

## Un estudio de tres profesores de nuestra Facultad ha sido premiado como la mejor investigación del año en Marketing

14/02/2019



Una investigación



realizada por los profesores Luis Alberto Casado Aranda, Juan Sánchez Fernández y Francisco José Liébana Cabanillas, del departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, ha sido elegida la mejor del año por la revista 'Journal of Interactive Marketing'

'Journal of Interactive Marketing' es la tercera revista más importante en el campo del Marketing, según el índice JCR y clasificada como Q1 (Impact Factor 3,86) en el campo del Business. Según Scimago, se sitúa en el Top Ten de las revistas de Marketing. Cada año, esta revista publica 30 trabajos relacionados con materias como big data, marketing y medios sociales, comportamiento del consumidor on line o marketing viral, entre otras muchas.

Los investigadores de la **UGR** recogerán este premio durante la IMRC (Interactive Marketing Research Conference), que se celebrará en The Mays Business School de

<http://fccee.ugr.es/>

la University of Houston (Texas) del 27 al 29 de marzo.

Para llevar a cabo esta investigación, sus autores trabajaron con una muestra formada por 30 sujetos (hombres y mujeres) representativa de los consumidores que compran online en nuestro país, a quienes realizaron una resonancia magnética funcional (fMRI, por sus siglas en inglés) mientras decidían qué medio de pago usarían para comprar productos en los que no hay que invertir mucho esfuerzo (entrada de cine o libro) y qué tipo de riesgo les afectaba más. El trabajo concluye que nuestro cerebro percibe Paypal, un sistema de pago 'on line', como un método más seguro y confiable que las tarjetas de débito.

Enhorabuena a todos!!

Para más información:

<https://goo.gl/AKhRis>

## Tags de esta página

LINK: mejor investigación en marketing ->

/static/RelatedInformation/\*/elementos/mejor%20investigaci%C3%83%C2%B3n%20en%20mar