

## CURRÍCULUM VITAE

Nombre: FRANCISCO JOSÉ SARABIA SÁNCHEZ

Fecha: 7 de abril de 2016

### SITUACIÓN PROFESIONAL

---

Entidad	Universidad Miguel Hernández
Departamento	Estudios Económicos y Financieros
Especialización (UNESCO)	5311 – 5308.02 – 5399 (Sostenibilidad) - 6114.06
Categoría Profesional:	Catedrático de Universidad

### ESPECIALIZACIÓN DOCENTE

---

- Malinvestigación de Mercados (Grado ADE)
- Metodología de la Investigación (Máster MBA y Doctorado)

### LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

---

Marketing Social y Sostenibilidad. Análisis del Consumidor. Marcas Territorio  
Social Marketing and Sustainability. Consumer Analysis. Place Branding.

### PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (5 últimos años)

---

Referencia CSO2013-42524-R. Alimentos reducidos en grasas y jóvenes. Cómo mejorar su comercialización a través del neuromarketing. Universidad de Valencia. Período: 2013 – 2016.

Referencia: SEJ2006-08342/ECON. Comportamiento de ir de Compras de los Consumidores y los Influenciadores de la Selección Minorista: Relevancia de las Variables Psicográficas. Período 2006 – 2010.

### PUBLICACIONES (5 últimos años)

---

Sarabia-Sánchez, F.J.; Cerda-Bertomeu, M.J. (2016 – aceptado para su publicación). Place brand creators' perceptions of brand identity and architectures when creating place brands. Place Branding and Public Diplomacy.

Cerda-Bertomeu, M.J.; Sarabia-Sánchez, F.J. (2016 aceptado para su publicación). Creators' perceptions and their viewpoint on the public sector role when creating place brands. An exploratory analysis. Place Branding and Public Diplomacy.

Rodríguez-Sánchez, C.; Sarabia-Sánchez, F.J. (2016). Perceived risk of urban water consumption: Scale development, validation and characterisation in Spain. Urban Water Journal, doi.10.1080-1573062X.2016.114817.

Sarabia-Sánchez, F.J.; Rodríguez-Sánchez, C. & Hyder, A. (2014). The role of Personal Involvement, Credibility and Efficacy of Conduct in Reported Water Conservation Behaviour. Journal of Environmental Psychology. doi: 10.1016/j.jenvp.2014.02.003.

Sarabia-Sánchez, F.J.; Ostrovskaya, L. (2014). A Redefined Measure of the Tendency to Use Brand Name in Purchasing Decisions. Esic Market. doi: 10.7200/esicm.148.0452.1e.

Sarabia-Sánchez, F.J. (2013) -coordinador-. *Métodos de Investigación en Ciencias Sociales y de la Empresa*. Madrid: Editorial Pirámide.

Sarabia-Sánchez, F.J. y Rodríguez-Sánchez, C. (2013). Attitudes Towards Saving Water, Household Structural Characteristics and Water Consumption. Psychology: Bilingual Journal of Environmental Psychology, 4(2), 115-137.

De Juan Vigaray, M.D.; Sarabia-Sánchez, F.J.; Garau-Vadell, J. (2013). The Acculturation of International Residential Tourists and their Shopping Behaviours. Tourism Management, 36(June), 115-118. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517712002300>.

## CURRÍCULUM VITAE

Nombre: FRANCISCO JOSÉ SARABIA SÁNCHEZ

Fecha: 7 de abril de 2016

- Ostrovskaya, L. y Sarabia-Sánchez, F.J. (2013). Effect of materialism on the use of the brand name in purchasing decisions from a cross-cultural perspective. *Esic Market Economic and Business Journal*, 44(1), 91-115. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2278408](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2278408).
- Ostrovskaya, L. y Sarabia-Sánchez, F.J. (2012). Consumer Values and the Tendency to use the Brand Name in Purchase Decisions: A Comparison between Spain and Russia. *Marketing Management Journal*, 22(2), 19-30. <http://www.mmaglobal.org/MMJ-Archive/MMJArchives.php>.
- Ostrovskaya, L. y Sarabia-Sánchez, F.J. (2013). Efecto del Etnocentrismo sobre la tendencia a usar el nombre de marca en las decisiones de compra. Una aplicación al caso del calzado en España y Rusia. *Innovar Journal*, 23(49), 51-66. <http://www.fce.unal.edu.co/media/files/documentos/Innovar/v23n49/v23n49.pdf>
- Sarabia-Sánchez, F.J.; De Juan Vigaray, M.D.; Hota, M. (2012). Using values and shopping styles to identify fashion apparel segments. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 40(3), 180-199. doi: 10.1108/09590551211207157
- Sarabia-Sánchez, F.J. (2012). Aplicación del Aprendizaje Cooperativo en la Asignatura de 'Investigación Comercial'. En Serrano Gisbert, M.F. (coord.) "Aprendizaje Cooperativo en Contextos Universitarios". Ed. Universidad de Murcia.

### ***PARTICIPACIÓN EN CONGRESOS (5 últimos años)***

---

- Rodriguez-Sanchez, C., Sarabia-Sanchez, F.J., Schuitema, G. & Claudy, M. (2015). Aceptación del consumidor y efecto spillover de introducir un precio por el uso de recursos naturales: el caso del agua en Irlanda. XXVII Congreso de Marketing AEMARK 2015, Pamplona, 9-11 septiembre, ISBN: 978-84-16462-51-3 pp. 745-749.
- Sarabia-Sánchez, F.J. (2014). Ventajas y Desventajas del Aprendizaje Cooperativo. II Jornadas Internacionales de Desarrollo Personal. Universidad Católica San Antonio (UCAM) de Murcia. 30/04/2014. Ponencia invitada en congreso
- De Juan Vigaray, M.D.; Garau-Vadell, J.B.; Sarabia-Sánchez, F.J. y Jiménez, R. (2013). Exploración de los segmentos de Turistas Residenciales Extranjeros mediante sus Motivos de Compra. XXV Congreso Nacional de Marketing. Barcelona, 18-20 de septiembre de 2013. Publicado en libro de abstracts. ISBN: 9788473569552. Editorial Esic.
- Sarabia-Sánchez, F.J.; Ostrovskaya, L. (2013). Propuesta para Medir la Tendencia a Usar el Nombre de Marca en las Decisiones de Compra. XXV Congreso Nacional de Marketing. Barcelona, 18-20 de septiembre de 2013. Publicado en libro de abstracts. ISBN: 9788473569552. Editorial Esic.
- Sarabia-Sánchez, F.J.; Rodríguez-Sánchez, C. (2013). Análisis de un modelo Explicativo de la Conservación del Agua como Comportamiento Sostenible. XXV Congreso Nacional de Marketing. Barcelona, 18-20 de septiembre de 2013. Publicado en libro de abstracts. ISBN: 9788473569552. Editorial Esic.
- De Juan Vigaray, M.D.; Garau-Vadell, J.; Sarabia-Sánchez, F.J. (2012). Aculturación y Comportamiento de Compra de los Turistas Residenciales Extranjeros. XXIV Congreso de Marketing AEMARK. Palma de Mallorca, 12-14 septiembre.
- De Juan Vigaray, M.D.; Sarabia-Sánchez, F.J.; Chumpitaz, R. y Espinosa, A. (2011). Shopping Styles: Analysing and Contrasting the Spanish Scenario. 16th. European Association for Education and Research in the Commercial Distribution Conference. Parma, Italy, 29 June - 01 July. <http://economia.unipr.it/eaercdconference2011/program.htm>

## CURRÍCULUM VITAE

Nombre: FRANCISCO JOSÉ SARABIA SÁNCHEZ

Fecha: 7 de abril de 2016

### **TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS (5 últimos años)**

---

Título: El papel de las Administraciones Públicas al crear Marcas Territorio. Una perspectiva de Marketing.

Doctorando: Cerdá Bertomeu, María José

Universidad: Miguel Hernández

Programa: Marketing y Dirección Estratégica de Empresas

Lectura: 05/02/2015

Título: Influencia de los valores y antivalores de los consumidores en la tendencia a usar el nombre de marca

Doctorando: OSTROVSKAYA, LIUDMILA

Universidad: Miguel Hernández

Programa: Marketing y Dirección Estratégica de Empresas

Lectura: 10/06/2014

### **OTROS MÉRITOS O ACLARACIONES**

---

- **Premio de excelencia docente** según el programa DOCENTIA-UMH verificado por la ANECA con la calificación de EXCELENTE para el período 2010-2011 a 2013/2014.
- **Presidente de Panel de Expertos** de la Fundación para el Conocimiento Madri+d, para la evaluación de títulos oficiales. 2015
- **Evaluador Institucional de Calidad de la Agencia Nacional de Calidad y Acreditación (ANECA)** dentro del Programa de Evaluación Institucional. He participado en Comités de Evaluación Externa, dentro del II Plan Nacional de Calidad de las Universidades en las siguientes titulaciones y universidades:
- **Evaluador para Proyectos de Investigación FEDER** de la Dirección General de Enseñanza Superior e Investigación Científica de la Comunidad Valenciana. Año: 1999
- **Soy/he sido revisor de revistas científicas (Spanisj Journal of Marketing, Universia Business Review, ESIC-MARKET, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Revista de Investigación de Marketing – ESIC., Innovar).**

### **CARGOS ACADÉMICOS (últimos 5 años)**

---

- Director del Programa de Doctorado en Marketing y Dirección Estratégica de Empresas. Universidad Miguel Hernández. Desde septiembre de 2011.
  - Director del Departamento de Estudios Económicos y Financieros. Desde octubre de 2007 hasta mayo de 2011.
-