

Parte A. DATOS PERSONALES		Fecha del CVA	15/01/2017
Nombre y apellidos	ÁNGEL FRANCISCO VILLAREJO RAMOS		
DNI/NIE/pasaporte	28722335G	Edad	49
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	K-3582-2014	
	Código Orcid	0000-0002-6916-2839	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	UNIVERSIDAD DE SEVILLA		
Dpto./Centro	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING		
Dirección	AVDA. RAMÓN Y CAJAL, s/n (41001) SEVILLA		
Teléfono	954554463	correo electrónico	curro@us.es
Categoría profesional	Profesor titular de universidad	Fecha inicio	17/10/2008
Espec. cód. UNESCO	531105 , 531212		
Palabras clave	INTERNET, SERVICIOS ONLINE, TRANSPORTE, TIC		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Sevilla	1991
Doctor en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Sevilla	2001

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

Dos sexenios de Investigación concedidos en las convocatorias de 2009 y 2015. Según Google Scholar, el autor tiene un **índice h de 9** (9 publicaciones citadas más de 9 veces), y un **índice i10 de 9** (9 publicaciones se han citado más de 10 veces) con un total de **610 citas**. Un índice **RG score** de Research Gate de **13.64** con **h-index 7** y **290 citas**. Según ResearchID (Thomson Reuters) el investigador tiene **68 citas**, **11,33 citas promedio por artículo** y **h-index 4**.

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Profesor Titular de Universidad del área de Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) en la Universidad de Sevilla. Director académico del Máster en Marketing y Estrategias en Social Media, título propio de posgrado en la Universidad de Sevilla. Publicaciones en revistas nacionales e internacionales de alto impacto en el ámbito del marketing, educación y TIC, así como numerosas aportaciones a congresos nacionales e internacionales. Las principales líneas de investigación se han centrado en varios campos: a) branding, con publicaciones en revistas como Journal of Brand Management, Journal of Product & Brand Management, Investigaciones Europeas en Dirección y Economía de la Empresa, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, ESIC-Market, entre otras; b) calidad de servicio y comportamiento del consumidor, con publicaciones en Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, Service Industries Journal, Estudios sobre Consumo, entre otras; c) innovación educativa, con artículos en revistas como Computers & Education, Revista Española de Pedagogía; y d) TIC y marketing, publicando en Information & Management, Revista COMUNICAR, Procedia-Social and Behavioral Sciences, Revista INNOVAR, Revista NOVATICA, The International Journal of Management Science and Information Technology, entre otras. Ponencias defendidas en congresos internacionales como European Marketing Academy Congress (EMAC), World Business Congress (IMDA), World Marketing Congress (AMS), International Conference E-Commerce (IADIS), International Congress of Marketing Trends, World Conference on Educational Sciences (WCES), World Scientific and Engineering Academy Society (WSEAS), International Conference on Education and New Learning Technologies, World Conference on Learning, Teaching and Educational Leadership, entre otros.

Investigador Principal del Proyecto de Excelencia (Junta de Andalucía) denominado “Sociedad de la información en colectivos emergentes en Andalucía: e-inclusión & e-accesibilidad” finalizado en el año 2013, e investigador en otros proyectos de excelencia como “Efectos de las capacidades organizativas sobre la creación de valor en el ámbito de los servicios” años 2006-2009 y actualmente investigador en el proyecto de excelencia titulado “Calidad Relacional, Inmersión Digital y Bienestar Social desde una Perspectiva de Género. Una Aplicación de las Redes Sociales Online en la Mujer Rural Andaluza”. Desde 1994, investigador en el Grupo de Investigación del Plan Andaluz de investigación, “Organización y Marketing”.

Revisor en revistas científicas como The Services Industries Journal, International Journal of Wine Business Research, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Revista Galega de Economía, Revista Empresa y Humanismo; y en congresos nacionales e internacionales del área del marketing y la organización de empresas como Congreso Nacional AEDEM, Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, Congreso Nacional AEMARK e International Congress Marketing Trends.

Como docente profesor invitado en cursos de posgrado y máster en la Universidad de Santiago de Compostela, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad San Jorge (Zaragoza), Universidad Pablo de Olavide (Sevilla) y Universidad de Granada.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES *(ordenados por tipología)*

C.1. Publicaciones: REVISTAS

1) Rondan-Cataluña, F.J.; Sanchez-Franco, M.J.; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2010), Searching for latent class segments in technological services. **Service Industries Journal**, 30 (6), 831-849.

Times Cited: 8 en ResearchID, 19 en Google Scholar, 10 en Scopus.

For **2010**, the journal **SERVICE INDUSTRIES JOURNAL** has an Impact Factor of **1.071**.

Category Name	Total Journals in Category	Journal Rank in Category	Quartile in Category
MANAGEMENT	144	81	Q3

2) Sanchez-Franco, M.J.; **Villarejo Ramos, A.F.**; Martin Velicia, F.A (2009), The moderating effect of gender on relationship quality and loyalty toward Internet service providers. **Information & Management**, 46 (3), 196-202.

Times Cited: 49 en ResearchID, 151 en Google Scholar

For **2009**, the journal **INFORMATION & MANAGEMENT** has an Impact Factor of **2.282**

Category Name	Total Journals in Category	Journal Rank in Category	Quartile in Category
COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS	116	21	Q1

3) Sánchez-Franco, M.J.; Martin-Velicia, F A.; **Villarejo-Ramos, A. F.** (2007), The TAM model and higher learning: a study on the moderating effect of, gender. **Revista Española de Pedagogía**, 65 (238), 459-478.

Times Cited: 1 en ResearchID, 1 en Google Scholar, 1 en Scopus.

For **2007**, the journal **REVISTA ESPAÑOLA DE PEDAGOGÍA** has an Impact Factor of **0.109**

Category Name	Total Journals in Category	Journal Rank in Category	Quartile in Category
EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH	105	101	Q4

4) Sánchez-Franco, Manuel J.; Peral-Peral, B.; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2014), Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. **Computers & Education**, 74, 81-97.

Times Cited: 4 en ResearchID, 8 en Google Scholar. 5 en Scopus.

For **2014**, the journal **COMPUTERS & EDUCATION** has an Impact Factor of **2.556**.

Category Name	Total Journals in Category	Journal Rank in Category	Quartile in Category
EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH	219	12	Q1

5) Peral-Peral, B; Arenas Gaitán, J.; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2015), From digital divide to psycho-digital divide: Elders and online social networks. **Revista Comunicar** [DOI](http://dx.doi.org/10.3916/C45-2015-06) <http://dx.doi.org/10.3916/C45-2015-06> E-ISSN: 1988-3293 / ISSN: 1134-3478.

Times Cited: 4 en Google Scholar, 3 en Scopus

For **2015**, the journal **COMUNICAR** has an Impact Factor of **1,438**.

Category Name	Total Journals in Category	Journal Rank in Category	Rank	Quartile in Category
COMMUNICATION	79	19		Q1

6) Sánchez-Franco, M.J.; Rondán-Cataluña, F.J; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2007), Un modelo empírico de adaptación y uso de la Web. Utilidad, facilidad de uso y flujo percibidos. **Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa**, 10 (30), 153-179.

Times Cited: 19 en Google Scholar.

For **2010**, the journal **CUADERNOS DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA** has an Impact Factor of **0.268**.

Category Name	Total Journals in Category	Journal Rank in Category	Quartile in Category
BUSINESS	103	92	Q4

7) **Villarejo-Ramos, A.F.**; Rondán Cataluña, FJ; Revilla García. M.A. (2016), Typology of online shoppers over 55. **Revista INNOVAR**, 26 (59), 61-72.

SJR (2015): 0,137; H Index: 5

8) **Villarejo-Ramos, A.F.**; Sanchez-Franco, M.J. (2005), The impact of marketing communication and price promotion on brand equity. **The Journal of Brand Management** 12 (6), 431-444.

Times Cited: 242 en Google Scholar.

9) Sánchez-Franco, MJ; **Villarejo-Ramos, ÁF**; Martín-Velicia, FA (2011). Social integration and post-adoption usage of Social Network Sites An analysis of effects on learning performance. **Procedia-Social and Behavioral Sciences** 15, 256-262

Times Cited: 6 en ResearchID, 21 en Google Scholar. 9 en Scopus.

SJR (2011): 0,168; H Index: 16

10) Sánchez Franco, M.J.; **Villarejo-Ramos, A.F.** Peral-Peral, B.; Buitrago Esquinas; E. y Roldán-Salgueiro, J.L. (2013). Users' Perception of Visual Design and the Usefulness of A Web-based Educational Tool. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** (ISSN: 1877-0428), Vol. 93 (2013), pp.1916-21.

SJR (2013): 0,15; H Index: 16

11) Rondán Cataluña, FJ; Sánchez Franco, MJ, **Villarejo Ramos, AF** (2005). Are hypermarket prices different from discount store prices? **Journal of Product & Brand Management** 14 (5), 330-337.

SJR (2006): 0,195; H Index: 32

Times Cited: 22 en Google Scholar. 7 en Scopus.

C.1. Publicaciones: CAPÍTULOS DE LIBROS

12) **Villarejo-Ramos, ÁF** Sánchez-Franco, MJ García-Vacas, EM... (2014) Modelling the Influence of eWOM on Loyalty Behaviour in Social Network Sites. En **Strategies in E-Business**, Springer, 11-28. Indexing in SCOPUS.

13) Peral-Peral, B., **Villarejo-Ramos, A.F.**, Sánchez-Franco, M.J (2014). Gender differences in the technology's classic models in social network sites. En **Electronic Payment Systems for Competitive Advantage in E-Commerce**, IGI-Global, 126-142 (ISBN: 978-146665191-3) DOI: 10.4018/978-1-4666-5190-6.ch008. Indexing in SCOPUS.

14) Plaza-Lora, A; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2016). Hedonic and Utilitarian Effects of the Adoption and Use of Social Commerce. En **Cooperative and Networking Strategies in Small Business**. Springer (ISBN: 978-3-319-44508-3), Cham (Suiza), pp.155-173. Indexing in SCOPUS.

C.2. Proyectos

1) Referencia del proyecto: P09-SEJ-4568

Título: Sociedad de la Información en Colectivos Emergentes en Andalucía: e-Inclusión y e-Accesibilidad

Investigador principal: **Ángel Francisco Villarejo Ramos**

Entidad financiadora: PROYECTO DE EXCELENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Duración: 03/02/2010-03/02/2014

Financiación recibida (en euros): 48000

2) Referencia del proyecto: P06-SEJ-01975

Título: Efectos de las capacidades organizativas sobre la creación de valor en el ámbito de los servicios

Investigador principal: Carmen Barroso Castro

Entidad financiadora: PROYECTO DE EXCELENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Duración: 13/04/2007-12/04/2010

Financiación recibida (en euros): 80000

3) Referencia del Proyecto: P10-SEJ-5801

Título: Calidad Relacional, Inmersión Digital y Bienestar Social desde una Perspectiva de Género. Una Aplicación de las Redes Sociales Online en la Mujer Rural Andaluza

Investigador principal: Manuel J. Sánchez Franco

Entidad financiadora: PROYECTO DE EXCELENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Duración: 15/03/2011-15/03/2015

Financiación recibida (en euros): 50000

C.3. Contratos

1. Estudio-investigación sobre la valoración de los socios y aficionados del Real Betis Balompié a la gestión y el funcionamiento del club como entidad social y deportiva. (1861/0664) **Investigador Principal**
2. Realización de un estudio-investigación sobre el perfil y las percepciones del socio y/o aficionado del Real Betis Balompié.(1521/0577) **Investigador Principal**
3. Asesoramiento técnico en materia de elaboración de programas de eficiencia y economía en la gestión de los recursos públicos de la administración de la Junta de Andalucía ([1249/0142](#) - Investigador)

4. Cátedra de Emprendedores - PRODETUR 2009 (0585/0014 - Investigador)
5. Patrocinio de la Cátedra de Emprendedores por parte de Andalucía Emprende, FPA. (0715/0014 - Investigador)
6. Cátedra de Emprendedores y Nueva Economía 2009-2010 (Innovar en Alcalá de Guadaíra). (0486/0014 - Investigador)
7. Cátedra de Emprendedores y Nueva Economía 2008 (0037/0014 - Investigador)
8. Estudio sobre las percepciones de los clientes sobre catálogos de B.P. OIL España, S.A. (SI-073/05 - Investigador)
9. Análisis y evolución política de los municipios de Sevilla y provincia: 1979-2003 (SI-099/04 - Investigador)

C.5, C.6, C.7... Otros