

PROGRAMA GENERAL BREVE

MIÉRCOLES, 8 DE SEPTIEMBRE DE 2021 / WEDNESDAY, SEPTEMBER 8TH, 2021

HORARIO Y SALAS / SCHEDULE AND ROOMS	PALACIO DE JABALQUINTO – AULA 2
09:30H-09:45H	RECEPCIÓN E INICIO DEL DOCTORAL COLLOQUIUM/RECEPTION AND BEGINNING OF THE DOCTORAL COLLOQUIUM
09:45H-13:45H	SESIONES DE DOCTORAL COLLOQUIUM / DOCTORAL COLLOQUIUM SESSIONS
16:00H-18:30H	REGISTRO DE ASISTENTES /ATTENDEE REGISTRATION
18:30H-19:30H	INAUGURACIÓN / OPENNING CEREMONY (RUINAS DE SAN FRANCISCO)
19:30-20:45H	VISITA GUIADA A BAEZA / GUIDED TOUR OF BAEZA
20:45H	CÓCTEL-CENA DE BIENVENIDA EN EL CASTILLO DE CANENA (DESPLAZAMIENTO EN AUTOBÚS) /WELCOME COCKTAIL-DINNER IN THE CASTLE OF CANENA (BUS JOURNEY)
16:00H-18:30H	HORARIO DE SECRETARÍA DEL CONGRESO / CONFERENCE OFFICE SCHEDULE

JUEVES, 9 DE SEPTIEMBRE DE 2021 / THURSDAY, SEPTEMBER 9TH, 2021

HORARIO Y SALAS / SCHEDULE AND ROOMS		AULA MAGNA	AULA 1	AULA 2	AULA 3	AULA 4
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	08:30H- 10:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR I / CONSUMER BEHAVIOUR I Idioma: español-inglés / Language: Spanish- English	MARKETING TURÍSTICO I / TOURISM MARKETING I Idioma: español-inglés / Language: Spanish- English	TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING I / ICT, E-MARKETING AND MOBILE MARKETING I Idioma: español-inglés / Language: Spanish- English	MARKETING MULTISECTORIAL (INDUSTRIAL, SERVICIOS, INTERNACIONAL, ETC.) Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL, GESTIÓN MINORISTA / MULTISECTORIAL MARKETING (INDUSTRIAL, SERVICES, INTERNATIONAL, ETC.) AND COMMERCIAL DISTRIBUTION, RETAIL MANAGEMENT Idioma: español-inglés / Language: Spanish- English	COMUNICACIÓN Y VENTAS I / COMMUNICATION AND SALES I Idioma: español-inglés / Language: Spanish- English
	10:30H-11:00H	PAUSA CAFÉ / COFFEE BREAK				
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	11:00H- 12:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR II / CONSUMER BEHAVIOUR II Idioma: español / Language: Spanish	MARKETING TURÍSTICO II / TOURISM MARKETING II	TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING II / ICT, E-MARKETING AND MOBILE MARKETING II	ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO I / ETHICS, SOCIAL RESPONSIBILITY AND	INNOVACIÓN Y DECISIONES DE PRODUCTO Y MARCA I / INNOVATION, AND PRODUCT AND BRAND DECISIONS I

			Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English	Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English	NON-PROFIT MARKETING I Idioma: español / Language: Spanish	Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English
12:30H-14:00H	SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AULA MAGNA) SEXENIOS DE TRANSFERENCIA Presenta/Presenter: Dr. Salustiano Mato - Modera/Chair: Dr. Manuel Parras Rosa					
14:00H-15:30H	ALMUERZO / LUNCH (HOTEL PUERTA LA LUNA)					
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	15:30-16:30H	PRESENTACIÓN DE POSTERS / POSTERS' PRESENTATION (HALL CENTRAL)				
		PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES I/ DOCTORAL THESES PRESENTATION I Idioma: inglés / Language: English	PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES II/ DOCTORAL THESES PRESENTATION II Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English	PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES III/ DOCTORAL THESES PRESENTATION III Idioma: español / Language: Spanish	PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES IV/ DOCTORAL THESES PRESENTATION IV Idioma: español / Language: Spanish	
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	16:30-18:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR III / CONSUMER BEHAVIOUR III Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English	MARKETING TURÍSTICO III / TOURISM MARKETING III Idioma: español / Language: Spanish	TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING III / ICT, E-MARKETING AND MOBILE MARKETING III Idioma: español / Language: Spanish	ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO II / ETHICS, SOCIAL RESPONSIBILITY AND NON-PROFIT MARKETING II Idioma: inglés / Language: English	COMUNICACIÓN Y VENTAS II / COMMUNICATION AND SALES II Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English
19:00H-21:00H	VISITA GUIADA A ÚBEDA / GUIDED TOUR OF ÚBEDA (DESPLAZAMIENTO EN AUTOBÚS – BUS JOURNEY)					
21:00H	CÓCTEL-CENA / COCKTAIL -DINNER (HOSPITAL DE SANTIAGO, ÚBEDA)					
08:00H-10:30H / 11:00H-13:45H / 15:30H-18:30H	HORARIO DE SECRETARÍA DEL CONGRESO / CONFERENCE OFFICE SCHEDULE					

VIERNES, 10 DE SEPTIEMBRE DE 2021 / FRIDAY, SEPTEMBER 10TH, 2021

HORARIO Y SALAS / SCHEDULE AND ROOMS		AULA MAGNA	AULA 1	AULA 2	AULA 3	AULA 4
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	08:30H- 10:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR IV / CONSUMER BEHAVIOUR IV Idioma: español / Language: Spanish	MARKETING TURÍSTICO IV / TOURISM MARKETING IV Idioma: español / Language: Spanish	TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING IV / ICT, E-MARKETING AND MOBILE MARKETING IV Idioma: español / Language: Spanish	DOCENCIA EN MARKETING, EDUCACIÓN SUPERIOR Y MARKETING / TEACHING IN MARKETING, HIGHER EDUCATION AND MARKETING Idioma: español-inglés / Language: Spanish- English	MARKETING ESTRATÉGICO I/ STRATEGIC MARKETING I Idioma: inglés / Language: English
	10:30H-11:00H	PAUSA CAFÉ / COFFEE BREAK				
	11:00H-12:30H	SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AULA MAGNA) <i>MEET THE EDITORS</i> Modera/Chair: Dr. Carlos Flavián Blanco				
	12:30H-14:00H	SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AULA MAGNA) <i>JUNTA GENERAL DE AEMARK / AEMARK ANNUAL MEETING</i>				
	14:00H-15:30H	ALMUERZO / LUNCH (HOTEL PUERTA LA LUNA)				
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	15:30- 17:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR V / CONSUMER BEHAVIOUR V Idioma: español / Language: Spanish	MARKETING TURÍSTICO V / TOURISM MARKETING V Idioma: español / Language: Spanish	INNOVACIÓN Y DECISIONES DE PRODUCTO Y MARCA II/ INNOVATION, AND PRODUCT AND BRAND DECISIONS II	MARKETING ESTRATÉGICO II/ STRATEGIC MARKETING II Idioma: español / Language: Spanish	



				Idioma: español / Language: Spanish		
17:30H-19:00H	CLAUSURA Y ENTREGA DE PREMIOS / CLOSING CEREMONY AND AWARDS					
21:00H	CENA DE GALA (RESTAURANTE VANDELVIRA, BAEZA)					
08:00H-10:30H / 11:00H-13:45H / 15:30H-17:30H	HORARIO DE SECRETARÍA DEL CONGRESO / CONFERENCE OFFICE SCHEDULE					

PROGRAMA GENERAL EXTENDIDO

MIÉRCOLES, 8 DE SEPTIEMBRE DE 2021 / WEDNESDAY, SEPTEMBER 8TH, 2021

HORARIO Y SALAS / SCHEDULE AND ROOMS	PALACIO DE JABALQUINTO – AULA 2
09:30H-09:45H	RECEPCIÓN E INICIO DEL DOCTORAL COLLOQUIUM/RECEPTION AND BEGINNING OF THE DOCTORAL COLLOQUIUM
09:45H-12:00H	COMENTARISTAS: Francisco José Liébana, Mercedes Martos y Natalia Rubio
	Aplicación de la neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística. Beatriz García Carrión (Directores: Dr. Salvador del Barrio y Dr. Francisco Muñoz Leiva)
	Análisis de la influencia del country of origin en el comportamiento del consumidor del sector calzado. Raquel Casado-Cárdenas (Directores: Marta Estrada-Guillén y Diego Monferrer Tirado)
	Análisis de la experiencia del turista en el destino turístico a través de imágenes de redes sociales y técnicas de Big Data. Sofía Blanco-Moreno (Directores: Pablo Muñoz Gallego y Ana María González Fernández)
12:15H-13:45H	COMENTARISTAS: Peter Groenewegen, Scott McCabe y Salvador Ruiz de Maya
	Original or fake? The reasons why counterfeit products are bought. Sara Pahlevan (Director: Rubén Huertas García)
	Towards a paradigm shift: Exploring the positive aspect of online waiting in real time live streaming platforms. Aride Othmane (Directores: Gerard Ryan, María del Mar Pámies, Mireia Valverde)
16:00H-18:30H	REGISTRO DE ASISTENTES /ATTENDEE REGISTRATION
18:30H-19:30H	INAUGURACIÓN / OPENNING CEREMONY (RUINAS DE SAN FRANCISCO)
19:30-20:45H	VISITA GUIADA A BAEZA / GUIDED TOUR OF BAEZA
20:45H	CÓCTEL-CENA DE BIENVENIDA EN EL CASTILLO DE CANENA (DESPLAZAMIENTO EN AUTOBÚS) /WELCOME COCKTAIL-DINNER IN THE CASTLE OF CANENA (BUS JOURNEY)
16:00H-18:30H	HORARIO DE SECRETARÍA DEL CONGRESO / CONFERENCE OFFICE SCHEDULE

JUEVES, 9 DE SEPTIEMBRE DE 2021 / THURSDAY, SEPTEMBER 9TH, 2021

HORARIO Y SALAS / SCHEDULE AND ROOMS		AULA MAGNA	AULA 1	AULA 2	AULA 3	AULA 4
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	08:30H-10:30H	<p>COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR I Idioma: español-inglés Modera: Dr. César Serrano Domínguez</p>	<p>MARKETING TURÍSTICO I Idioma: español-inglés Modera: Dra. Ana I. Polo Peña</p>	<p>TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING I Idioma: español-inglés Modera: Dr. Francisco Liébana Cabanillas</p>	<p>MARKETING MULTISECTORIAL (INDUSTRIAL, SERVICIOS, INTERNACIONAL, ETC.) Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL, GESTIÓN MINORISTA Idioma: español-inglés Modera: Dr. Antonio Navarro García</p>	<p>COMUNICACIÓN Y VENTAS I Idioma: español-inglés Modera: Dr. Juan Sánchez Fernández</p>
		<p>ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES OF PERCEIVED DECEPTION IN EXAGGERATED ONLINE REVIEWS: THE MODERATING ROLE OF TYPE OF PRODUCT Pascual del Riquelme Martínez, María Isabel; Román Nicolás, Sergio; Iacobucci, Dawn Ponencia</p>	<p>ANTECEDENTES DE MOTIVACIÓN, USO Y GRATIFICACIÓN EN MEDIOS SOCIALES TURÍSTICOS Chávez Santana, Luciana; Ruiz Mafé, Carla; Currás Pérez, Rafael Ponencia</p>	<p>DETERMINANTS OF THE INFLUENCE OF EWOM IN THE TRAVEL SECTOR AND FUTURE RESEARCH OPPORTUNITIES Akdin, Khaoula Ponencia</p>	<p>REGULACIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DE LAS CATEGORÍAS COMERCIALES DE LOS ACEITES DE OLIVA: ¿AYUDA U OBSTÁCULO? Marano-Marcolini, Carla; Torres-Ruiz, Francisco José; López-Zafra, Esther; Parras-Rosa, Manuel Ponencia</p>	<p>CONTINGENCY-BASED SALES ENABLEMENT: CONCEPTUAL DESIGN OF AN INDUSTRIAL BUYER BEHAVIOUR CONDITIONED SALES ENABLEMENT MODEL Lauzi, Fabian; De-Juan-Vigaray, María D.; Westphal, Jörg; Parra-Meroño, M. Concepción Ponencia</p>

	<p>DONATIONS FOR MEDICAL CAUSES: A HUMAN AND TECHNOLOGY PERSPECTIVE OF CONFUCIAN AND MATERIALIST CONSUMERS</p> <p>González Jiménez, Héctor; Sun, Yan;</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>DETERMINANTES DE LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES MULTIDESTINO: EL EFECTO DEL TIPO DE VISITA</p> <p>Navarro-Ruiz, Sandra; Nicolau, Juan Luis; Casado-Díaz, Ana B.</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>FOSTERING USER ENGAGEMENT: THE ROLE OF GAMIFICATION IN MOBILE APPS</p> <p>Bitrián Arcas, Paula; Buil Carrasco, Isabel; Catalán Gil, Sara</p> <p>Ponencia</p>	<p>EL EFECTO DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA EN EL RECLUTAMIENTO PARTIDISTA UNA EXPLICACIÓN A PARTIR DEL MARKETING POLÍTICO INTERNO</p> <p>Alarcón González, Francisco Javier</p> <p>Ponencia</p>	<p>IMC CAPABILITY AS A SOURCE OF SMES' ADVANTAGE OVER LARGER RIVALS: INTER-COUNTY COMPARISON</p> <p>Butkouskaya, Vera; Llonch-Andreu, Joan; Alarcón-del-Amo, María-del-Carmen</p> <p>Ponencia</p>
	<p>HETEROGENEIDAD DE LA TOMA DE DECISIONES HACIA NOTICIAS FALSAS Y FIABLES ENTRE ESTUDIANTES</p> <p>Kanashina, Olga; Jiménez-Zarco, Ana Isabel; Huertas García, Rubén</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>CONTENIDO GENERADO POR LOS HOTELES EN REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN LA INTENCIÓN DE RESERVA</p> <p>Veloso, Mónica; Gómez-Suárez, Mónica</p> <p>Ponencia</p>	<p>“IN MYREALFOODING WE TRUST” THE EFFECT OF SELF-SCANNED APPS DEVELOPED BY INFLUENCERS ON CONSUMERS DECISIONS AT THE SUPERMARKET</p> <p>Palazón Vidal, Mariola; López Pérez, Manuela; Sicilia Piñero, María</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>ANALYZING THE EFFECTS OF PRIVATE-LABEL SUPPLIER DISCLOSURE ON RETAILER IMAGE</p> <p>Pérez Santamaría, Samanta; Martos Partal, Mercedes</p> <p>Ponencia</p>	<p>ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DE MENSAJES PRO-MEDIOAMBIENTALES: UNA APROXIMACIÓN DESDE LA NEUROCIENCIA DEL CONSUMIDOR</p> <p>Casado-Aranda, Luis-Alberto; Rodríguez-Sánchez, Carla; Sancho-Esper, Franco; Sánchez-Fernández, Juan; Seller-Rubios, Ricardo</p> <p>Trabajo en curso</p>
	<p>HOW PERSONALISATION CAN IMPROVE THE ATTITUDE TOWARDS INFORMATION COLLECTION BY SMART PRODUCTS</p>	<p>¿DAÑA EL BREXIT A LA IMAGEN DEL TURISTA SOBRE LOS TRABAJADORES RESIDENTES? DIFERENCIAS CROSS-CULTURALES</p> <p>Aragonés-Jericó, Cristina; Rodríguez-Santos, Carmen;</p>	<p>INVESTIGATING THE NEXUS BETWEEN DIGITAL CONTENT MARKETING AND ONLINE BRAND ADVOCACY: DO CUSTOMER ENGAGEMENT AND BRAND FAMILIARITY MATTER?</p>	<p>RECONOCIMIENTO DE OPORTUNIDADES INTERNACIONALES Y CREENCIA EN SU VIABILIDAD: DIFERENCIAS ENTRE EMPRENDEDORES EXPERTOS Y NOVELES</p>	<p>ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO HACIA EL CHATBOT Y SU INFLUENCIA EN EL ENGAGEMENT</p> <p>Illescas Manzano, María D.; Segovia López, Cristina; Sánchez Pérez, Manuel;</p>

	<p>Lavado-Nalvaiz, Natalia; Lucia-Palacios, Laura; Pérez-López, Raúl</p> <p>Ponencia</p>	<p>Vila-López, Natalia; Küster-Boluda, Inés</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>Sawaftah, Dima; Aljarah, Ahmad; Lahuerta Otero, Eva</p> <p>Ponencia</p>	<p>Terán-Yépez, Eduardo; Jiménez-Castillo, David; Sánchez-Pérez, Manuel</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>Martínez Puertas, Sergio; Ribeiro Cardoso, Paulo</p> <p>Trabajo en curso</p>
	<p>IMPULSIVE E-BUYING BEHAVIOR: NUDGING WHEN SELF-CONTROL FAILS</p> <p>Abril, Carmen; Tobón, Sandra</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>RESEARCH ON TOPIC COMMUNICATION AND DISCOURSE COMMUNITY CONSTRUCTION OF "BEIJING WINTER OLYMPIC GAMES TOURISM" BASED ON SINA WEIBO</p> <p>Junfeng, Wang; Butkouskaya, Vera; Zesheng, Yang</p> <p>Ponencia</p>	<p>HOW THE INTEGRATION OF IMPLICIT AND EXPLICIT TECHNIQUES MAY ENHANCE THE MEASUREMENT OF CHATBOTS USER ENGAGEMENT</p> <p>García de Madariaga, Jesús; Moya Burgos, Ingrid; Simón Sandoval, Pamela</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>EFFECTO DE LA INFORMACIÓN MEDIÁTICA ACERCA DE LA ACUICULTURA SOBRE LA DEMANDA DE DORADA DE CULTIVO EN LOS ESTABLECIMIENTOS DETALLISTAS</p> <p>Fernández Polanco, José Manuel; Herrero Crespo, Ángel</p> <p>Ponencia</p>	<p>EFFECTIVIDAD DE LOS INFLUENCERS SOBRE LAS MARCAS RESPALDADAS: EL PAPEL DE LA CONGRUENCIA SOBRE LA CREDIBILIDAD, LA RECORDACIÓN Y LA INTENCIÓN DE COMPRA DE LA MARCA</p> <p>Ortegón-Cortázar, Leonardo</p> <p>Ponencia</p>
	<p>AFINIDAD DEL CONSUMIDOR: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA Y ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA LITERATURA</p> <p>Serrano-Arcos, María del Mar; Sánchez-Fernández, Raquel; Pérez-Mesa, Juan Carlos</p> <p>Trabajo en Curso</p>	<p>25 YEARS OF BIG DATA AND TOURISM MARKETING: THE PAST, PRESENT, AND FUTURE</p> <p>Blanco-Moreno, Sofía; González-Fernández, Ana M.</p> <p>Ponencia</p>	<p>ANTECEDENTES Y EFECTOS DEL VALOR HEDÓNICO DE LAS APLICACIONES MÓVILES DE MARCAS DEL SECTOR MODA</p> <p>Ruiz-Mafé, Carla; Murillo Zegarra, Miluska</p> <p>Ponencia</p>	<p>NIVEL DE MADUREZ DE LA INVESTIGACIÓN EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA</p> <p>Gázquez-Abad, Juan Carlos; Ruiz-Real, José Luis; Garcés-Pinedo, Leonardo Gino; Martínez-López, Francisco J.</p> <p>Ponencia</p>	
	<p>ECOLOGÍA VERSUS BIODIVERSIDAD. BUSCANDO UN TÉRMINO NUCLEAR PARA LAS CAMPAÑAS DE</p>	<p>"OK GOOGLE – TELL ME WHERE TO GO!": TOURIST EXPERIENCE WITH SMART OBJECTS: AN NON-</p>	<p>ANTECEDENTES DE LA INTENCIÓN DE RECOMENDAR LOS SISTEMAS</p>	<p>PROFILING SHOPPING MALL CUSTOMERS IN TIMES OF HARDSHIP</p>	

	<p>COMUNICACIÓN MEDIOAMBIENTALES</p> <p>Murgado Armenteros, Eva María; Valdelomar Muñoz, Sergio; Torres Ruiz, Francisco José</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>REPRESENTATIONAL THEORY APPROACH</p> <p>Jiménez-Barreto, Jano; Rubio, Natalia; Mura, Paolo; Campo, Sara</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>DE PAGO CON RECONOCIMIENTO DEL IRIS</p> <p>Liébana-Cabanillas, Francisco; Muñoz-Leiva, Francisco; Molinillo, Sebastián; Higuera-Castillo, Elena</p> <p>Ponencia</p>	<p>Calvo Porral, Cristina; Levy-Mangin, Jean-Pierre</p> <p>Ponencia</p>	
	<p>ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DEL ANUNCIO DE VINO EN GOOGLE. UN ESTUDIO DE EYE-TRACKING</p> <p>Gómez-Carmona, Diego; Marín-Dueñas, Pedro Pablo; Serrano-Domínguez, César</p> <p>Ponencia</p>	<p>EVALUACIÓN DE MEDIDAS PARA LA RECUPERACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN ANDALUCÍA</p> <p>Rodríguez Molina, José Alberto; Vena Oya, Julio; Frías Jamilena, Dolores María; Polo Peña, Ana Isabel; Sabiote Ortiz, Carmen María; Castañeda García, José Alberto</p> <p>Trabajo en curso</p>		<p>TIPOLOGÍA DE EMPRESAS EXPORTADORAS ANDALUZAS SEGÚN EL NIVEL DE EMPRENDIMIENTO INTERNACIONAL. UNA APLICACIÓN MEDIANTE SEGMENTACIÓN DE CLASES LATENTES</p> <p>Navarro García, Antonio; Berbel Pineda, Juan Manuel; Ruiz López, Ana María; Rey Moreno, Manuel</p> <p>Ponencia</p>	
<p>10:30H-11:00H</p>	<p>PAUSA CAFÉ / COFFEE BREAK</p>				

SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	11:00H-12:30H	<p>COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR II Idioma: español Modera: Dra. Pilar Alarcón Urbistondo</p>	<p>MARKETING TURÍSTICO II Idioma: español-inglés Modera: Dra. Dolores María Frías Jamilena</p>	<p>TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING II Idioma: español-inglés Modera: Dra. Mariola Palazón Vidal</p>	<p>ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO I Idioma: español Modera: Dra. Carmen Jambrino Maldonado</p>	<p>INNOVACIÓN Y DECISIONES DE PRODUCTO Y MARCA I Idioma: español-inglés Modera: Dra. Mónica Cortiñas Ugalde</p>
		<p>EFFECTO DE LAS MOTIVACIONES Y EL COMPROMISO CON EL EWOM EN LAS CONSULTAS SOBRE HOTELES Moliner-Velázquez, Beatriz; Fuentes-Blasco, María; Gil-Saura, Irene Ponencia</p>	<p>DETERMINANTES DEL GASTO TURÍSTICO EN MICRO-DESTINOS CULTURALES: ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR LA PROBABILIDAD DE GASTO Vena Oya, Julio; Castañeda García, José Alberto; Rodríguez Molina, Miguel Ángel; Frías Jamilena, Dolores María Ponencia</p>	<p>ASPECTOS DETERMINANTES PARA LA VENTA ONLINE DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS OLEÍCOLAS DE 2º GRADO EN ESPAÑA Mozas Moral, Adoración; Fernández Uclés, Domingo; Bernal Jurado, Enrique; Medina Viruel, Miguel Jesús; Puentes Poyatos, Raquel Ponencia</p>	<p>CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO: EXPLORACIÓN EN UN CLÚSTER DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Cuevas Lizama, Jonathan; Royo Vela, Marcelo Ponencia</p>	<p>LA COCREACIÓN DE VALOR EN LA COMUNIDAD VIRTUAL: MOTIVACIONES SOCIO-RESPONSABLES Y SU EFECTO SOBRE LA AUTENTICIDAD Villaseñor, Nieves; Rubio, Natalia; Yagüe, María Jesús Trabajo en curso</p>
		<p>ANTECEDENTES DEL COMPORTAMIENTO DE RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL DE LA POBLACIÓN LOCAL DE UN DESTINO TURÍSTICO Ramos Henriquez, José Manuel; Hernández Méndez, Janet; Fernández Martín,</p>	<p>EL PROCESO DE FORMACIÓN DE LA LEALTAD HACIA UN DESTINO TURÍSTICO EN TIEMPOS DE PANDEMIA (COVID-19) Collado Agudo, Jesús; García de los Salmones Sánchez, María del Mar; Herrero</p>	<p>ANTECEDENTES Y CONSECUENTES DEL BIENESTAR SUBJETIVO EN EL CONTEXTO DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE COMPARTIDO Liébana-Cabanillas, Francisco; Shaikh, Aijaz A.;</p>	<p>ANÁLISIS DE LA INTENCIÓN DE COMPRA DE PRODUCTOS SOSTENIBLES DE EMPRESAS SOCIALES: DE LOS ATRIBUTOS DE PRODUCTO AL COMPORTAMIENTO DE COMPRA REAL</p>	<p>FACTORES EXPLICATIVOS DE LA POPULARIDAD DE AIRBNB EN INSTAGRAM: UN ENFOQUE FSQCA Cerdá-Mansilla, Elena; Rubio, Natalia; Campo, Sara Trabajo en curso</p>

	Andrés; Gutiérrez Taño, Desiderio Ponencia	Crespo, Ángel; San Martín Gutiérrez, Héctor Ponencia	Karjaluoto, Heikki; Muñoz-Leiva, Francisco Ponencia	Cachero-Martínez, Silvia; García-Rodríguez, Nuria; Salido-Andrés, Noelia Trabajo en curso	
	ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS DEL AMOR A LA MARCA. UN ESTUDIO DE LOS EQUIPOS DEPORTIVOS. Ruiz-Mafe, Carla; Küster Boluda, Inés; Orozco-Grover, Gabriel Ponencia	DIMENSIONES DE LAS EXPERIENCIAS TURÍSTICO MEMORABLES DE UN DESTINO PATRIMONIAL Crespo-Almedros, Esmeralda; Prados-Peña, M ^a Belén; Rey-Pino, Juan Miguel Ponencia	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA PANDEMIA COVID19. EVALUACIÓN DE APP MÓVIL EN RESTAURANTES PARA LA DISTANCIA SOCIAL Rodríguez López, María Eugenia; Liébana Cabanillas, Francisco; Higuera Castillo, Elena; Doña Toledo, Luis Ponencia	CO-CREACIÓN DE VALOR ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA-EMPRESA. FACTORES DETERMINANTES PARA LAS ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO Díaz-Perdomo, Yolanda; Álvarez-González, Luis Ignacio; Sanzo-Pérez, María José Ponencia	WHAT TYPES OF BRANDS BENEFIT MOST FROM THE USE OF COLLABORATIVE PLATFORMS? Espinosa Sáez, Daniel; Delgado Ballester, María Elena; Munuera Alemán, José Luis Trabajo en curso
	DETERMINANTES DEL CONSUMO DE BIOPLÁSTICOS BIODEGRADABLES Gutiérrez Taño, Desiderio; Hernández Méndez, Janet; Díaz Armas, Ricardo J. Ponencia	EL PAPEL DE LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN POR PARTE DEL CONSUMIDOR PARA VOLVER A CONSUMIR SERVICIOS HOTELEROS EN EL CONTEXTO DE LA COVID-19 Peco Torres, Francisco; Polo Peña, Ana I.; Frías JAMILENA, Dolores M. Ponencia	MODELING CHINESE CROSS-BORDER B2C E-COMMERCE IN SPAIN: A MULTI-AGENT BASED SIMULATION APPROACH Terán, Oswaldo; Leger, Paul; López, Manuela Trabajo en curso	CO-CREACIÓN DE VALOR Y LEGITIMIDAD ORGANIZACIONAL BAJO LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE Revilla Camacho, María Ángeles; Rodríguez Rad, Carlos J. Trabajo en curso	ALINEACIÓN DE LA PERCEPCIÓN Y LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO: UN ESTUDIO CUALITATIVO DE MARCA GLOBAL Y LOCAL Vaziri, Maryam; Llonch Andreu, Joan; López Belbeze, Pilar Trabajo en curso
	IMPLICACIÓN COMO RESULTADO. UN MODELO PARA LA GESTIÓN DE LA	THE EFFECT OF INTEGRAL AND INCIDENTAL HAPPINESS	UNVEILING FEMALE'S CUSTOMER ENGAGEMENT WITH ECO-FRIENDLY RESTAURANTS IN	MARKETING SOCIAL Y DISCAPACIDAD, ¿DOS	BENEFICIOS UTILITARIOS DE LOS ASISTENTES VIRTUALES

	<p>IMPLICACIÓN A TRAVÉS DEL CONOCIMIENTO</p> <p>Garrido-Castro, Elisa; Murgado-Armenteros, Eva María; Torres-Peña, Francisco José</p> <p>Ponencia</p>	<p>ON DECISION-MAKING IN SOCIAL MEDIA</p> <p>Simonetti, Aline; Bigne, Enrique</p> <p>Ponencia</p>	<p>INSTAGRAM: THE ROLE OF BRAND EXPERIENCE</p> <p>Ballester Chirica, Estefanía; Ruiz Mafé, Carla; Rubio Benito, Natalia</p> <p>Ponencia</p>	<p>ORIENTACIONES SÍNCRONAS O ASÍNCRONAS?</p> <p>Gil Guzmán, José M.; Hernández Fernández, Asunción; Canales Ronda, Pedro</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>POR VOZ Y SUS ANTECEDENTES</p> <p>Saavedra Montejo, Álvaro; Cortiñas Ugalde, Mónica; Rubio Benito, Natalia; Chocarro Eguaras, Raquel</p> <p>Trabajo en curso</p>
	<p>ANÁLISIS DE ACEPTACIÓN DEL USO DE LA TELEMEDICINA POR PARTE DE LOS PACIENTES EN SERVICIOS SANITARIOS</p> <p>Sierra Martín, Mario; Alarcón Urbistondo, Pilar</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>UNDERSTANDING TOURISM EXPERIENCES IN PROTECTED NATURAL PLACES: AN APPLICATION OF THE S-O-R MODEL IN NATIONAL PARKS</p> <p>Laguna García, Marta; Palacios Picos, Andrés; Devesa Fernández, María; López Pastor, Ana Teresa</p> <p>Ponencia</p>	<p>WHO IS INFLUENCING ME?: THE ROLE OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON INSTAGRAM</p> <p>Palazón Vidal, Mariola; Alarcón del Amo, M^a del Carmen; Martínez Parra, Borja</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>RESPUESTA DE LOS CONSUMIDORES A LAS ACCIONES DE RSC DURANTE LA COVID-19</p> <p>Ríos Illán, Ana Isabel; Marín Rives, Joaquín Longinos; Cuestas Díaz, Pedro J.,</p> <p>Trabajo en curso</p>	
		<p>THE STUDY OF EFFECTS OF USER-GENERATED CONTENT ON TOURIST EXPECTATION, PERCEPTION AND ENGAGEMENT</p> <p>Narangajavana Kaosiri, Yeamduan; Callarisa Fiol, Luis J.; Rodríguez Artola, Rosa María; Moliner Tena, Miguel Ángel; Sánchez García, Javier</p> <p>Ponencia</p>		<p>ANÁLISIS DE LA ACCESIBILIDAD WEB EN LOS E-COMMERCE ESPAÑOLES</p> <p>Fernández-Díaz, Elena; Jambrino Maldonado, Carmen; Iglesias Sánchez, Patricia P.; Sánchez Pereira, Carmen</p> <p>Ponencia</p>	

12:30H-14:00H		SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AULA MAGNA) SEXENIOS DE TRANSFERENCIA Presenta/Presenter: Dr. Salustiano Mato Modera/Chair: Dr. Manuel Parras Rosa				
14:00H-15:30H		ALMUERZO / LUNCH (HOTEL PUERTA LA LUNA)				
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS 15:30H-16:30H		PRESENTACIÓN DE POSTERS / POSTERS´PRESENTATION (HALL CENTRAL)				
		PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES I Idioma: inglés Modera: Dra. Inés Küster Boluda	PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES II Idioma: español-inglés Modera: Dr. Francisco José Sarabia Sánchez	PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES III Idioma: español Modera: Dr. José Alberto Castañeda García	PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES IV Idioma: español Modera: Dr. Salvador del Barrio García	
		CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT: EXPANDING OUR UNDERSTANDING OF THE DRIVERS AND CONSEQUENCES OF THE CUSTOMER EXPERIENCE Gao, Xuehui Directores: Francisco Javier Sesé Oliván y Iguácel Melero Polo	STAKEHOLDER RELATIONSHIP MARKETING IN NONPROFIT ORGANIZATIONS: TOWARDS OMNICHANNEL STRATEGIES Vanessa Mato Santiso Directoras: María José Sanzo Pérez y Marta Rey García	ANALÍTICA DE DATOS Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES DE MARKETING Manuel Alejandro Morales Directores: Mercedes Martos Partal y Óscar González Benito	ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS DE COMPARTIR INFORMACIÓN MEDIANTE BOCA-OÍDO ELECTRÓNICO SOBRE ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Claudia Ximena Aguirre Mejía Directores: Salvador Ruiz de Maya, María Dolores Palazón Vidal y Héctor Augusto Rodríguez Orejuela	
		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE APPROACH TO THE CAUSE-RELATED	PRIVATE LABEL SUPPLIER DISCLOSURE: IMPLICATIONS	COMPORTAMIENTO DEL TURISTA CULTURAL: UN ANÁLISIS DESDE LA	LA FORMACIÓN DEL CAPITAL DE MARCA EN TURISMO GASTRONÓMICO. EL PAPEL	

		<p>MARKETING IN SOCIAL NETWORKS: A CROSS-CULTURAL STUDY</p> <p>Elisabet Mora Pérez</p> <p>Directoras: Natalia Vila López e Inés Kuster Boluda</p>	<p>FOR MANUFACTURERS, RETAILERS AND CONSUMERS</p> <p>Samanta Pérez Santamaría</p> <p>Directores: Mercedes Martos Partal y Álvaro Garrido Morgado</p>	<p>PERSPECTIVA DEL MARKETING EXPERIENCIAL</p> <p>Rocío Martínez Suarez</p> <p>Directores: José Alberto Castañeda García y Miguel Ángel Rodríguez Molina</p>	<p>MODERADOR DEL TIPO DE RESTAURANTE, DEL GRADO DE INDULGENCIA Y DE LA AVERSIÓN AL RIESGO DEL CLIENTE</p> <p>Eugenia Rodríguez López</p> <p>Directores: Salvador Del Barrio García y Juan Miguel Alcántara Pilar</p>	
		<p>ENGAGING CUSTOMERS BEFORE THE TRIP: EXPERIMENTAL ANALYSIS OF THE ROLE OF VIRTUAL AND AUGMENTED REALITY IN THE CREATION OF TOURISM PRE-EXPERIENCES</p> <p>Sergio Ibáñez Sánchez</p> <p>Directores: Carlos Flavián Blanco y Carlos Orús Sanclemente</p>	<p>EL ROL DE LAS ACTITUDES EN LA INTENCIÓN DE COMPRA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS</p> <p>Francisco Sarabia Andreu</p> <p>Directores: María Concepción Parra Meroño y Francisco José Sarabia Sánchez</p>	<p>MODELIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA ADOPCIÓN DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS E HÍBRIDOS</p> <p>Elena Higuera Castillo</p> <p>Director: Francisco Liébana Cabanillas</p>	<p>ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y LA AFINIDAD EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS EXTRANJEROS: UNA APROXIMACIÓN EMPÍRICA DESDE EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOL</p> <p>Mar Serrano Arcos</p> <p>Directores: Raquel Sánchez Fernández y Juan Carlos Pérez Mesa</p>	

SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	16:30H-18:30H	<p>COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR III Idioma: español-inglés Modera: Dra. Cristina Calvo Porral</p>	<p>MARKETING TURÍSTICO III Idioma: español Modera: Dr. Sebastián Molinillo</p>	<p>TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING III Idioma: español Modera: Dr. Ángel Villarejo Ramos</p>	<p>ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO II Idioma: inglés Modera: Dr. Salvador Ruiz de Maya</p>	<p>COMUNICACIÓN Y VENTAS II Idioma: español-inglés Modera: Dr. Rafael Currás Pérez</p>
		<p>ANATOMÍA Y GESTIÓN DE LOS RITUALES DE CONSUMO. LA HIPÓTESIS DE LA COMPLEJIDAD</p> <p>Barreda Tarrazona, Raquel; Alarcón González, Francisco Javier; Torres Ruiz, Francisco José</p> <p>Ponencia</p>	<p>¿INFLUYE EL MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO EN EL APOYO DE LOS RESIDENTES AL ALOJAMIENTO VACACIONAL P2P?</p> <p>Gutiérrez Taño, Desiderio; Díaz Armas, Ricardo J.; Garau Vadell, Joan B.</p> <p>Ponencia</p>	<p>EL IMPACTO DE LA REALIDAD VIRTUAL EN EL VALOR UTILITARIO Y HEDÓNICO DE LA PRE-EXPERIENCIA TURÍSTICA: DIFERENCIAS ENTRE DESTINOS Y ALOJAMIENTOS</p> <p>Orús Sanclemente, Carlos; Ibáñez Sánchez, Sergio; Flavián Blanco, Carlos</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>UNDERSTANDING THE TRANSITION FROM OCCASIONAL DONOR TO REGULAR MEMBER: THE ROLE OF CONSENT TO RECEIVING COMMUNICATIONS</p> <p>Minguez, Ana; Sese, F. Javier</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DURANTE LA COVID-19 DEL SECTOR AERONÁUTICO EN INSTAGRAM. ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MENSAJES SOBRE EL ENGAGEMENT</p> <p>Prados-Peña, M Belén; Crespo-Almendros, Esmeralda; Porcu, Lucía</p> <p>Ponencia</p>
		<p>¿EL TAMAÑO IMPORTA?: CÓMO INFLUYE LA DIMENSIÓN DE LOS HOGARES EN LA ADOPCIÓN DE COCHES ELÉCTRICOS</p> <p>Higuera-Castillo, Elena; García-Maroto, Inmaculada; Liébana-Cabanillas, Francisco</p> <p>Ponencia</p>	<p>EL PROCESO DE INTEGRACIÓN DE MENSAJES PROCEDENTES DE LOS DMO Y DEL EWOM EN TURISMO GASTRONÓMICO. UN ESTUDIO MEDIANTE EYE TRACKING</p> <p>García Carrión, Beatriz; Del Barrio García, Salvador; Muñoz Leiva, Francisco; Porcu, Lucía</p> <p>Ponencia</p>	<p>EN LA ERA DE LA COMBINACIÓN DE CANALES, ¿CONECTA CON EL CLIENTE!</p> <p>Rodríguez Torrico, Paula; San José Cabezado, Rebeca; San Martín, Sonia</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>DRIVERS, BARRIERS AND STAKEHOLDERS MANAGEMENT FOR TRACEABLE, TRANSPARENT AND SUSTAINABLE FASHION SUPPLY CHAINS</p> <p>García Torres, Sofía; Rey García, Marta; Sáenz Martínez, Josune</p> <p>Ponencia</p>	<p>LAS MARCAS Y SU PUBLICIDAD DURANTE EL COVID-19 EN ESPAÑA</p> <p>Iglesias-Sánchez, Patricia P.; Jambrino-Maldonado, Carmen; De las Heras Pedrosa, Carlos; Olivares Delgado, Fernando; Frías Villegas, Noelia</p> <p>Ponencia</p>

		<p>ENTENDIENDO EL USO DE COMERCIO ELECTRÓNICO LOCAL: UN ANÁLISIS EXPLORATORIO DEL EFECTO UNDERDOG</p> <p>García de Frutos, Nieves; Ortega Egea, José Manuel</p> <p>Ponencia</p>	<p>EL TURISMO OSCURO: INNOVAR O MORIR. UNA MINA POR EXPLOTAR EN ESPAÑA.</p> <p>Carrasco Santos, María Jesús; Calderón Fajardo, Víctor</p> <p>Ponencia</p>	<p>EVALUACIÓN DE SISTEMAS DE INTERACCIÓN SOCIAL EN ROBÓTICA</p> <p>Huertas García, Rubén; Andriella, Antonio; Forgas Coll, Santiago; Alenya, Guillem</p> <p>Ponencia</p>	<p>ENHANCING VOLUNTEERABILITY IN THE REALM OF EPISODIC VOLUNTEERING</p> <p>Rey-García, Marta; Mato-Santiso, Vanessa, Meijs, Lucas</p> <p>Ponencia</p>	<p>SALES FORCE CHARACTERISTICS AND PERFORMANCE: SALESPERSONS' PERSPECTIVES IN AN EMERGING ECONOMY</p> <p>Olavarria Jaraba, Ana; Vázquez Carrasco, Rosario; Arditto, Luis</p> <p>Ponencia</p>
		<p>ORIGINAL OR FAKE? THE REASONS WHY COUNTERFEIT PRODUCTS ARE BOUGHT</p> <p>Pahlevan, Sara; Huertas García, Rubén</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>EMOCIÓN Y ATENCIÓN EN LA COMUNICACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN DESTINO: UN ENFOQUE MULTIMETODOLÓGICO</p> <p>Moreno Lobato, Ana; Pasaco González, Bárbara Sofía; Di Clemente, Elide; Hernández Mogollón, Manuel</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>LA IMPORTANCIA DEL USO DE ROBOTS EN LA GENERACIÓN DE IMAGEN DE SEGURIDAD DE UN HOTEL EN UN CONTEXTO POST COVID</p> <p>Callarisa- Fiol, Luis; Moliner Tena, Miguel Angel; Rodríguez Artola, Rosa María; Sánchez García, Javier; Narangajavana Kaosiri, Yeamduan</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>IDENTIFYING KEY MOTIVATIONS THAT INFLUENCE ON VOLUNTEER OMNICHANNEL BEHAVIOR IN THE NONPROFIT SECTOR</p> <p>Mato-Santiso, Vanessa; Rey-García, Marta; Sanzo-Pérez, María José</p> <p>Ponencia</p>	<p>INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS AND SOCIAL COMMERCE FROM AN EMPLOYEE'S PERSPECTIVE</p> <p>Sicilia Piñero, María; Palazón Vidal, Mariola</p> <p>Ponencia</p>
		<p>WHEN SHARING CUSTOMIZATION EXPERIENCES INFLUENCES CONSUMER'S PRIDE</p> <p>Alarcón López, Rocío; López López, Inés; Ruiz de Maya, Salvador</p>	<p>INFLUENCIA DE LOS RESTAURANTES DE LUJO EN LAS EMOCIONES Y LAS INTENCIONES DE COMPORTAMIENTO DE LOS CLIENTES. ¿LOS CLIENTES LOS VISITAN PARA DISFRUTAR DE LA</p>	<p>EL DILEMA DEL CONSUMO DE APLICACIONES DERIVADO DE LA ADICCIÓN AL MÓVIL DE LOS JÓVENES</p> <p>Rodríguez Torrico, Paula; Jiménez, Nadia; San Martín, Sonia</p>	<p>INSTITUTIONALIZATION AND STRATEGY, THE BOTH SIDES OF GREEN MARKETING</p> <p>Lievano Pulido, Yineth Paola; Ramón Jerónimo, María A.</p> <p>Ponencia</p>	<p>INFLUENCIA DEL AROMA EN ENTORNOS ONLINE</p> <p>Del Castillo Rodríguez, Ángel; Bigné Alcañiz, José Enrique; Currás Pérez, Rafael Martín</p> <p>Trabajo en curso</p>

	Trabajo en curso	EXPERIENCIA O POR EL POSTUREO? Daries, Natalia; Cristóbal Fransi, Eduard; Sánchez García, Javier Ponencia	Trabajo en curso		
	THE ROLE OF FLOW CONSCIOUSNESS IN CONSUMER REGRET Barta Arroyos, Sergio; Flavián Blanco, Carlos; Gurrea Sarasa, Raquel Ponencia	EXPLORANDO DIMENSIONES DE VALOR Y SUS EFECTOS SOBRE LA LEALTAD: EL CASO DE LOS FESTIVALES DE MUSICA VIRTUALES Gallarza, Martina G.; Tubillejas-Andrés, Berta; Samartín, Kayla Ponencia	IMPACTO DE LA REPUTACIÓN BANCARIA ONLINE SOBRE LOS MERCADOS BURSÁTILES Casado Molina, Ana María; Rojas de Gracia, María Mercedes; Alarcón Urbistondo, Pilar Ponencia	MEASURING BEHAVIOURAL INTENTION THROUGH THE USE OF GREENWASHING: A STUDY OF THE MEDIATING EFFECTS AND VARIABLES INVOLVED Gil Cordero, Eloy; Cabrera Sánchez, Juan Pedro; Cepeda Carrión, Ignacio; Ortega Gutiérrez, Jaime Ponencia	
	THE POSITIVE ASYMMETRY OF EMOTIONS EXPERIENCED IN SERVICE CONSUMPTION Calvo Porral, Cristina; Otero Prada, Luis Miguel Ponencia	IMPACTO DEL TURISMO MEDIANTE REALIDAD VIRTUAL EN PACIENTES HOSPITALIZADOS. ANÁLISIS BIOBLIOMÉTRICO Y DISEÑO DE ESTUDIO Carrasco Santos, María Jesús; Olid Cárdenas, María José Trabajo en curso	¿EXISTEN DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ENTRE ESPAÑA Y PORTUGAL EN EL USO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ESCENARIO POST COVID-19? Higuera Castillo, Elena; Liébana Cabanillas, Francisco J.; Alves, Helena; Villarejo Ramos, Ángel F. Ponencia	THE DESIGN OF CSR MESSAGES IN SOCIAL NETWORKS SITES: CONGRUENCY AND IDENTIFICATION WITH THE MODEL Ruíz de Maya, Salvador; Palazón Vidal, Mariola Trabajo en curso	

		<p>CONFIANZA DE LOS USUARIOS ESPAÑOLES EN AIRBNB Y SUS EFECTOS EN EL APEGO Y LA POSESIÓN PSICOLÓGICA</p> <p>Anaya-Sánchez, Rafael; Ruiz-Perea, Víctor Manuel; Aguilar-Illescas, Rocío; Molinillo, Sebastián</p> <p>Ponencia</p>		<p>CAN CSR MAKE UP FOR THE COMPANY WRONGDOING?</p> <p>Ruiz de Maya, Salvador; López López, Inés</p> <p>Trabajo en curso</p>	
19:00H-21:00H	VISITA GUIADA A ÚBEDA / GUIDED TOUR OF ÚBEDA (DESPLAZAMIENTO EN AUTOBÚS – BUS JOURNEY)				
21:00H	CÓCTEL-CENA / COCKTAIL -DINNER (HOSPITAL DE SANTIAGO, ÚBEDA)				
08:00H-10:30H/ 11:00H-13:45H /15:30H-18:30H	HORARIO DE SECRETARÍA DEL CONGRESO / CONFERENCE OFFICE SCHEDULE				

VIERNES, 10 DE SEPTIEMBRE DE 2021 / FRIDAY, SEPTEMBER 10TH, 2021

HORARIO Y SALAS / SCHEDULE AND ROOMS		AULA MAGNA	AULA 1	AULA 2	AULA 3	AULA 4
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	08:30H-10:30H	<p>COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR IV Idioma: español Modera: Dr. Luis J. Callarisa Fiol</p>	<p>MARKETING TURÍSTICO IV Idioma: español Modera: Dr. Juan Miguel Alcántara Pilar</p>	<p>TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING IV Idioma: español Modera: Dra. Rebeca San José Cabezudo</p>	<p>DOCENCIA EN MARKETING, EDUCACIÓN SUPERIOR Y MARKETING Idioma: español-inglés Modera: Dr. Teodoro Luque Martínez</p>	<p>MARKETING ESTRATÉGICO I Idioma: inglés Modera: Dra. Carmen Camarero Izquierdo</p>
		<p>LA RELACIÓN ENTRE EL AFICIONADO Y SU CLUB DE BALONCESTO A TRAVÉS DEL VALOR ESPERADO. Mihajlovic, Tina; González-Gallarza Granizo, Martina; Arteaga-Moreno, Francisco Ponencia</p>	<p>LOS INFLUENCERS Y SU REPERCUSIÓN EN LA INTENCIÓN DE VISITA DE UN DESTINO TURÍSTICO Aguilar-Illescas, Rocío; Cortés-Albiac, María Victoria; Rejón-Guardia, Francisco; Anaya-Sánchez, Rafael Ponencia</p>	<p>EXPERIENCIA DEL USUARIO EN SITIOS WEB GAMIFICADOS: TIPO DE JUEGOS, RETOS Y GAMEPLAYS Vega Riera, Elías; Camarero Izquierdo, Carmen; Gutiérrez Arranz, Ana Trabajo en curso</p>	<p>INSTAGRAM AS A LEARNING SPACE TO INTRODUCE VIRTUAL TECHNOLOGY TOOLS IN HIGHER EDUCATION Belanche, Daniel; Flavián, Marta; Ibáñez-Sánchez, Sergio; Pérez-Rueda, Alfredo Ponencia</p>	<p>COLLABORATIVE CONSUMPTION WITH AIRBNB: ANALYSIS OF HUMAN BEHAVIOURAL ASPECTS FROM SEGMENTATION PERSPECTIVE Alcalá García, Blas; Lorenzo Romero, Carlota; Gómez Borja, Miguel Ángel Ponencia</p>
		<p>LA ACTITUD HACIA EL PAÍS DE ORIGEN: UNA PERSPECTIVA MULTIDIMENSIONAL</p>	<p>¿INFLUYE LA RELACIÓN CON EL TRAVEL VLOGGER EN LA INTENCIÓN DE VISITAR UN DESTINO?</p>	<p>LA INFLUENCIA DEL JUGADOR DE ESPORTS SOBRE SU AUDIENCIA Anaya-Sánchez, Rafael; Serra-Bueno, Jorge;</p>	<p>LOS JUEGOS DEL MARKETING: LA HISTORIA DE CÓMO LA INNOVACIÓN DESPERTÓ A LA MOTIVACIÓN</p>	<p>GROUPING WINERIES THROUGH SIZE, AGE AND QUALITY</p>

	<p>Rodríguez Artola, Rosa María; Moliner Tena, Miguel Ángel; Tortosa Edo, Vicente; Callarisa Fiol, Luis José</p> <p>Ponencia</p>	<p>Santateresa-Bernat, Patricia Isabel; Sánchez-García, María Isabel; Currás-Pérez, Rafael</p> <p>Ponencia</p>	<p>Molinillo, Sebastián; Aguilar-Illescas, Rocío</p> <p>Ponencia</p>	<p>Alcántara Pilar, Juan Miguel; Sánchez Duarte, Iván Manuel; Rojas Lamorena, Álvaro José; Rodríguez López, M^a Eugenia; Guerrero Gómez, Tamara</p> <p>Ponencia</p>	<p>Penagos Londoño, Gabriel Ignacio; Ruiz Moreno, Felipe; Sellers Rubio, Ricardo</p> <p>Trabajo en curso</p>
	<p>LA AFINIDAD DEL CONSUMIDOR COMO FACTOR MITIGADOR DEL RECHAZO A CONSUMIR PRODUCTOS EXTRANJEROS</p> <p>Sánchez-Fernández, Raquel; Serrano-Arcos, María del Mar; Pérez-Mesa, Juan Carlos</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>LA EMERGENCIA DE LAS CGM EN EL SECTOR DEL TURISMO: EFECTOS SOBRE LA EFICIENCIA DE LAS CERTIFICACIONES DE SOSTENIBILIDAD</p> <p>Castro López, Adrián; Iglesias, Víctor</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>¡SORPRESA! LA EVALUACIÓN DE LOS AGENTES VIRTUALES EN FUNCIÓN DEL RENDIMIENTO POR TIPO DE TAREA: UN ANÁLISIS DE REVIEWS</p> <p>Armendariz Iñigo, Enrique; Cortiñas, Mónica; Pagola, Miguel</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>¿QUIÉNES SON LOS INVESTIGADORES MÁS INFLUYENTES EN EL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN ESPAÑA? UN ANÁLISIS A TRAVÉS DEL ÍNDICE H</p> <p>Gázquez-Abad, Juan Carlos; Ruiz-Real, José Luis; Garcés-Pinedo, Leonardo Gino; Uribe-Toril, Juan</p> <p>Ponencia</p>	<p>THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING CONTROL MECHANISMS AND FIRM PERFORMANCE IN SPANISH COMPANIES</p> <p>Espinosa Sáez, Daniel; Ortiz Rendón, Paola Andrea; Munuera Alemán, José Luis</p> <p>Trabajo en curso</p>

	<p>LA DISPOSICIÓN A PAGAR UN PRECIO PREMIUM DEL SEGUIDOR DE LA MARCA EN REDES SOCIALES</p> <p>Varela Neira, Concepción; Álvarez Blanco, Carla; Camoiras Rodríguez, Zaira</p> <p>Ponencia</p>	<p>LA EXPERIENCIA DEL ENOTURISTA COMO DETERMINANTE DE COMPRA</p> <p>Sellers Rubio, Ricardo; Nicolau Gonzálbez, Juan Luis</p> <p>Ponencia</p>	<p>LA REALIDAD AUMENTADA COMO LLAVE PARA ABRIR LA TIENDA FÍSICA AL MOBILE-ASSITED SHOWROOMER: ¿PRESENTE O FUTURO DEL RETAIL?</p> <p>Alesanco-Llorente, María; Pelegrín-Borondo, Jorge; Reinares-Lara, Eva; Olarte-Pascual, Cristina</p> <p>Ponencia</p>	<p>UNA MIRADA A LA EVOLUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN EN MARKETING EN ESPAÑA A TRAVÉS DE LOS CONGRESOS DE AEMARK</p> <p>Gázquez-Abad, Juan Carlos; Ruiz-Real, José; Garcés-Pinedo, Leonardo Gino; Martínez-López, Francisco J.</p> <p>Ponencia</p>	<p>UNDERSTANDING THE DYNAMIC PATTERNS OF CUSTOMER EXPERIENCE FROM A COMPETITIVE STANDPOINT: THEIR IMPACT ON CUSTOMER CHOICE</p> <p>Cambra Fierro, Jesús; Gao, Lily (Xuehui); Melero Polo, Iguácel; Trifu, Andreea</p> <p>Trabajo en curso</p>
	<p>LA FAMILIARIDAD DEL CONSUMIDOR CON EL LUGAR DE ORIGEN DEL PRODUCTO. ¿CÓMO INFLUYE EN LA DECISIÓN DE COMPRA?</p> <p>Rodríguez Artola, Rosa María; Bigné Alcañiz, Enrique; Sánchez García, Javier; Moliner Tena, Miguel Ángel</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>MEDICIÓN DE LA IMAGEN GASTRONÓMICA ONLINE DE LA COSTA DEL SOL - MÁLAGA</p> <p>Díaz Casquero, Álvaro; González Robles, Eva María; del Alcázar Martínez, Benjamín</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>REDEFINIR LA PUBLICIDAD EN LA PRENSA DIGITAL: LA EXPERIENCIA DE LOS USUARIOS DE ADBLOCKERS</p> <p>Aznar, Gloria; Redondo, Ignacio</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>METODOLOGÍAS ÁGILES EN TIEMPOS DE PANDEMIA: LA OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES</p> <p>Aragonés Jericó, Cristina; Canales Ronda, Pedro; Hernández Fernández, Asunción; Küster Boluda, Inés; Vila López, Natalia</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>TRANSFORMING B2B CUSTOMER SOLUTIONS INTO SMALL BUSINESS SUPPLIERS' GROWTH</p> <p>Camarero Izquierdo, Carmen; Redondo Carretero, María; Rodríguez Escudero, Ana Isabel</p> <p>Trabajo en curso</p>
	<p>LA REALIDAD VIRTUAL COMO INSTRUMENTO DE PROMOCIÓN DE RESERVAS HOTELERAS</p>	<p>LA SITUACIÓN ACTUAL Y FUTURA DE LA INVESTIGACIÓN EN MARKETING TURÍSTICO. ESPECIAL REFERENCIA AL CONTEXTO ESPAÑOL</p>	<p>ANTECEDENTES PERSONALES DE LA PERCEPCIÓN DE JUSTICIA DE PRECIOS</p> <p>Rios Illán, Ana Isabel; Cuestas Díaz, Pedro Jesús</p>	<p>ANÁLISIS DE LA REPUTACIÓN UNIVERSITARIA. ESPECIAL REFERENCIA A LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS ESPAÑOLAS</p>	

	<p>López Muñoz, Sara; Bigné Alcañiz, Enrique</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>Ruiz-Real, José Luis; Gázquez-Abad, Juan Carlos; Martín-García, María del Mar; Garcés-Pinedo, Leonardo Gino</p> <p>Ponencia</p>	<p>Trabajo en curso</p>	<p>Faraoni, Nina; Luque Martínez, Teodoro; Doña Toledo, Luis</p> <p>Trabajo en curso</p>	
	<p>UN COLECTIVO PARTICULAR: LA RELACIÓN ENTRE CONOCIMIENTO Y CONFIANZA EN LA CALIDAD DEL PRODUCTO DE LOS CHEFS</p> <p>Gutiérrez-Salcedo, María; Fort, Fatiha; Torres-Ruiz, Francisco José</p> <p>Ponencia</p>	<p>INTELIGENCIA EMOCIONAL Y FACTORES SOCIOECONÓMICOS DEL SECTOR TURÍSTICO EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD TRAS EL COVID-19</p> <p>Mudarra Fernández, Ana Belén; Cazallo Antúnez, Ana María; Calahorro López, Alberto</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>PUBLICIDAD PROGRAMÁTICA. ESE “ARTE OSCURO”</p> <p>Fuentes Santos, Paloma; Antón Martín, Carmen; San José Cabezudo, Rebeca</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>EGRESADOS UNIVERSITARIOS Y EMPLEO. ESPECIAL REFERENCIA AL ÁMBITO DE GESTIÓN Y MARKETING</p> <p>Luque Martínez, Teodoro; Doña Toledo, Luis; Faraoni, Nina</p> <p>Trabajo en curso</p>	
		<p>LA SATISFACCIÓN Y EL DELEITE COMO ANTECEDENTES DE LA LEALTAD EN RESTAURANTES. UN ANÁLISIS CROSCULTURAL BASADO EN LA ORIENTACIÓN AL LARGO PLAZO EN DOS TIPOS DE RESTAURANTE</p> <p>Rodríguez López, María Eugenia; Del Barrio-García,</p>		<p>EMPLEO Y REPUTACIÓN UNIVERSITARIA: VÍNCULO CON LA POSICIÓN EN LOS RANKINGS UNIVERSITARIOS</p> <p>Luque Martínez, Tedorodo; Faraoni, Nina; Doña Toledo, Luis</p> <p>Trabajo en curso</p>	

			Salvador; Alcántara-Pilar, Juan Miguel Ponencia			
10:30H-11:00H	PAUSA CAFÉ / COFFEE BREAK					
11:00H-12:30H	SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AULA MAGNA) <i>MEET THE EDITORS</i> Modera/Chair: Dr. Carlos Flavián Blanco					
12:30H-14:00H	SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AULA MAGNA) <i>JUNTA GENERAL DE AEMARK / AEMARK ANNUAL MEETING</i>					
14:00H-15:30H	ALMUERZO / LUNCH (HOTEL PUERTA LA LUNA)					
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	15:30-17:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR V Idioma: español Modera: Dr. Luis Alberto Casado Aranda	MARKETING TURÍSTICO V Idioma: español Modera: Dr. Antoni Serra	INNOVACIÓN Y DECISIONES DE PRODUCTO Y MARCA II Idioma: español Modera: Dra. María del Mar Gómez Rico	MARKETING ESTRATÉGICO II Idioma: español Modera: Dra. Mercedes Martos Partal	
		EFECTOS DEL VALOR DE MARCA BASADO EN EL CLIENTE EN EL COMPROMISO DEL CLIENTE: EL CASO DE PERÚ Olavarría-Jaraba, Ana; Cambra-Fierro, Jesús; Fuentes-Blasco, María; Huerta-Álvarez, Rocío Ponencia	PAPEL DE LAS MARCAS DE GARANTÍA EN LA GENERACIÓN DE CONFIANZA EN EL CONTEXTO DE PANDEMIA DE COVID-19 Cordente Rodríguez, María; Villanueva Álvaro, Juan José; Valero García, José María; Mondéjar Jiménez, Juan	EL EFECTO DEL CONSUMO VERDE SOBRE LA ADOPCIÓN DE ECO-INNOVACIONES EN UN CONTEXTO SOCIAL Cubillas Para, Clara; Tomaseti Solano, Eva; Madrid Guijarro, Antonia Ponencia	UN ESTUDIO EMPÍRICO QUE VINCULA LOS TIPOS DE ESTRATEGIAS Y EL CONTROL DE MARKETING Ortiz Rendòn, Paola Andrea; Munuera-Alemán, José-Luis; Montoya Restrepo, Luz Alexandra Ponencia	

		Antonio; Mondéjar Jiménez, José			
		Trabajo en curso			
	<p>EL SMARTPHONE EN LAS COMPRAS POR TURISTAS EN DESTINO. UN ESTUDIO INTERGENERACIONAL EN DOS CONTEXTOS</p> <p>García-Milon, Alba; Olarte-Pascual, Cristina; Juaneda-Ayensa, Emma; Pelegrín-Borondo, Jorge</p> <p>Ponencia</p>	<p>RECUPERACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO EMERGENTE EN LA ERA COVID: EFECTO DE LA IMAGEN Y DE LA SEGURIDAD</p> <p>Olavarria Jaraba, Ana; Cambra Fierro, Jesús J.; Fuentes Blasco, María; Huerta Álvarez, Rocío</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>¿POR QUÉ SE INICIA UN ATAQUE ONLINE COLABORATIVO CONTRA LA MARCA? EL PAPEL DE LA TRISTEZA, LA IRA Y EL DISGUSTO</p> <p>Delgado Ballester, María Elena; López López, Inés; Bernal Palazón, Alicia</p> <p>Ponencia</p>	<p>EL EFECTO SINÉRGICO DE LAS CAPACIDADES DINÁMICAS SOBRE EL DESEMPEÑO EXPORTADOR EN PERIODOS DE CRISIS ECONÓMICAS</p> <p>Ledesma Chaves, Pablo; Arenas Gaitán, Jorge</p> <p>Trabajo en curso</p>	
	<p>SHOWROOMERS, EL “KILÓMETRO CERO” PARA LOS DETALLISTAS OMNICANAL</p> <p>Viejo Fernández, Nuria; Sanzo Pérez, María José</p> <p>Ponencia</p>	<p>RETOS Y OPORTUNIDADES DE FUTURO PARA EL TURISMO: TURISMO INTELIGENTE Y CO-CREACIÓN</p> <p>Valero García, José María; Villanueva Álvaro, Juan José; Cordente Rodríguez, María; Mondéjar Jiménez, Juan Antonio</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>INFLUENCIA DEL DISEÑO Y ATRACTIVO PERCIBIDO DE UN VINO</p> <p>Díaz Armas, Ricardo Jesús; Fernández Martín, Andrés; Gutiérrez Taño, Desiderio; Baute Díaz, Nisamar</p> <p>Ponencia</p>	<p>IDENTIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL EWOM Y LA IDENTIFICACIÓN CON LA MARCA: EN UNA COMUNIDAD DE MARCA DEPORTIVA FITNESS</p> <p>Díaz Huertas, Néstor Fabián; Deaza Ávila, José Armando; Castiblanco Moreno, Suelen Emilia</p> <p>Ponencia</p>	
	<p>LA REPUTACIÓN CORPORATIVA Y EL WOM COMO ANTECEDENTES DEL BRAND EQUITY EN LAS SERIES DE TELEVISIÓN. EL</p>	<p>REVISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE CO-CREACIÓN DE VALOR EN ENTORNOS VIRTUALES DE</p>	<p>COMPONENTES EVALUATIVOS DE LA EXPERIENCIA DE USO DE LA REALIDAD AUMENTADA</p>	<p>ANALÍTICA DE DATOS Y BIG DATA EN LA GESTIÓN COMERCIAL: IMPACTO EN EL</p>	

	<p>EFFECTO MODERADOR DE LA AVERSIÓN AL RIESGO</p> <p>Rojas-Lamorena, Álvaro J.; Del Barrio-García, Salvador; Alcántara-Pilar, Juan Miguel</p> <p>Ponencia</p>	<p>ECOTURISMO. UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO</p> <p>Hernández López, Laura; Muñoz Leiva, Francisco; Del Barrio García, Salvador</p> <p>Ponencia</p>	<p>González-Rodríguez, Christian; Ortegón-Cortázar, Leonardo; Royo-Vela, Marcelo; Bigne-Alcañiz, Enrique</p> <p>Ponencia</p>	<p>DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL</p> <p>Morales-Serazzi, Manuel; González-Benito, Óscar; Martos-Partal, Mercedes</p> <p>Ponencia</p>	
	<p>LAS FASES DE UNA COMPRA COMPROMETIDA. ESTUDIO DEL MARKETING CON CAUSA EN CONSUMIDORES ALEMANES, AUSTRÍACOS Y ESPAÑOLES.</p> <p>Pérez Sancho, Estefanía; Vázquez Carrasco, Rosario</p> <p>Ponencia</p>	<p>RIESGO PERCIBIDO POR DELITO Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA: APLICACIÓN A TURISTAS CHINOS Y ESPAÑOLES</p> <p>Chávez, Harum; Cervera Taulet, Amparo; Schlesinger, Walesska</p> <p>Ponencia</p>	<p>ATAQUE ONLINE COLABORATIVO CONTRA LA MARCA: ¿PREOCUPACIÓN CÍVICA O IMPULSO NARCISISTA?</p> <p>Delgado Ballester, María Elena; López López, Inés; Bernal Palazón, Alicia</p> <p>Trabajo en curso</p>		
	<p>UN MODELO EXTENDIDO DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO PARA PREDECIR LA INTENCIÓN Y EL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE VINO LOCAL</p> <p>Sabina del Castillo, Edgar J; Díaz Armas, Ricardo J.; Gutiérrez Taño, Desiderio</p> <p>Ponencia</p>	<p>SEGMENTACIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE LA BASE DE SU COMPORTAMIENTO ESPACIO-TEMPORAL EN DESTINOS CULTURALES</p> <p>Martínez Suárez, Rocío; Castañeda García, José Alberto; Rodríguez Molina, Miguel Ángel</p> <p>Ponencia</p>	<p>INNOVACIÓN COLABORATIVA: PERFIL DEL SOCIO, COMUNICACIÓN Y RESULTADOS</p> <p>Santos Vijande, Leticia María; López Sánchez, José Ángel; Gómez Rico, Mar; Molina Collado, Arturo</p> <p>Ponencia</p>		

	<p>UN ENFOQUE DE NEUROCIENCIA DEL CONSUMIDOR PARA MEDIR LAS RESPUESTAS NEURONALES AL "TURISMO INTELIGENTE"</p> <p>Bastidas Manzano, Ana Belén; Casado Aranda, Luis Alberto; Sánchez Fernández, Juan</p> <p>Ponencia</p>	<p>TURISMO RURAL PARA UNA CO-CREACIÓN ALIMENTARIA SOSTENIBLE: DESPENSA DE PROXIMIDAD</p> <p>Fandos Herrera, Carmina; Rubio Pastor, M^a Ángeles</p> <p>Trabajo en curso</p>			
		<p>INTELIGENCIA CULTURAL COMO ANTECEDENTE DE LA SATISFACCIÓN CON LA EXPERIENCIA Y CON LA APP TURÍSTICA</p> <p>Coves Martínez, Ángel Luis; Sabiote Ortiz, Carmen M.^a; Frías Jamilena, Dolores M^a</p> <p>Ponencia</p>			
17:30H-19:00H	CLAUSURA Y ENTREGA DE PREMIOS / CLOSING CEREMONY AND AWARDS				
21:00H	CENA DE GALA (RESTAURANTE VANDELVIRA, BAEZA)				
08:00H-10:30H / 11:00H-13:45H / 15:30H-17:30H	HORARIO DE SECRETARÍA DEL CONGRESO / CONFERENCE OFFICE SCHEDULE				