las pymes españolas". XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Alicante septiembre, Libro de ponencias, pp. 815-820.
58. Aldás, J.; Vila, N. y Küster, I. (2004): "Estudio de la relación entre la orientación al mercado y la innovación en el sector textil". XVIII Congreso Nacional y XIV Congreso Hispano Francés de AEDEM. Orense, junio. Libro de ponencias, pp.147-153.
59. Aldás, J.; Vila, N. y Küster, I. (2004): "Los mayores: perfil de gasto en ocio en función del ciclo de vida familiar". VI Congreso de Turismo, Universidad y Empresa. Castellón, mayo.
60. Aldás, J.; Bigné, J.E.; Küster, I. y Vila, N. (2003): "El análisis cluster y el enfoque de redes neuronales en la segmentación del mercado de tercera edad: comparación de técnicas". XIII Congreso Nacional de ACEDE. Salamanca, septiembre, CD de comunicaciones.
61. Aldás, J.; Illueca, M. y Pérez, F. (2003): "El impacto económico del turismo en la ciudad de Valencia". Jornadas Valencia ciudad abierta al turismo. Valencia, septiembre.
62. Aldás, J.; Küster, I., Vila, N. y Andreu, L. (2003): "Orientación al mercado de innovación: análisis de su relación en el sector textil". XV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Córdoba, septiembre, Libro de ponencias, pp. 63-69.
63. Royo, M.; Aldás, J.; Küster, I. y Vila, N. (2001): "Diferencias de rol y nivel de sexismo entre mujeres y hombres en la publicidad: análisis de las revistas españolas durante las tres últimas décadas". XIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Málaga, septiembre, Libro de ponencias, pp. 177-189.
64. Aldás, J.; Küster, I. y Vila, N. (2001): "El efecto de la composición del hogar sobre el gasto en ocio del mercado de tercera edad". XI Congreso Nacional de ACEDE. Zaragoza, septiembre, CD de comunicaciones.
65. Aldás, J.; Vila, N. y Küster, I. (2001): "Caracterización sociodemográfica del mercado de tercera edad en España". XV Congreso Nacional y XI Congreso Hispano Francés de AEDEM. Las Palmas de Gran Canaria, junio. CD-Rom de ponencias.

66. Bigné, J.E.; Vila, N.; Aldás, J. y Küster, I. (2000): "El análisis de grupos en la industria del automóvil: una aplicación del ratio de movilidad en la comparación de métodos alternativos". X Congreso Nacional de ACEDE. Oviedo, septiembre. CD de comunicaciones.
67. Aldás, J. y Küster, I.; Torán, F. y Vila, N. (2000): "Vigencia de la clase social como variable de segmentación de mercados: aplicaciones al gasto de los hogares en bienes de consumo duradero". XII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Santiago de Compostela, septiembre. Libro de ponencias, pp. 21-38.
68. Bigné, J.E.; Vila, N.; Aldás, J. y Küster, I. (2000): "Estableciendo los determinantes de la fidelidad del cliente: El concept mapping". XII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Santiago de Compostela, septiembre.
69. Küster, I.; Aldás, J.; Torán, F.; Vila, N. (2000): "El marketing de relaciones en el contexto de la venta personal". XIV Congreso Nacional y X Congreso Hispano Francés de AEDEM. Jaén, junio. CD-Rom de ponencias.
70. Bigné, J.E.; Illueca, M. y Aldás, J. (1999): "Un procedimiento alternativo para el estudio del método empleado por las empresas en la determinación de su presupuesto publicitario: el caso de España y Portugal". IX Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica. Universidad de Sevilla. Huelva, febrero. Libro de Ponencias, pp. 127-136.
71. Bigné, J.E. y Aldás, J. (1999): "Evaluación de los modelos de duplicación de audiencias en la planificación de medios publicitarios impresos". XI Encuentros de Profesores de Marketing. Valladolid, octubre. Libro de ponencias, pp. 261-276.
72. Royo, M. y Aldás, J. (1999): "Influencia de las Expresiones Emocionales Contenidas en los Anuncios Sobre la Eficacia Publicitaria". 88º Seminario Aedemo y IV Seminario Aedemo-AEA sobre Eficacia Publicitaria. Madrid, mayo. Libro de ponencias, pp. 289-309.
73. Aldás, J.; Bigné, J.E. y Díaz, C. (1998): "Clarificar los impactos de los programas a favor de las estrategias de desarrollo territorial en cooperación". XXIV Reunión de Estudios Regionales. Universidad de Zaragoza. Zaragoza, octubre. Libro de Ponencias (CD-ROM). Royo, M. y Aldás, J. (1998): "Los efectos de la expresión emocional sobre el recuerdo y la actitud hacia los anuncios en televisión". X Encuentros de Profesores de Marketing. Santander, septiembre. Libro de ponencias, pp. 99-104.
74. Aldás, J. (1998): "Problemas metodológicos de la evaluación de los modelos de exposición: especial referencia al caso español". II Seminario de Planificación de Medios Publicitarios. Universitat Jaume I. Benicàssim (Castellón). Libro de Ponencias, pp. 91-107.
75. Miquel, S.; Royo, M.; Cuenca, A.C.; Miquel, M.J. y Aldás, J. (1997): "La capacidad predictiva de los modelos de ciclo de vida familiar frente a variables socioeconómicas". IX Encuentros de Profesores de Marketing. Murcia, septiembre. Publicado en Revista Española de Investigación en Marketing, Nº 1, septiembre, pp. 113-125.
76. Miquel, S.; Aldás, J.; Caplliure, E. y Royo, M. (1997): "La medición del nivel de renta de los hogares en la investigación de mercados: ¿son válidas las preguntas indirectas". XI Congreso Nacional y VII Congreso Hispano Francés de AEDEM. Lérida, junio. Libro de Ponencias, pp. 437-447.

77. Bigné, J. E. y Aldás, J. (1996): "Objetivos y satisfacción alcanzada en los patrocinios: algunas evidencias empíricas". X Congreso Nacional y VI Congreso Hispano Francés de AEDEM. Granada, junio. Libro de Ponencias, pp. 695-706.
78. Bigné, J.E. y Aldás, J. (1996): "La evaluación de la eficacia del patrocinio". 74º Seminario de Aedemo y 1º seminario Aedemo-AEA de medición de la eficacia de la comunicación y la acción comercial. Vitoria, mayo. Libro de Ponencias, pp. 201-221.
79. Parra, F.; Miquel, S. y Aldás, J. (1995): "La Franquicia desde el Punto de Vista del Franquiciador: Una Aproximación Multivariable". VII Encuentro de Profesores de Marketing. Barcelona, septiembre. Libro de Ponencias, pp.
80. Miquel, M.J.; Caplliure, E. y Aldás, J. (1995): "Estudio Comparativo de la Imagen Percibida de las Cadenas de Electrodomésticos de la Comunidad Valenciana". VII Encuentro de Profesores de Marketing. Barcelona, septiembre. Libro de Ponencias, pp.

CONGRESOS INTERNACIONALES

1. Ponencia de Joaquín Aldás, J. Martí y E. Méndez: Effectiveness of educational video games in knowledge acquisition: an experimental design. *WCLTA-2017 - 8th World Conference on Learning, Teaching and Educational Leadership*, Universidade Aberta. Lisboa, 26-28 de octubre de 2017.
2. Ponencia de Joaquín Aldás, Nuria Recuero Virto, M^a Francisca Blasco López y Jesús García Madariaga: The impact of market oriented strategies in sustainable tourism of archaeological sites. *22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications*, Universidad de Zaragoza. Zaragoza, 4 de mayo de 2017.
3. Ponencia de Joaquín Aldás: Sistema de información de la educación superior. *XV Pleno del Consejo Universitario Iberoamericano*, Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Tegucigalpa (Honduras), 27-28 de abril de 2017.
4. Participación de Joaquín Aldás: XV Pleno del Consejo Universitario Iberoamericano. Tegucigalpa, Honduras, 27 y 28 de abril de 2017.
5. Aldás, J. (2015). Ponencia en el 10th Global Brand Conference. Turku (Finlandia), 27-29 de abril.
6. Aldás, J., Martí, J., Mafé, C. y Scribner, L. (2014). "The role of attitudes and ethicality on branded video games (advergaming) acceptance". 12th Annual International Conference on Management & Marketing, 30 Junio – 3 Julio, Atenas, Grecia.
7. Alvarado, A., Aldás, J. y Currás, R. (2014). "Development of a measurement scale of a consumer's perception of Corporate Social Responsibility in terms of a sustainability-centered rationality (csrconsperscale)". 2014 European Marketing Academy Conference, 3-6 junio, Valencia, España.
8. Aldás, J. (2014). "Introduction to Structural Equation Modelling. Applied Quantitative Methods Network (AQMeN)". Edinburg (Reino Unido): University of Edinburg (19-21 de marzo).
9. Aldás, J. (2014). "Structural Equation Modelling in Marketing and Management Research". Adam Smith Business School. University of Glasgow (27-29 de enero).

10. Bigné, E., Aldás, J. y Hyder, A. (2011). "The role of travel destination pictures and consumer choice when engaging consumers on online travel destination web sites". Academy of Marketing Conference, 5-7 de julio, Liverpool, UK.
11. Aldás, J., Bigné, E., Kuster, I. y Vila, N. (2011). "Websites that sell: consumer perceptions and attitudes". Academy of Marketing Conference, 5-7 de julio, Liverpool, UK.
12. Vergara, A. I., Alonso, N., San Juan, C. y Aldás, J. (2011). "Perceived emotional intelligence and subjective well-being: A structural equation model for a better understanding". III International Congress of Emotional Intelligence, 8-10 de Septiembre, Opatija, Croacia.
13. Bigné, J.E., Ruiz, C., Sanz, S. y Aldás, J. (2010). "Why some Internet users don't buy air tickets online". 17th International Conference on Information Technology and Travel & Tourism, Università della Svizzera italiana, Lugano, Suiza.
14. Sánchez, J., Bigné, E. y Aldás, J. (2010). "Internet interaction and political behavior: An approach to blogs as adoption channels for participatory political roles". 39th EMAC Conference, Junio, Copenhagen, Dinamarca.
15. Bigné, E., Aldás, J. y Hyder, A. (2010). "Engagement with shopping web sites and the influence of online shopping behaviour". 17th International Product Development Management Conference IPDM, 13-15 de Junio, Murcia.
16. Bigné, E., Aldás, J. y Hyder, A. (2010). "Web site engagement: The influence of online comparative behaviour". INFORMS Marketing Science Conference, 17-19 Junio, Colonia, Alemania.
- Andreu, L., Mattila, A., Beckmann, S.C. y Aldás, J. (2010). "Effects of Message Appeal on Corporate Social Responsibility initiatives". 19th Annual Frontiers in Service Conference, 10-13 de junio, Karlstad, Suecia.
17. Andreu, L., Mattila, A., Beckmann, S.C. y Aldás, J. (2010). "Effects of Message Appeal on Corporate Social Responsibility initiatives". 19th Annual Frontiers in Service Conference, 10-13 de junio, Karlstad, Suecia.
18. Andreu, L., Mattila, A. y Aldás, J. (2010). "Consumers' awareness of CSR service-based initiatives: emotional or rational appeals?". 9th ICORIA Conference, European Advertising Academy, 25-26 de junio, Madrid, España.
19. Andreu, L.; Aldás, J.; Bigné, E. y Mattila, A.S. (2008). "An examination of environmental pressures and relationship quality in influencing the adoption of e-business in the context of Spanish travel agencies". 37th EMAC Conference, Brighton, UK.
20. G.; Bigné, E. y Aldás, J. (2008). "The impact of collaboration with service providers on customer satisfaction in the furniture sector". 37th EMAC Conference, Brighton, UK.
21. Aldás, J.; Andreu, L.; Cuenca, A.C.; Navarro, J. y Ruiz, C. (2008). "How Household Life-Cycle and Psychographics Influence Experiential Decision Making: An Empirical Research in Experience and Search Goods". 15th International Conference in Recent Advances in Retailing and Services Sciences, Zagreb, Croacia.

22. Sancho, F., Miquel, M.J. y Aldás, J. (2008). "The influence of socialization agents on consumption intention of young people. Management International Conference, Barcelona, Spain.
23. Aldás, J.; Bachmann, F.; Casarin F.; Cerchiello P.; Dalli, D.; Ganassali, S.; Gianelloni J.L.; Hennings, N.; Küster, I.; Moscarola, J.; Rodríguez, C.; Siebels, A.; Vila, N.; y Zuccella, A. (2008). "Sponsorship Effects on Brand Image within a European Context. The America's Cup and Luis Vuitton Case". AMS Cultural Perspectives in Marketing Conference, Nueva Orleans, Estados Unidos.
24. Aldás, J.; Bachmann, F.; Dalli, D.; Hennings, N.; Küster, I.; Moscarola, J.; Vila, N.; y Zuccella, A. (2008). "Cross-National Differences in Customer Evaluation of Sponsor-Event Association". 7th International Congress of Marketing Trends, Venecia, Italia.
25. Aldás, J.; Canales, P.; Currás, R.; Kuster, I.; Sanz, S.; Vila, N. y Blesa, A. (2007). "Successful SME website design through focus groups points of view". 36th EMAC Conference, Reykjavik, Islandia.
26. Andreu, L.; Aldás, J.; Bigné, E.; Montesinos, M.A. (2006). "Supply chain relationships in travel agencies through e-business". 35th EMAC Conference, Atenas, Grecia. Andreu, L.; Aldás, J.; Bigné, J.E. y Ruiz, C. (2005). "Internet B2B adoption and perceived benefits in SME's ". 34th EMAC Conference, Milán, Italia.
27. Royo, M.; Aldás, J.; Küster, I. y Vila, N. (2002): "Advertising as mirror of cultural gender of the nation and social change: gender role and sexism portrayals in Spanish commercials". AMS 2002 Multicultural Conference, Valencia, junio.
28. Royo, M.; Aldás, J.; Küster, I. y Vila, N. (2001): "Perspectives on male and female portrayals in magazine advertising: a longitudinal study in Spain during the last three decades". Academy of Marketing Conference 2001. Cardiff, julio. CD-Rom de ponencias.
29. Bigné, J.E.; Küster, I.; Aldás, J. y Vila, N. (2000): "The concept mapping approach as a tool to establish the determinants of customer's toys loyalty". Academy of Marketing Conference 2000. Derby, julio. Libro de ponencias, pp. 184-191.
30. Royo, M. y Aldás, J. (1997): "An alternative scale for the Classification of Households by Level of Income". 22nd. IAREP Conference. Valencia, septiembre. Libro de ponencias, pp. 503-518.
31. Bigné, J.E. y Aldás, J. (1996): "Impact Mapping as a tool to evaluate Public Programmes: the case of ERDF investments in the Valencian Region". European Conference on Evaluation Methods for Structural Funds Interventions. Berlín, diciembre, Summaries of the Presentations and Debates, p. 35.

CURSOS Y SEMINARIOS IMPARTIDOS

1. Seminario "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM) y varianzas PLSPM" (15 horas). Universidad del País Vasco, Vitoria, 8-9 de enero de 2015.
2. Seminario "Introducción a la modelización estructural basada en varianzas PLSPM" (10 horas). Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Madrid, 9 de diciembre de 2014.
3. Seminario "Análisis para la definición de estrategias en entidades territoriales" (3 horas), Universitat d'Estiu de Gandia, 28 de julio de 2014.
4. Seminario "Introduction to Structural Equation Modelling" (15 horas). Applied Quantitative Methods Network-AQMeN, University of Edinburgh, Edinburgh (UK), 19-21 de marzo de 2014.
5. Seminario "Introducción a la modelización estructural y modelos multimuestra" (20 horas). Universidad del País Vasco, Bilbao, 20 y 21 de enero de 2013.
6. Seminario "Introducción a la modelización estructural y modelos multimuestra" (20 horas). Universidad de Vigo, Vigo, 10 y 11 de diciembre de 2012.
7. Seminario "Introducción a la modelización estructural y modelos multimuestra" (20 horas). Universidad del País Vasco, Vitoria, 3 y 4 de diciembre de 2012.
8. Seminario "Técnicas Multivariantes de Análisis de Datos" (15 horas). CEGEA, Universitat Politècnica de València. 23 de noviembre, 11 de diciembre y 17 de diciembre de 2012.
9. Seminario "Introducción a la modelización estructural y modelos multimuestra" (20 horas). Universidad Miguel Hernández, Elche, 4, 6 y 28 de junio de 2012.
10. Seminario "Introducción a la modelización estructural" (16 horas). Universidad Miguel Hernández, Elche, 4 y 6 de junio de 2012.
11. Seminario "The role of Confirmatory Tetrad Analysis in the formative vs. reflective latent constructs debate" incluido en el Máster en Investigación en Economía de la Empresa. Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 27 de febrero de 2012.
12. Seminario "Introduction to Structural Equation Modelling". Adam Smith Research Foundation Events. University of Glasgow, Glasgow, UK, 13-14 de septiembre de 2011.
13. Seminario "Introduction to Variance Based Structural Equation Modelling (Partial Least Squares Path Modelling)". Adam Smith Research Foundation Events. University of Glasgow, Glasgow, UK, 14 de julio de 2011.
14. Seminario "Introduction to Structural Equation Modelling". Adam Smith Research Foundation Events. University of Glasgow, Glasgow, UK, 13-14 de junio de 2011.
15. Seminario "Deciding between the formative or reflective nature of latent variables in SEM. The role of Confirmatory Tetrad Analysis (CTA)". Department of Management, University of Glasgow, Glasgow, UK, 13-14 de junio de 2011.
16. Seminario "Introducción a la modelización estructural basada en covarianzas (SEM) y en varianzas (PLSPM)" (20 horas), Universitat Rovira i Virgili, Institut de Ciències de l'Educació, Tarragona, 22-23 de marzo de 2011.

17. Seminario "Introducción a las técnicas multivariantes de análisis de datos en la investigación" (30 horas). Universidad Nacional de Rosario, Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, Rosario, Argentina, 14-18 de marzo de 2011.
18. Seminario "Diseño de la investigación científica y análisis estadísticos aplicados en el ámbito de la empresa" (12 horas). Universidad Miguel Hernández de Elche, 25 enero y 1 de febrero de 2011.
19. Seminario "Introducción a la modelización estructural" (16 horas). Universidad de Extremadura, Servicio de Orientación y Formación Docente, Badajoz, 13-16 de diciembre de 2010.
20. Seminario "Introducción a la modelización estructural" (16 horas). Universidad de Extremadura, Servicio de Orientación y Formación Docente, Cáceres, 15-18 de noviembre de 2010.
21. Seminario "Introducción a la modelización estructural con SEM y PLS" (25 horas), Universidad del País Vasco, Facultad de Psicología, San Sebastián, 7-9 de septiembre de 2010.
22. Seminario "Situaciones multimuestra en análisis factorial confirmatorio y ecuaciones estructurales: aplicaciones con EQS y SmartPLS" (10 horas), Universidad Miguel Hernández, Elche, 28 de junio de 2010.
23. Seminario "Modelización Estructural". (20 horas). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad del País Vasco, Vitoria, 12-13 de abril de 2010.
24. Seminario "Análisis Multigrupo en Modelización Estructural". (8 horas). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Castilla-La Mancha, Albacete, 5 de abril de 2010.
25. Seminario "Modelización estructural con SEM y PLS". (20 horas). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Miguel Hernández, Elche, 24-25 de marzo de 2010.
26. Seminario "Técnicas de Investigación Avanzadas". (25 horas). Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad de Castilla-La Mancha, Master Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa, Toledo, 1-5 de marzo de 2010.
27. Seminario "Modelización estructural con SEM y PLS". (5 horas). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alcalá, Organizado por AEMARK, Alcalá de Henares, 11 de febrero de 2010.
28. Seminario "Modelización estructural mediante PLS: puntos fuertes y débiles de una herramienta emergente" (4 horas). Universidad de Murcia, Murcia, 30 de octubre de 2009.
29. Seminario "Modelización estructural con SEM y PLS". (25 horas). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, Badajoz, 21-25 de septiembre de 2009.
30. Seminario "Modelización estructural con SEM y PLS". Seminario permanente de apoyo metodológico para las tesis de Ciencias Sociales y Humanidades (20 horas). Universidad del País Vasco, Vitoria (Álava), 17-19 de junio de 2009.

31. Curso de Actividades Formativas para el Profesorado. "Introducción a las técnicas multivariantes de análisis de datos en la docencia" (20 horas). Universitat de València, Servei de Formació Permanent. 19, 21 y 26 de Enero y 2 y 6 de Febrero de 2008.
32. Seminario "Modelo de Ecuaciones Estructurales" (20 horas). Universidad de Mondragón, Facultad de Ciencias Empresariales, Oñati (Guipúzcoa), 20 de octubre y 10 de noviembre de 2008.
33. Seminario "Metodología cuantitativa: modelos de ecuaciones estructurales" (14 horas). Universidad Rey Juan Carlos, Departamento de Economía de la Empresa, Madrid, 11 y 12 de junio de 2008.
34. Seminario Investigación Cuantitativa. Sesión "Introducción a la regresión mediante mínimos cuadrados parciales (PLS) como enfoque alternativo a los modelos de estructuras de covarianzas" (15 horas). Universidad de Zaragoza. Fundación Empresa Universidad. Zaragoza, 13 de mayo de 2008.
35. Seminario "Análisis de datos avanzados" (12 horas). Universidad de Castilla La-Mancha, Albacete, 4 y 5 de febrero de 2008.
36. Seminario "Partial Least Squares". Universitat Jaume I, Castellón. 7 de noviembre de 2007.
37. Profesor del "International Master in Business Administration". Universitat de València, University of Westminster, Hochschule Bremen y Euromed Marseille. Materia: International Marketing Research. Cursos 2004-2005 y 2005-2006.
38. Profesor del "Curso de Especialización en Gestión y Dirección Comercial de Cooperativas y PYMEs. Materia: Promoción de Ventas. Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de Administración y Dirección de Empresas. Campus de Lugo. Abril 2003.
39. Profesor del "Master en Marketing". Universitat de València-ADEIT y Cámara de Comercio. Ediciones 1ª a 4ª (actualidad). Materias: investigación de mercados, promoción comercial y relaciones públicas.
40. Profesor en el I Master en Comercio Electrónico. Materia: el cliente del comercio electrónico. Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. 2001.
41. Profesor del Curso sobre formación de técnicos en análisis estadístico mediante SPSS". Materia: Técnicas cuantitativas aplicadas a la investigación de mercados. Asociación para la Investigación del Mueble y Afines y Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. 2001.
42. Profesor del Curso sobre formación de técnicos en análisis estadístico mediante SPSS". Materia: Técnicas cuantitativas aplicadas a la investigación de mercados. Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana y Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. 2001.
43. Profesor del título propio de la Universitat de València "Técnicos Universitarios en Ventas y Técnicas Comerciales. Módulo: Promoción Comercial. Universitat de València y Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. Curso 2000-2001 y 2001-2002.

44. Profesor en el Seminario sobre Técnicas de Investigación Comercial. Materia: desarrollo y validación de escalas. Universidad de Málaga. 2000.
45. Profesor del Curso sobre Introducción a las técnicas estadísticas multivariantes mediante SPSS. Materia: Técnicas cuantitativas aplicadas a la investigación de mercados. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2000.
46. Profesor en el I Curso de Auditoría Tecnológica. Materia: metodología de análisis y valoración de datos. Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. 1998.
47. Profesor en el Curso de Investigación de Mercados. Materia: Técnicas cuantitativas aplicadas a la investigación de mercados. Fundación Universitat Empresa ADEIT. Universitat de València. Desde la X (1988) edición hasta la actualidad.

OTROS MÉRITOS

TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS

- Alvarado, A. (2008). Responsabilidad social empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista. Codirigida con el Dr. Enrique Bigné.
- Maldonado, G. (2008). El impacto de la flexibilidad de la logística y la capacidad directiva en la industria del mueble de España. Codirigida con el Dr. Enrique Bigné.

TESIS DE MASTER Y TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDOS

- Yuezzer, M. (2009). The influence of service recovery on customer's satisfaction and loyalty: an application of business travelers and hotel guests. Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: Sobresaliente.
- Manning, M. (2009). The determinants of brand awareness within sports sponsorship. Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: Sobresaliente.
- Ruder, S.M. (2009). An investigation into the effectiveness of sports sponsorship on consumers. Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: Sobresaliente.
- Soyak, S. (2008). ePhilanthropy: the impact of the Internet and on line communities in achieving social change.
- Essel, A. (2008). A descriptive analysis of Valencia as Image destination. Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: Aprobado.
- Martí Parreño, J. (2008). Emplazamientos periféricos creativos de marcas nuevas para el consumidor en videojuegos: efectos sobre la memoria (explícita e implícita) y las actitudes (elección de marca). Trabajo de investigación de doctorado. Calificación: Sobresaliente.

- Martí Parreño, J. (2007). Los advergames como herramienta publicitaria: determinantes de la actitud de los consumidores. Trabajo de investigación de doctorado. Calificación: Sobresaliente.
- Ozguc, U. (2006). Measuring perceived service quality in a health tourism institution: the dome spa". Tesis de Master. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: sobresaliente.
- Willard, K. (2006). Analysis of developing Banten, the Gateway to Indonesia, as MICE destination as an alternative to invigorate Banten Tourism Industry. International Master in Business Administration. Universitat de València. Facultat d'Economia. Calificación: sobresaliente.

MIEMBRO DE TRIBUNALES DE TESIS DOCTORAL

- Porcu, L. (2014). Desarrollo y Validación de una escala de medida de la comunicación integrada corporativa. Modelización de sus antecedentes y consecuentes en el sector turístico. Universidad de Granada. Granada
- Aragonés Jericó, C. (2013). La transferencia entre un gran evento deportivo y la marca patrocinadora: la visión del visitante deportivo. Universitat de València. Valencia
- Sancho Esper, F. (2013). Reacción de las empresas establecidas ante la entrada al mercado: análisis de los costes y la inversión publicitaria en el sector aéreo doméstico 2000-2009. Universidad de Alicante. Alicante
- Escamilla Santana, M. A. (2012). La formación en ventas dos enfoques distintos: una visión estratégica (dirección) y otra operativa (vendedores). Universitat de València, Valencia.
- Belanche Gracia, D. (2012). Nuevos retos de la administración pública centrada en los ciudadanos: adopción y uso de servicios públicos con base tecnológica. Universidad de Zaragoza, Zaragoza
- Hyder Espiñeira, A. (2011). Proposal of a web site engagement scale and research model. Analysis of the influence of intra web site comparative behaviour. Universitat de València. Valencia
- Lleó de Nalda, A. (2011). Estudio de la influencia de los antecedentes de la confianza organizativa del modelo de Mayer et al (1995) en las relaciones directivo subordinado. Universitat Politècnica de València. Valencia
- Cordente Rodríguez, M. (2011). Competitividad e imagen en destinos de turismo cultural: un análisis longitudinal. Universidad de Castilla-La Mancha. Cuenca
- Blázquez Resino, J.J. (2010). Determinación y análisis de un modelo de lealtad hacia el destino turístico: Aplicación de la nueva lógica dominante del servicio. Universidad de Castilla-La Mancha. Toledo
- Tortosa Edo, V. (2010). La orientación al mercado interno y su influencia en el ámbito interno y externo organizativo: una aplicación en los centros hospitalarios. Universitat Jaume I. Castellón
- Estrada Guillén, M. (2009). La implicación y la versión del anuncio como variables moderadoras de la actitud ante el anuncio en las personas mayores. Universitat Jaume I. Castellón

- Bañón Gomis, A. (2008). Compromiso organizativo y ética. Revisión teórica y empírica del modelo de Allen y Meyer. Universitat de València. Valencia
- Dolz Dolz, C. (2007). El proceso de integración y la exploración y la explotación de conocimiento en las fusiones y adquisiciones. Universitat de València. Valencia
- Ruiz Moreno, M.F. (2007). Rivalidad a través de un enfoque de variaciones conjeturales: evidencias en la banca española. Universidad de Alicante. Alicante
- Riu Vila, D. (2006). La relación entre inversión publicitaria y la notoriedad de marca en productos de gran consumo. Universitat Ramon Llull-Esade. Barcelona
- Guinalú Blasco, M. (2005). La gestión de la confianza en Internet, un factor clave para el desarrollo de la economía digital. Universidad de Zaragoza, Zaragoza
- Sellers Rubio, R. (2005). Productividad y eficiencia en la distribución comercial minorista española. Universidad de Alicante. Alicante
- Marín Sánchez, C. (2004). El origen doméstico de los productos como ventaja competitiva: la etnocentricidad del consumidor. Universitat de València. Valencia.

PERTENENCIA A ASOCIACIONES NACIONALES

- Miembro de la Asociación Española de Profesores de Marketing (AEMARK) desde 2006
- Miembro de la Asociación Española de Dirección y Economía de la empresa (AEDEM) desde 1996

PERTENENCIA A ASOCIACIONES INTERNACIONALES

- Miembro de la Academy of Marketing desde 2000
- Miembro de la American Academy of Advertising desde 1998
- Miembro de la Academy of Marketing Science desde 1995