

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA 24/06/2024

Nombre y apellidos	CESAR SERRANO DOMINGUEZ		
DNI/NIE/pasaporte	28729733L	Edad	55
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	K-6266-2012	
	Código Orcid	0000-0002-7344-3166	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Cádiz		
Dpto./Centro	Marketing y Comunicación		
Dirección	Cádiz, Andalucía, España		
Teléfono	956037012	Correo electrónico	cesar.serrano@uca.es
Categoría profesional	Profesor titular de universidad	Fecha inicio	2009
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave	Gestión de productos, Marketing digital, Packaging. análisis sensorial		

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctor. Economía y empresa		2002

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Indicador	Medida
Índice H	6.0
Número de citas	282.0
Publicaciones en primer cuartil	1.0
Promedio citas/año durante los últimos 5 años	29.0
Fecha del último sexenio	01/01/2023

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Profesor de la Universidad de Cádiz desde 1996. Doctor por la Universidad de Cádiz en 2003.

Ha trabajado en líneas de investigación relacionadas con la distribución, gestión de productos o digitalización y consumo.

Ha dirigido o participado en proyectos de investigación y de innovación docente nacionales, de la Unión Europea e internacionales, en la Unión Europea, Latinoamérica y norte de África. Ha sido profesor invitado en varias universidades Europeas y Latinoamericanas.

Autor y coautor de libros, capítulos de libros, artículos y comunicaciones en congresos nacionales e internacionales.

Miembro del grupo SEJ482 y responsable del mismo desde su creación en 2007.

Anteriormente estuvo en dos grupos de investigación.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Publicación en Revista. Gómez-Carmona, Diego; Cruces-Montes, Serafin Jesus; Marín-Dueñas, Pedro Pablo; Serrano-Dominguez, Cesar; Zayas, Antonio; Paramio, Alberto. 2021. Do You See It Clearly? The Effect of Packaging and Label Format on Google Ads. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. 16, pp. 1648-1666.

Publicación en Revista. GALIANO-CORONIL, ARACELI; Mier-Teran-Franco, Juan Jose; Serrano-Dominguez, Cesar; Tobar, Luis Bayardo. 2021. An Approach to Exploring Non-Governmental Development Organizations Interest Groups on Facebook. Applied Sciences. 11,

Publicación en Revista. Marín-Dueñas, Pedro Pablo; Serrano-Dominguez, Cesar; GALIANO-CORONIL, ARACELI. 2020. LOS UNIVERSITARIOS Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES: UN ANÁLISIS DE SUS HÁBITOS, COMPORTAMIENTOS Y MOTIVACIONES DE USO. Revista Inclusiones: revista de humanidades y ciencias sociales. 7, pp. 125-143.

Publicación en Revista. Serrano-Dominguez, Cesar. 2019. El tamizado de ideas en el proceso de creación de nuevos productos. Teoría y praxis (El Salvador). pp. 5-17.

Libros. Montañés Del Río, Miguel Ángel; Serrano-Dominguez, Cesar; Medina-Garrido, José Aurelio. 2014. Técnicas de Marketing Viral . Esic.

Publicación en Revista. Montañés Del Río, Miguel Ángel; Medina-Garrido, José Aurelio; Serrano-Dominguez, Cesar. 2014. El humor como recurso en una campaña de marketing viral. Mk (Madrid). Julio/agosto, pp. 52-61.

C.2. Proyectos

PR2017-39. Análisis Emocional de los Vinos del Marco de Jerez mediante técnicas de medidas de léxico, grupales, biométricas y psicofisiológicas. UNIVERSIDAD DE CÁDIZ. VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA. 2017-2018. 2300. Investigador Principal Consolidado.

57364-EPP-1-ES-EPPKA2-CBHE-SP. EVAL: Exploitation des Compétences et Valorisation des acquis pour une meilleure Insertion et Visibilité professionnelles. Unión Europea. 2016-2019. 863.004,00 EUR. Investigador/a.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

C.4. Patentes

C.5. Reconocimiento Profesional

Primer Premio en la modalidad atrÉBT! HUMAN, centrada en Empresas de Base Humanística (EBH)..

C.6. Jornada

El marketing aplicado a la docencia de las matemáticas. 09/03/2016.

C.7. Tesis Doctoral

EFFECTOS DEL ENVASE GENÉRICO Y LAS ADVERTENCIAS SANITARIAS DE LOS PRODUCTOS DEL TABACO SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: UN ESTUDIO DESDE EL CAMPO DEL MARKETING SOCIAL.

DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL MEDIO RURAL: ANÁLISIS DE LOS ALOJAMIENTOS RURALES EN ANDALUCÍA.

LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN LAS ONGD: UN ESTUDIO DESDE LA ÓPTICA DEL MARKETING SOCIAL.

ESTUDIO DEL SOCIAL MEDIA MARKETING EN EL SECTOR HOTELERO.

C.8. Congreso

ESTUDIO SOBRE LA IMAGEN DE MARCA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON LA MARCA UCA. EL CASO DE LA ASIGNATURA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. 26/10/2016.

Desarrollo de proyectos reales en la docencia universitaria. Una investigación comercial aplicada a la imagen de marca-universidad. 12/12/2017.

Análisis de la efectividad del anuncio de vino en Google. Un estudio de eye-tracking. 08/09/2021.

La satisfacción del paciente en tiempo de Pandemia. . 28/04/2021.

Gestión de la Marca Personal de las futbolistas profesionales de España en el entorno digital. . 28/04/2021.

C.9. Proyecto de Innovación Docente

DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA DEL OBSERVATORIO DE SALIDAS PROFESIONALES DEL GRADO DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. 2014-2015.

Competencias Profesionales y Docencia (II). Experiencia de implantación de un sistema de evaluación transversal de competencias en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados. 2017-2018.

USO DE HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS EN ASIGNATURAS DE GRADO PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN: EL POSTER ACADEMICO. 2017-2018.

C.10. Congreso

VII Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público y No Lucrativo. 2015-2015.

C.11. Congreso

UNIVERSIDAD Y MARCA CORPORATIVA: EL CASO DE LA MARCA UNIVERSIDA DE CADIZ. 25/10/2017.

C.12. Jornada

El poster academico como herramienta alternativa para la presentacio n de trabajos en asignaturas de grado. 18/09/2018.

C.13. Cursos, Programas o Seminarios

Formación de personal de la Universidad de Ciencias Técnicas de Orán (Argelia).

C.14. Pertenencia Sociedad Científica

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional.