

# SALVADOR DEL BARRIO GARCIA

Grupo de Investigación: ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING (ADEMAR) (Cod.: SEJ241)

Departamento: Universidad de Granada. Comercialización e Investigación de Mercados

Citas en Google Scholar: [https://scholar.google.es/citations?user=7Sdld\\_4AAAAJ&hl=es](https://scholar.google.es/citations?user=7Sdld_4AAAAJ&hl=es)

Código ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6144-0240>

RG: [https://www.researchgate.net/profile/Salvador\\_Garcia8](https://www.researchgate.net/profile/Salvador_Garcia8)

Mendeley: <https://www.mendeley.com/profiles/salvador-del-barrio-garcia/>

Correo electrónico: [dbarrio@ugr.es](mailto:dbarrio@ugr.es)

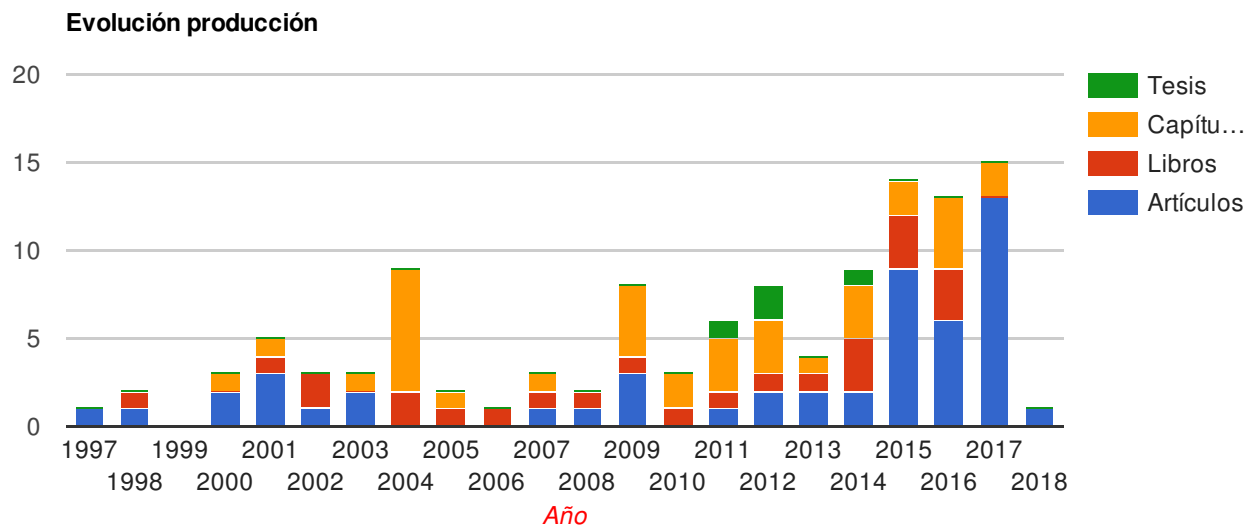
Código: 34742



Ficha del Directorio

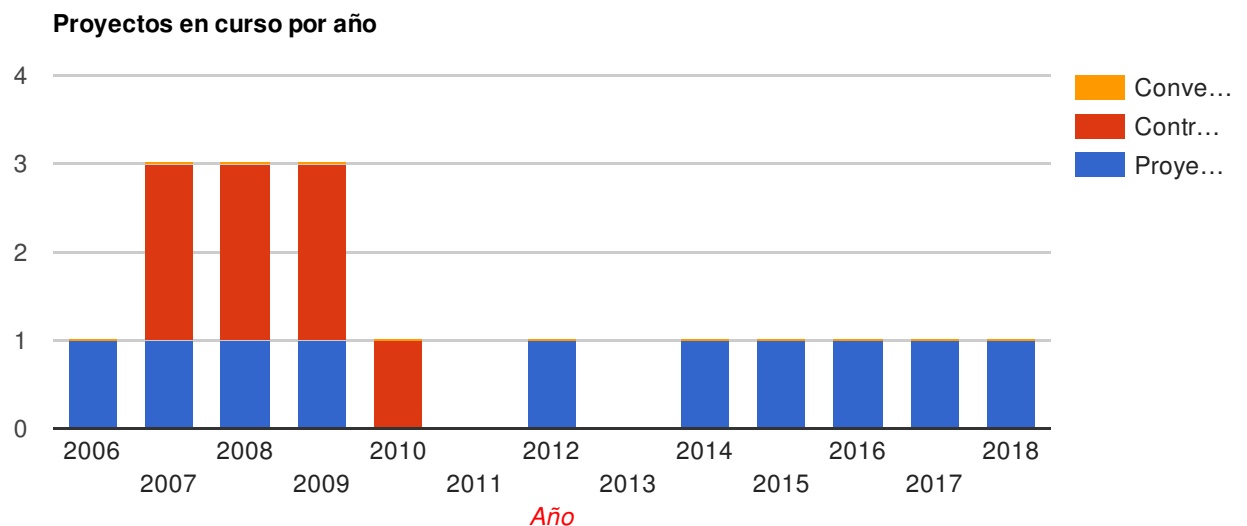
## Producción 115

Artículos (51) Libros (24) Capítulos de Libros (36) Tesis dirigidas (4)



## Proyectos dirigidos 7

Proyectos (3) Contratos (4) Convenios (0)



## Actividades 11

<b>Título publicación</b>	<b>Fuente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Fecha</b>
Enhancing consumer attitudes toward a website as a contributing factor in business success	Tourism & management studies	Articulo	2018
Antecedents of affect toward a travel destination in an online environment	Journal of destination marketing & management	Articulo	2017
Análisis del papel moderador de la cultura en el efecto del riesgo percibido sobre la aceptación de un sitio web de un destino turístico	Innovar. revista de ciencias administrativas y sociales	Articulo	2017
Do adhocracy and market cultures facilitate firm-wide integrated marketing communication (imc)?	International journal of advertising	Articulo	2017
Effects of cultural difference on users' online experience with a travel website: a structural equation modelling approach	Journal of destination marketing & management	Articulo	2017
Effects of cultural difference on users' online experience with a destination website: a structural equation modelling approach	Journal of destination marketing & management	Articulo	2017
El papel moderador del control de incertidumbre, la orientación a largo plazo y el individualismo en el efecto del riesgo percibido sobre la aceptación de un sitio web	Innovar. revista de ciencias administrativas y sociales	Articulo	2017
Examining the mediating role of integrated marketing communication on the relationship between adhocracy culture and brand advantage	Advances in advertising research (vol. vii) bridging the gap between advertising academia and practice	Capítulo de libro	2017
Language as a cultural vessel in online servicescapes: its impact on consumers' perceived risk, attitudes and behavioural intentions. journal of consumer behaviour	Journal of consumer behaviour	Articulo	2017
Las consecuencias de navegar en español vs. inglés a la hora de desarrollar la lealtad hacia un destino turístico en internet	Cuadernos de gestión	Articulo	2017
Las consecuencias de navegar en español vs. inglés a la hora de desarrollar la lealtad hacia un destino turístico en internet	Cuadernos de gestión	Articulo	2017
Measuring integrated marketing communication by taking a broad organisational approach: the firm-wide imc scale	European journal of marketing	Articulo	2017
Modeling the antecedents and effects of integrated marketing communication (imc) in the hospitality industry: an extended abstract	Marketing at the confluence between entertainment and analytics	Capítulo de libro	2017
The antecedent role of online satisfaction, perceived risk online, and perceived website usability on the affect towards travel destinations	Journal of destination marketing & management	Articulo	2017
Towards understanding online information processing in e-tourism: does national culture matter?	Journal of travel & tourism marketing	Articulo	2017
What drives students' loyalty-formation in social media learning within a personal learning environment approach? the moderating role of need for cognition	Journal of educational computing research	Articulo	2017
Claves de marketing en el nuevo escenario de la distribución comercial	Krk ediciones	Libros	2016
Constructing a synthetic indicator of research activity	Scientometrics	Articulo	2016
Do online discounts and free gifts damage service brand image? the moderating role of promotion-proneness	Service business	Articulo	2016
El papel moderador del diseño web y la cultura del país en la respuesta del consumidor online. una aplicación a los destinos turísticos	European research on management and business economics	Articulo	2016
Estudio de opinión de los egresados de máster de la universidad de granada. la inserción laboral en el campus	Editorial universidad de granada.	Libros	2016

de excelencia internacional biotic. año 2012.			
Estudio de opinión de los titulados de la universidad de granada. la inserción laboral en el campus de excelencia internacional biotic. año 2012.	Universidad de granada	Libros	2016
Modelización de la relación entre cultura adhocrática y resultados de marca: el papel mediador de la comunicación integrada de marketing (cim)	Claves de marketing en el nuevo escenario de la distribución comercial	Capítulo de libro	2016
Online airline ticket purchasing: influence of online sales promotion type and internet experience	Journal of air transport management	Articulo	2016
Online information effects across culture	International encyclopedia of intercultural communication	Capítulo de libro	2016
Propuesta de rankings de universidades españolas en redes sociales	El profesional de la informacion	Articulo	2016
The mediating role of integrated corporate communication on the relationship between organizational culture and market performance	Rediscovering the essentiality of marketing	Capítulo de libro	2016
The moderating role of language in the relationship between perceived risk, perceived usability, and satisfaction online	Rediscovering the essentiality of marketing	Capítulo de libro	2016
The moderator role of web design and culture of the country in the online consumer response. an application to tourism destination	European research on management and business economics	Articulo	2016
A review of psycho- vs. socio-linguistics theories: an application to marketing research	Analyzing the cultural diversity of consumers in the global marketplace	Capítulo de libro	2015
Analyzing the culturally diverse consumer in the global marketplace	Igi global	Libros	2015
Antecedents of attitude toward the website: the moderating role of long-term orientation and individualism	Cross cultural management	Articulo	2015
Cross-cultural comparison of the relationships among perceived risk online, perceived usability and satisfaction during browsing of a tourist website	Tourism & management studies	Articulo	2015
Discovering prominent themes of integrated marketing communication research from 1991 to 2012: a co-word analytic approach	International journal of advertising	Articulo	2015
Estudio de egresados de másteres de la universidad de granada. la inserción laboral en el campus de excelencia biotic (2011)	Universidad de granada	Libros	2015
Estudio de egresados de la universidad de granada. la inserción laboral en el campus de excelencia internacional biotic (2011)	Universidad de granada	Libros	2015
Expert versus novice users: comparative analysis of the effectiveness of online discounts and gifts	Revista española de investigación de marketing	Articulo	2015
Motivational duality in online consumer behaviour: website usability and flow state as moderating factors	International journal of business and economics	Articulo	2015
Motivational duality in online consumer behavior: website usability and flow state as moderating factors	International journal of business and economics	Articulo	2015
Novice and expert internet users: influence of price discounts on attitude toward the banner and website	The international journal of management science and information technology	Articulo	2015
Personal learning environments acceptance model: the role of need for cognition, e-learning satisfaction and students' perceptions	Journal of educational technology & society	Articulo	2015
The moderating role of language on perceived risk and information-processing online	Analyzing the cultural diversity of consumers in the global marketplace	Capítulo de libro	2015

What type of online sales promotion do airline users prefer? analysis of the moderating role of users' online experience level	Tourism & management studies	Articulo	2015
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, facultad de ciencias económicas y empresariales	Tesis doctoral	2014
Estudio de egresados de másteres de la universidad de granada. la inserción laboral en el campus de excelencia internacional (2010)	Universidad de granada	Libros	2014
Estudio de egresados de másteres de la universidad de granada. la inserción laboral en el campus de excelencia internacional (2010)	Universidad de granada	Libros	2014
Estudio de egresados de la universidad de granada. la inserción laboral en el campus de excelencia internacional biotic (2010)	Editorial universidad de granada	Libros	2014
Experts vs. novices: influence of promotional benefit type on their online purchase intention	Handbook of research on enterprise 2.0: technological, social, and organizational dimensions	Capítulo de libro	2014
La comunicación integrada corporativa como factor clave para la mejora de los resultados empresariales en el sector turístico español	Experiencia y comportamiento del cliente en un entorno multicanal: claves de éxito para fabricantes y detallistas	Capítulo de libro	2014
Perceived risk in e-commerce and the development of loyalty: the moderating effect of website design, the cultural framework of language, and the user's flow state	Electronic payment systems for competitive advantage in ecommerce	Capítulo de libro	2014
Quality of internet user recall: a comparative analysis by online sales promotion type	Journal of advertising research	Articulo	2014
Una visión de las humanidades digitales a través de sus centros	El profesional de la informacion	Articulo	2014
A cross-cultural analysis of the effect of language on perceived risk online	Computers in human behavior	Articulo	2013
Building brand image through online sales promotion: a comparative study between the web user's experience and their promotion-proneness	Advances in advertising research (vol. iv) the changing roles of advertising	Capítulo de libro	2013
Determinants of satisfaction with holidays and hospitality in rural tourism in spain: the moderating effect of tourists' previous experience	Cornell hospitality quarterly	Articulo	2013
Estudio de egresados de la universidad de granada. la inserción laboral en el campus de excelencia internacional biotic (2009)	Universidad de granada	Libros	2013
Análisis de ecuaciones estructurales	Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados, 2ª edición	Capítulo de libro	2012
El tipo de incentivo como determinante en el atractivo de la promoción de venta en turismo rural. efecto moderador del sexo, la edad y la experiencia	Revista española de investigación de marketing	Articulo	2012
Efecto del diseño web y el estado de flujo sobre el procesamiento de un sitio web	Estrategias multicanal en el ámbito de la distribución: fabricante y distribuidor preocupados por ofrecer nuevas experiencias de compra diferenciadas	Capítulo de libro	2012
El papel actual de la venta personal en la comunicación de marketing: una perspectiva relacional e integral	Venta personal. una perspectiva integrada y relacional	Capítulo de libro	2012
How integrated marketing communications (imc) works? a theoretical review and an analysis of its main drivers and effects	Communication & society	Articulo	2012

Modelización del comportamiento del consumidor online. el efecto moderador de la cultura, el diseño web y el idioma	Universidad de granada, universidad de granada. facultad de educación, economía y tecnología de ceuta	Tesis doctoral	2012
Modelización del comportamiento del consumidor online. el papel moderador de la cultura, el diseño y el idioma		Tesis doctoral	2012
Venta personal. una perspectiva integrada y relacional	Editorial uoc	Libros	2012
An overview of the concept of marketing orientation in the higher educationsector	Marketing akademicki. rola uniwersytetów w promocji miast regionów	Capítulo de libro	2011
Determinants and consequences of satisfaction with rural tourism: the moderating effect of the previous tourists's experience	Journal of marketing trends	Articulo	2011
Estrategias competitivas en canales de distribución comercial tradicional versus online. influencia de la promoción de ventas on-line sobre la visita web y la intención de compra on-line. análisis de sus principales moderadores	Estrategias competitivas en canales de distribución comercial tradicional versus online	Capítulo de libro	2011
Estudio de egresados de la universidad de granada. 2007	Editorial universidad de granada	Libros	2011
Eficacia de la promoción de ventas on-line. influencia del tipo de incentivo promocional y de la experiencia de uso web	Universidad de granada, facultad de ciencias económicas y empresariales	Tesis doctoral	2011
Influencia de la promoción de ventas on-line sobre la visita web y la intención de compra on-line. análisis de sus principales moderadores	Estrategias competitivas en canales de distribución comercial tradicional versus online	Capítulo de libro	2011
Estudio de egresados de la universidad de granada. año 2006	Editorial universidad de granada	Libros	2010
Higher education decentralization and national convergence: are they compatible? the case of spain	Edulearn2010	Capítulo de libro	2010
The importance of management in public higher education institutions in spain	Edulearn2010	Capítulo de libro	2010
Análisis del gasto de los estudiantes de la universidad de granada	Estudio del impacto económico de la universidad de granada en su entorno	Capítulo de libro	2009
Estudio del impacto económico de la universidad de granada en su entorno	Editorial universidad de granada	Libros	2009
La estimación del impacto económico de la universidad de granada en su entorno. modelo final.	Estudio del impacto económico de la universidad de granada en su entorno	Capítulo de libro	2009
La universidad de granada en el sistema universitario español	Estudio del impacto económico de la universidad de granada en su entorno	Capítulo de libro	2009
Los estudios del impacto económico de la universidad: qué son, cómo se desarrollan y cuáles son sus limitaciones	Estudio del impacto económico de la universidad de granada en su entorno	Capítulo de libro	2009
La modelización de la imagen de ciudad desde la perspectiva de los líderes de opinión externos	Eure	Articulo	2009
Modelling university image: the teaching staff viewpoint	Public relations review	Articulo	2009
The value of client perceptions in university strategic planning: an empirical analysis study	Industry and higher education	Articulo	2009
El usuario de promociones de ventas on-line. influencia de la experiencia de uso con la marca y con el medio	Revista europea de dirección y economía de la empresa	Articulo	2008
Estudio de egresados de la universidad de granada (años 2004 y 2005)	Universidad de granada	Libros	2008
Estrategias y técnicas de comunicación.	Editorial uoc, s.l.	Libros	2007
La auditoría de comunicación: ¿cómo lo estamos haciendo?	Estrategias y técnicas de comunicación.	Capítulo de libro	2007

Modeling a city's image: the case of granada	Cities	Articulo	2007
Plan estratégico universidad de granada (2006-2010)	Universidad de granada	Libros	2006
Estrategia de comunicación internacional	Marketing internacional	Capítulo de libro	2005
Marketing internacional	Uoc	Libros	2005
Dirección de comunicación	Uoc	Libros	2004
El gabinete de comunicación	Dirección de comunicación	Capítulo de libro	2004
Estratègia de comunicació internacional	Màrqueting internacional	Capítulo de libro	2004
Introducción a la comunicación	Dirección de comunicación	Capítulo de libro	2004
La auditoria de comunicación: evaluación externa	Dirección de comunicación	Capítulo de libro	2004
La comunicación institucional	Dirección de comunicación	Capítulo de libro	2004
Las relaciones públicas: comunicación en situaciones de crisis	Dirección de comunicación	Capítulo de libro	2004
Las relaciones públicas: eventos y protocolo	Dirección de comunicación	Capítulo de libro	2004
Màrqueting internacional	Uoc	Libros	2004
El papel moderador de la posición de mercado relativa de la marca anunciada en la eficacia de la publicidad comparativa	Revista europea de dirección y economía de la empresa	Articulo	2003
Modelling consumer response to differing levels of comparative advertising	European journal of marketing	Articulo	2003
Técnicas de promoción de ventas	Promoción comercial : un enfoque integrado	Capítulo de libro	2003
Granada vista por los granadinos	Ayuntamiento de granada	Libros	2002
Granada vista por los líderes de opinión externos	Ayuntamiento de granada	Libros	2002
La credibilidad como elemento clave en la eficacia de la publicidad comparativa en prensa: un estudio experimental	Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa	Articulo	2002
El papel moderador de las respuestas cognitivas en la eficacia de la publicidad comparativa	Investigacion y marketing	Articulo	2001
La nueva identidad corporativa de puleva	Comunicación comercial : casos prácticos	Capítulo de libro	2001
La publicidad comparativa : situación actual y análisis	Pearson educacion	Libros	2001
La publicidad comparativa y sus potenciales beneficios sobre la información del consumidor: un estudio empírico	Estudios sobre consumo	Articulo	2001
Procesamiento central versus periférico: análisis diferencial entre la publicidad comparativa directa, indirecta y no comparativa	Revista española de investigación de marketing	Articulo	2001
Consumer ethnocentrism measurement: an assessment of the reliability and validity of the cetscale in spain	European journal of marketing	Articulo	2000
El analisis de ecuaciones estructurales	Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados	Capítulo de libro	2000
Posicionamiento mediante análisis factorial de correspondencias	Investigacion y marketing	Articulo	2000
Comercio minorista y comportamiento del consumidor granadino	Camara oficial de comercio, industria y navegacion de granada	Libros	1998
La promocion de ventas detallista: un estudio diferencial	Investigacion y marketing	Articulo	1998

de la gran superficie versus la tienda tradicional	investigacion y marketing	Articulo	1996
Los atributos calidad y marca-denominacion de origen en el proceso de decision del consumidor granadino	Estudios sobre consumo	Articulo	1997

	<b>Título proyecto</b>	<b>Tipo</b>	<b>Inicio</b>	<b>Fin</b>
1	Estrategias de comunicación en redes sociales virtuales para el sector hotelero en andalucía. una perspectiva cross-cultural.	Proyecto	1/30/14	6/30/18
2	Efectos de la implantación de la comunicación integrada de marketing en la imagen de las organizaciones y en la respuesta del consumidor desde una perspectiva del neuromarketing	Proyecto	4/10/12	12/31/12
3	Campaña de promoción de la imagen y comercio del municipio de alfacar	Contrato	4/6/09	5/2/10
4	Plan de desarrollo local del municipio de villanueva de las torres	Contrato	12/2/08	9/30/09
5	Estudio del impacto económico de la universidad de granada en su entorno	Proyecto	6/1/06	7/4/09
6	Estudio de seguimiento de los egresados de la universidad de granada 2003-2004 y 2004-2005	Contrato	6/1/07	5/10/08
7	Codificación y análisis de encuestas de medios en la provincia de granada	Contrato	6/1/07	6/20/07

## Actividades 11

<b>Título actividad</b>	<b>Fuente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Fecha</b>
Participación en: asociación española de marketing académico y profesional ( )		Comité científico en sociedad ci	Jun 1, 2006
Participación en: asociación europea de dirección y economía de la empresa (aedem) ( )		Comité científico en sociedad ci	Jan 1, 1996
Participación en comité de revista: cornell hospitality quarterly: hospitality leadership through learning		Comités científicos de revista	Jan 1, 2004
Participación en comité de revista: innovar : revista de ciencias administrativas y sociales    innovar: journal of administrative and social sciences		Comités científicos de revista	Jan 1, 2004
Participación en comité de revista: comunicación y sociedad: revista de la facultad de comunicación (universidad de navarra)		Comités científicos de revista	Jan 1, 2004
Participación en comité de revista: cuadernos de economía y dirección de la empresa		Comités científicos de revista	Feb 1, 2006
Participación en comité de revista: cyberpsychology & behavior		Comités científicos de revista	Apr 1, 2009
Participación en comité de revista: journal of research in science teaching		Comités científicos de revista	Sep 1, 2008
Participación en comité de revista: revista europea de dirección y economía de la empresa		Comités científicos de revista	Jan 1, 1999
Participación en comité de revista: european journal of marketing		Comités científicos de revista	Jan 1, 2004
Participación en comité de revista: revista española de investigación de marketing		Comités científicos de revista	Jan 1, 2005

## Colaboradores

- **TEODORO LUQUE MARTINEZ** (42)



- JUAN MIGUEL ALCANTARA PILAR (29)
- ESMERALDA CRESPO ALMENDROS (23)
- LUCIA PORCU (19)
- JOSE ANGEL IBAÑEZ ZAPATA (18)
- JUAN SANCHEZ FERNANDEZ (15)
- MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ MOLINA (10)
- Luis Doña Toledo (7)
- FRANCISCO JAVIER BLANCO ENCOMIENDA (5)
- DOLORES MARIA FRIAS JAMILENA (4)
- ESTEBAN ROMERO FRIAS (3)
- FRANCISCO MUÑOZ LEIVA (3)
- LORENZA LOPEZ MORENO (3)
- JOSÉ MANUEL AGUAYO MORAL (2)
- VICTORIA EUGENIA GALÁN MUROS (2)
- ENRIQUE ANTONIO RUBIO LOPEZ (1)
- ESTRELLA (STELLA) MARTÍNEZ RODRIGO (1)
- FRANCISCO JAVIER LLORENS MONTES (1)
- FRANCISCO JAVIER MONTORO RIOS (1)
- GUILLERMO MARAVER TARIFA (1)
- JOSE ALBERTO CASTAÑEDA GARCIA (1)
- María Eugenia Rodríguez López (1)
- NURIA ESTHER HURTADO TORRES (1)
- OSCAR CORDÓN GARCÍA (1)