

Elena Fraj Andrés

CONTACTO

Profesora Titular de Universidad del área de Comercialización e Investigación de Mercados en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza.

Las principales líneas de investigación en las que está trabajando son el comportamiento de compra del consumidor responsable, la estrategia de marketing medioambiental y el marketing en la educación.

Dirección: Facultad de Economía y Empresa. Campus Paraíso. Gran Vía, 2. CP: 50.005, Zaragoza.

Teléfono Interno: 876 554 732

Teléfono Externo: 976 761 000

Extensión: 4732

E-mail: efrac@unizar.es

INVESTIGACIÓN

Publicaciones más relevantes:

Alves, R. R; **Fraj-Andrés, E.**; Rojo-Alboreca y Gracioli, C.R. (2019): "Implementation of Forest Certification in Brazil, Spain and Portugal: an Analytic Hierarchy Process (AHP) Application", **International Forestry Review**, Vol. 12, No. 1, 11-22.

Fraj-Andrés, E; Lucia-Palacios, L. y Pérez-López, R. (2020): "Reducing resistance to repeating a wiki activity: What can teachers do?" **British Journal of Educational Technology**. doi:10.1111/bjet.12903.

Fraj, E., Lucia, L. y Pérez, R. (2018), "How extroversion affects student attitude toward the combined use of a wiki and video recording of group presentations", **Computers & Education** ,Vol. 119, 31-43.

Orús, C., Barlés, M. J., Belanche, D., Fraj, E. y Gurrea, R. (2016), "The effects of learner-generated videos for YouTube on learning outcomes and satisfaction", **Computers & Education** , Vol. 95, 254-269.

Fraj, E., Matute, J. y Melero, I. (2015) "Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as determinants of environmental success", **Tourism Management**, Vol.46, 30-42.

Fraj, E., Melero, I. y Matute, J. (2013) "El aprendizaje y la innovación como determinantes del desarrollo de una capacidad de gestión medioambiental proactiva". **Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas**, Vol.16(3), 180-194.

Fraj, E., Martínez, E., y Matute, J. (2013) "Green marketing in B2B organizations: An empirical analysis from the natural-resource-based view of the firm", **Journal of Business and Industrial**

Marketing, Vol.28(5), 396-410.

Barlés, M.J., Fraj, E. y Martínez, E. (2013) "Purchase decision-making in the couple. Conflict-Solving Tactics", **International Journal of Business and Social Science**, Vol. 4(6), 28-43.

Barlés, M.J., Fraj, E. y Martínez, E. (2013) "Family vacation decision making: The role of woman", **Journal of Travel & Tourism Marketing**, Vol.30, 873-890.

Fraj, E., Matute, J. y Rueda, A. (2012) "Hacia un modelo integrador de los antecedentes y consecuencias de la proactividad medioambiental en las organizaciones", **INNOVAR**, Journal of Administrative and Social Sciences, Vol. 22 (3), 179-195.

Fraj, E., López, M.E., Melero, I. y Vázquez, R. (2012) "Company Image and Corporate Social Responsibility: Talking with SME Managers", **Marketing Intelligence and Planning**, Vol.30 (2), 266-280.

Fraj, E., Martínez, E. y Matute, J. (2011) "Green marketing strategy and the firm's performance: the moderating role of environmental culture", **Journal of Strategic Marketing**, Vol.19 (4), 335-351.

Fraj, E., Martínez E., y Matute, J. (2011) "Marketing y medio ambiente: una aproximación a la situación de la industria española". **Universia Business Review**, Vol.31, 156-183.

Fraj, E., Martínez, E. y Matute, J. (2011) "La influencia de la filosofía del marketing medioambiental en el resultado empresarial: el papel moderador de las características organizacionales". **Revista Española de Investigación en Marketing**, Vol. 15 (1), 127-149.

Barlés, M. J., Fraj, E. y Martínez, E. (2011) "The couple's role in holiday decision making: an empirical study.", **Journal of Marketing Trends**, Vol.1(7), 1961-7798).

Fraj, E., Martínez, E. y Matute, J. (2010) "La influencia de factores de presión en el comportamiento medioambiental de la empresa: análisis del efecto moderador del tipo de actividad". **Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa**, Vol. 19(1), 127-146.

Fraj, E., Martínez, E. y Matute, J. (2009) "A multidimensional approach to the influence of environmental marketing and orientation on the firm's organizational performance", **Journal of Business Ethics**, Vol. 88 (2), 263-286.

Fraj, E., Martínez, E. y Matute, J. (2009) "Factors Affecting corporate environmental strategy in Spanish industrial firms", **Business Strategy and the environment**, Vol. 18, 500-514.

DOCENCIA

Asignaturas de Grado:

Grado de Administración y Dirección de Empresas:

- Introducción al Marketing

Grado de Economía:

- Fundamentos de Marketing

Grado de Marketing e Investigación de Mercados:

- Marketing y Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Asignaturas de Postgrado:

Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

- Marketing Medioambiental