

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)**Fecha del CVA**

08/10/24

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	María Isabel
Apellidos	Viedma del Jesus
Sexo (*)	
Dirección email	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Profesora Titular de Universidad
Fecha inicio	08/12/2016
Organismo/ Institución	Universidad de Granada
Departamento/ Centro	Comercialización e Investigación de Mercados
País	España
Palabras clave	Neuromarketing; Psicofisiología; Marketing Social; Comportamiento del Consumidor

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
07/01/2004-31/10/2007	Investigadora en Formación (FPU)/Universidad de Granada/España
01/11/2007-27/09/2009	Profesora Sustituta Interina/Universidad de Granada/España
28/09/2009-31/10/2012	Profesora Ayudante Doctora/Universidad de Granada/España
01/11/2012-07/12/2016	Profesora Contratada Doctora Indefinida

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Licenciada en Psicología	Universidad de Granada/España	2003
Doctora en Psicología	Universidad de Granada/España	2008

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios)

El currículum presentado muestra, a mi criterio, una trayectoria profesional continua e integral como investigadora y docente. A continuación, se resume esta trayectoria aportando los datos más significativos.

Es especialmente destacable la aceptación de los resultados obtenidos en mis investigaciones por la comunidad científica, reflejada claramente por las diversas contribuciones a congresos nacionales e internacionales (tanto del ámbito de la psicofisiología como del marketing), así como artículos en revistas internacionales de reconocido impacto (como Tobacco Control, Psychopharmacology, Scientometrics, Psicothema, Psychophysiology, International Journal of Psychophysiology, Journal of Advertising Research, Journal of Cleaner Production, Journal of Interactive Marketing, entre otras). Los resultados de estas investigaciones son avalados por el número de citas recibidas. A continuación, se muestran los datos más relevantes:

INDICIOS GENERALES DE CALIDAD

Citas totales: 1214 (en Google Scholar) y 558 (en Web of Science).

Índice h: 15 (en Google Scholar) y 13 (en Web of Science).

Sexenios de investigación: 3.

Tramos docentes: 3

Tramos autonómicos: 5

ACTIVIDAD INVESTIGADORA

- Número de **artículos en revistas:** 19. Concretamente, 16 son JCR, la mayoría en Q1(8) y Q2(5), de los que 4 están situados en el Top 10% de los más citados; 1 artículo SJR; 1 artículo In-Recs del primer decil; 1 artículo divulgativo.

- 3 **capítulos de libro SPI** publicados en las editoriales de prestigio según SPI (1Q1 y 2Q2).

- Número de **participaciones en congresos:** 37 (de los cuales 19 de carácter internacional).

- Participación como miembro del **comité científico** de 3 congresos internacionales; miembro de la **secretaría técnica** de otro congreso internacional; y miembro del **comité organizador** de un congreso nacional.

- 9 **proyectos de investigación** subvencionados en convocatorias públicas, de los cuales 7 como miembro del equipo investigador; 2 como IP (1 proyecto FEDER subvencionado con 40000 euros y un proyecto del Plan Propio de la Universidad de Granada subvencionado con 3000 euros).

- 2 **estancias de investigación predoctorales** de dos meses de duración cada una, en centros de reconocido prestigio de la Universidad Lusófona (Portugal) y la Universidad de Sheffield (Reino Unido) y 1 **estancia de investigación postdoctoral** de investigación de 4 meses (1 de junio al 30 de septiembre de 2024) en Center ISTAR-IUL-Information Sciences, Technologies and Architecture Research (University of Lisbon, Portugal, posición 201-300 ARWU, 2023).

- 1 **tesis** leída (CUM LAUDE) con 1 artículo JCR(Q2); 1 tesis supervisada en desarrollo.

- 30 **Trabajo Final de Máster dirigidos** (defendidos): de los cuales 19 con la calificación de sobresaliente, 1 matrícula de honor y 8 notables.

- **Mención** al artículo científico "Neural responses to hedonic and utilitarian banner ads: A consumer neuroscience study" como uno de los **mejores artículos** publicados en la Journal of Interactive Marketing en 2022, así como el premio AEMARK al mejor artículo de investigación (en el XXXIV Congreso Internacional de marketing AEMARK 2023).

- **Directora del grupo de investigación** "Marketing y cambio social" de la Junta de Andalucía (SEJ-625).

APORTACIONES A LA SOCIEDAD

Así mismo, también es destacable las aportaciones realizadas a la sociedad a partir de la participación en 3 contratos de investigación con empresas como la Cámara de Comercio de Granada y la Fundación General UGR Empresa. Así también con un artículo divulgativo en el sector del aceite de oliva a través de la revista Olimerca (Revista Olimerca información de mercados para el sector del aceite de oliva y otros aceites vegetales).

OTRAS APORTACIONES RELEVANTES: DOCENCIA Y GESTIÓN

- **Docente de la Universidad de Granada** desde el año 2005 hasta la actualidad, impartiendo asignaturas de diversa índole en diferentes titulaciones tanto de **grado** como **postgrado**.

- Calificación de **excelente** en las evaluaciones docentes.

- Participación en 8 **proyectos de innovación docente**, de los cuales 6 como miembro del equipo y 2 como investigadora principal.

- 9 **contribuciones en congresos docentes** de carácter internacional.

- **Coordinadora de un Máster Propio** de la Universidad de Granada (Máster de Neuromarketing Aplicado) desde el 2016 hasta el 2019; y **coordinadora de especialidad en un máster oficial** (Máster de Profesorado de Secundaria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas de la UGR), desde el 2009 hasta el 2012.

- **Subdirectora** del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la UGR durante 4 años y **Secretaria** del mismo departamento durante 14 meses. Actualmente vuelve a ser Secretaria de este departamento (desde 6 de marzo de 2024).

- **Coordinadora del Programa de Movilidad Nacional Sicue-Séneca** durante 5 años.

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con "peer review" y conferencias (entre paréntesis se indican el número de citas totales).

- Casado-Aranda, Luis Alberto; Sánchez-Fernández, Juan; **Viedma-del-Jesús, Maria Isabel**. 2022. Neural responses to hedonic and utilitarian banner ads: A consumer neuroscience study. *Journal of Interactive Marketing*, 57(2): 296-322 (Q1, D1, FI:11.318). DOI: 10.1177/10949968221087259 (9).
- Casado-Aranda, Luis Alberto; Sánchez-Fernández, Juan; **Viedma-del-Jesús, Maria Isabel**. 2021. Analysis of the scientific production of the effect of COVID-19 on the environment: A bibliometric study. *Environmental Research*, 110416 (Q1, FI:8431). DOI: 10.1016/j.envres.2020.110416 (117).
- Guerrero-Medina, Carlos Alberto; Martínez-Fiestas, Myriam, **Viedma-del-Jesús, Maria Isabel**; Casado-Aranda, Luis Alberto. 2020. The processing of price during purchase decision making: Are there neural differences among prosocial and non-prosocial consumers? *Journal of Cleaner Production*, 271, 122648 (Q1, FI: 9297). DOI: 10.1016/j.jclepro.2020.122648 (42).
- Guerrero-Medina, Carlos Alberto; Martínez-Fiestas, Myriam; **Viedma-del-Jesus, Maria Isabel**; Alzamora-Ruiz, Jessica. 2020. Living wage in the framework of corporate social responsibility: Analyzing its impact on consumer response. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 27(5): 2060-2070 (Q1, FI: 8741). DOI: 10.1002/csr.1946 (1).
- Steiner-Correa, Filipe; **Viedma-Del Jesus, Maria Isabel**; López-Herrera, Antonio G. 2018. A survey of multilingual human-tagged short message datasets for sentiment analysis tasks. *Soft Computing*. 22(24): 8227-8242 (Q2, FI: 2784). DOI: 10.1007/s00500-017-2766-5 (18).
- Liébana-Cabanillas, Francisco J.; Muñoz-Leiva, Francisco; Sanchez-Fernandez, Juan; **Viedma-Del Jesus, Maria Isabel**. 2016. The moderating effect of user experience on satisfaction with electronic banking: empirical evidence from the Spanish case. *Information Systems and e-Business Management*. 14: 141-165 (Q2, FI:1723). DOI: 10.1007/s10257-015-0277-4 (95).
- Martinez-Fiestas, Myriam; **Viedma-Del Jesus, Maria Isabel**; Sanchez-Fernandez, Juan; Montoro-Rios, Francisco Javier. 2015. A psychophysiological approach for measuring response to messaging: how consumers emotionally process green advertising. *Journal of Advertising Research*. 55: 192-205 (Q2, FI:0.985). DOI: 10.2501/JAR-55-2-192-205 (60).
- Muñoz-García, Miguel Ángel; **Viedma-Del Jesus, Maria Isabel**; Roselló, Francisca; Sanchez-Nacher, Noelia; Montoya, Pedro; Vila-Castellar, Jaime. 2013. The emotional impact of European tobacco-warning images. *Tobacco Control*. 22: 123-129 (Q1, FI: 5150). DOI: 10.1136/tobaccocontrol-2011-050070 (29).
- Muñoz-Leiva, Francisco; **Viedma-Del Jesus, Maria Isabel**; Sánchez-Fernández, Juan; López-Herrera, Antonio Gabriel. 2012. An Application of Co-Word Analysis and Bibliometric Maps for Detecting the Most Highlighting Themes in the Consumer Behaviour Based Research from a Longitudinal Perspective. *Quality & Quantity*. 46: 1077-1095 (Q3, FI: 0.728). DOI: 10.1007/s11135-011-9565-3 (222).
- Viedma-Del Jesus, Maria Isabel**; Perakakis, Pandelis; Muñoz-García, Miguel Ángel; Vila-Castellar, Jaime. 2011. Sketching the First Forty-Five Years of the Journal Psychophysiology (1964-2008): A Co-word Based Analysis. *Psychophysiology*. 48: 1029-1036 (Q1, FI: 3.290). DOI: 10.1111/j.1469-8986.2011.01171.x (121).

C.2. Congresos. Algunos de los más relevantes de los últimos 10 años son:

- (1) Sánchez-Fernández, F.L.; Viedma-del Jesus, M. Isabel; Martínez-Fiestas, M.; Montoro-Ríos, F.J. Evaluación atencional de mensajes que promueven un comportamiento de juego responsable: un enfoque de eye-tracking (comunicación oral). XXXV Congreso Internacional de Marketing (AEMARK, 2024). Cuenca, 2024.
- (2) Casado-Aranda, Luis Alberto; Sánchez-Fernández, Juan; **Viedma-del Jesus, M. Isabel**; Cobos-Fernández, Myriam; Bastidas-Manzano, Ana Belén. Evaluación del autocontrol de jugadores expuestos a mensajes que fomentan comportamientos responsables de juego online: un estudio de neuroimagen (comunicación oral). XXXIV Congreso Internacional de Marketing (AEMARK, 2023). Madrid, 2023.
- (3) Guerrero, Carlos Alberto; Martínez-Fiestas, Myriam; **Viedma-del Jesus, M. Isabel**. The LW form the Marketing Perspective: Analyzing its impact in the consumer responses (comunicación oral). 25th International Conference on Corporate and Marketing Communications (CMC, 2020). Granada, 2021.
- (4) Steiner Correa, Filipe; **Viedma del Jesus, M.I.**; López Herrera, Antonio Gabriel

(comunicación oral). Minería de Opiniones y análisis de sentimientos web: metodología y aplicación para el desarrollo empresarial. XXVIII Congreso Nacional de Marketing. León, 2016.

C.3. Proyectos más relevantes en los que ha participado.

(1) Miembro del equipo de investigación. IP: Luis Alberto Casado Aranda Ref.: SUBV23/00008. Título: Estrategias de comunicación que fomentan comportamientos responsables de juego online: neurociencia del consumidor. Entidad: Ministerio de Sanidad y Consumo. Duración: 2023-2024. Cuantía: 130842,5€.

(2) IP: María Isabel Viedma del Jesus-Luis Alberto Casado Aranda Ref.: A-SEJ-426-UGR20. Título: NeurOGAME!: Neuroscience as a tool for the analysis of the cognitive and affective effects caused by communication elements that promote responsible online gambling behaviors. Entidad: FEDER. Duración: 2021-2023. Cuantía: 40.000€.

(3) Miembro del equipo de investigación. IP: Juan Sánchez Fernández. Ref.: B-SEJ-220-UGR18. Título: Analysis of the neurological mechanisms involved in the processing of information concerning the impact on health of the consumption of packaged foods. Duración: 2020-2022. Entidad: Consejería Economía, Investigación y Ciencia. Cuantía: 13.050€.

(4) Miembro del equipo de investigación. IP: Juan Sánchez Fernández. Ref.: P12-SEJ-1980; Título: El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable. Entidad: Junta de Andalucía. Duración: 2014-2018. Cuantía: 64745€.

(5) Miembro del equipo de investigación. IP: Francisco Muñoz Leiva. Ref.: ECO2012-39576. Título: Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva de neuromarketing. Entidad: Ministerio de Ciencia e Innovación. Duración: 2013-2015. Cuantía: 29250€.

(6) Miembro del equipo de investigación. IP: Salvador Del Barrio García. Ref.: 20F12/43. Título: 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 de neuromarketing. Entidad: CEI-BIO-TIC Universidad de Granada. Duración: 2012-2012. Cuantía: 30000€.

(7) Miembro del equipo de investigación. IP: Francisco Javier Montoro Ríos. Ref.: P10-SEJ-6768. Título: Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible. Entidad: Consejería de Economía, Innovación y Ciencia. Duración: 2011-2014. Cuantía: 46755€.

(8) IP: María Isabel Viedma del Jesus. Ref.: PP2009-07. Título: Indicadores psicofisiológicos del comportamiento de consumo sostenible: análisis de la efectividad de mensajes relativos al cuidado del medio ambiente. Entidad: Plan Propio Universidad de Granada. Duración: 2010-2010. Cuantía: 3000€.

C.4.Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados. Contratos.

(1) Investigadora Colaboradora. IP: Myriam Martínez Fiestas. Título: Identificación de las necesidades/problemáticas de las empresas granadinas que deben ser abordadas desde la política municipal. Entidad: Cámara de Comercio, Industria, Navegación y Servicios de Granada/UGR (15/05/2023-14/06/2023). Cuantía: 10.890 euros. Número de contrato: 5923.

(2) Investigadora Colaboradora. IP: Myriam Martínez Fiestas. Título: Impacto de las conexiones aéreo-ferroviarias de Granada en el desarrollo económico de la provincia. Entidad: Cámara de Comercio, Industria, Navegación y Servicios de Granada/UGR. (19/10/2022-08/12/2022). Cuantía: 14.520 euros. Número de contrato: 5581.

(3) Investigadora Colaboradora. IP: Juan Sánchez Fernández. Título: Evaluación del profesorado y servicios ofertados por el Centro de Lenguas Modernas. Entidad: Fundación General UGR empresa/Formación y Gestión de Granada S.L. (01/08/2011-31/07/2012). Cuantía: 19.995 euros. Número de contrato: 2047-10.