

Ana Mínguez Penalva

CONTACTO

Doctora por la Universidad de Zaragoza en Economía y Gestión de las Organizaciones, en el Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados.

Sus principales líneas de investigación se centran en los campos del comportamiento prosocial, las donaciones caritativas, la formación de hábitos saludables como el ejercicio, y el marketing relacional. También ha publicado sus estudios en diversas revistas científicas como *Journal of Service Research*, *Journal of Business Research* y *Journal of Service Theory and Practice*, entre otras.

Dirección: Facultad de Economía y Empresa. Campus Río Ebro. C/María de Luna s/n «Ed. Lorenzo Normante». CP: 50018, Zaragoza

Teléfono interno:

Teléfono externo: +34 976 762 747

E-mail: aminguez@unizar.es

PUBLICACIONES

Minguez, A. & Sese, F. J. (2023) Periodic Versus Aggregate Donations: Leveraging Donation Frequencies to Cultivate the Regular Donor Portfolio, ***Journal of Service Research***, 26 (2), 283-299.

Minguez, A. & Sese, F. J. (2022) Why do you want a relationship, anyway? Consent to receive marketing communications and donors' willingness to engage with nonprofits, ***Journal of Business Research***, 148, 356-367.

Minguez, A. & Sese, F. J. (2022) How does relationship length influence donation amount over time for regular members of nonprofit organizations? The moderating role of donation frequency, ***Journal of Service Theory and Practice***, 32(3), 432-451.

Minguez, A. & Sese, F. J. (2022) Social norms and recognition in social fundraising campaigns: The moderating role of self-construal. ***Journal of Philanthropy and Marketing***, 27(1), e1706.

Minguez, A. & Sese, F. J. (2021) Understanding the Effectiveness of Social Influence Appeals in Charitable Giving: The Roles of Affinity with the Cause, and Past Giving Behavior, ***Journal of Marketing Theory and Practice***, 29(3), 375-386.

DOCENCIA

2023-2024

- Marketing público y no lucrativo (Grado en Marketing e Investigación de Mercados)
- Decisiones sobre producto y marca (Grado en Marketing e Investigación de Mercados)

2022-2023

- Marketing agroalimentario (Máster en Ingeniería Agronómica)
- Creación de productos turísticos (Máster en Dirección y Planificación del Turismo)

- Gestión empresarial (Grado en ADE)
- Gestión empresarial (Grado en ADE)
- Organización y gestión de asociaciones deportivas (Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte)

2019-2022

- Fijación de precios (Grado en Marketing e Investigación de Mercados)

2018-2019

- Simulación comercial (Grado en Marketing e Investigación de Mercados)
- Investigación de mercados (Grado en Marketing e Investigación de Mercados)