

# Lorena Blasco Arcas

## CONTACTO

**Doctora por la Universidad de Zaragoza y, en la actualidad, Profesora Titular (Associate Professor) en ESCP Business School.**

Tras trabajar en el sector cultural como directora artística de programación, empezó su carrera académica como ayudante-doctor en la Facultad de Empresa y Gestión Pública en Huesca. Lorena tiene una amplia experiencia docente en marketing tanto en grado como posgrado y formación ejecutiva a nivel internacional, habiendo colaborado con instituciones en América, Europa y Asia.

Sus intereses de investigación se centran en el comportamiento del consumidor en entornos digitales, centrándose en procesos de co-creación digital, influencia social y engagement del cliente y el impacto de nuevas tecnologías en las relaciones comerciales.

**Dirección:** ESCP Business School ([www.escp.eu](http://www.escp.eu)). C/Arroyofresno, 1. 28035, Madrid

**Teléfono externo:** 913862511

**E-mail:** lblasco@escp.eu

## INVESTIGACIÓN

### Publicaciones más relevantes:

Blasco-Arcas, L., Alexander, M., Sörhammar, D., Jonas, J. M., Raithel, S., & Chen, T. (2020): "Organizing actor Engagement: A platform perspective", *Journal of Business Research*, Vol. 118, 74-85.

Lee, H. H. M., & Blasco-Arcas, L. (2020): "Influencer marketing post Covid-19: Notes on being a personal brand", *Managing a Post-Covid19 Era*, 25.

Blasco-Arcas, L., Ortega, B. H., & Martínez, J. J. (2019): «Let me see how others socialize to co-create my own experiences»: the importance of C2C interactions-related cues in it-service environments" **In Omnichannel Marketing: las nuevas reglas de la distribución y el consumo en un mundo omnicanal** (pp. 49-75). Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial.

Blasco-Arcas, L., Hernandez-Ortega, B. I., & Jimenez-Martinez, J. (2016), "Engagement platforms: The role of emotions in fostering customer engagement and brand image in interactive media", *Journal of Service Theory and Practice*, Vol26(5), 559-589.

Blasco-Arcas, L., Hernández-Ortega, B. y Jiménez-Martínez, J. (2014), "The online purchase as a context for co-creating experiences: drivers of and consequences for customer behavior", *Internet Research*, vol.24(3), pp.393-412.

Blasco-Arcas, L., Hernández-Ortega, B. y Jiménez-Martínez, J. (2014), "Collaborating online: the role of interactivity and personalization", *The Service Industries Journal*, vol.34(8), pp.677-698.

Blasco-Arcas, L., Hernández-Ortega, B. y Jiménez-Martínez, J. (2014), "Adopting television as a new channel for e-commerce. The influence of interactive technologies on consumer behavior", *Electronic Commerce Research Journal*, vol. 13(4), pp.457-475.

Blasco-Arcas, L. , Buil, I. , Hernández-Ortega, B. y Sesé, F.J. (2013) "Using clickers in class. The role of interactivity, active collaborative learning and engagement in learning performance", Computers and Education, vol.62 (March), pp. 102-110.

Blasco, L., Buil, I., Hernández, B. y Sesé F. J. (2012), "Student attitudes and learning performance derived from the use of clickers in class", EDUTEC-e, Vol. 40.

Blasco-Arcas, L., Aznar-Baranda, J.I., Hernández-Ortega, B. & Ruiz-Mas, J. (2011), "IPTV as a services distribution channel: The importance of interactivity and personalization in the purchasing of news-on-demand packages", Industrial Management & Data Systems, vol.111 (9), pp.1381 - 1398.

## **DOCENCIA**

Lorena imparte docencia en diversos programas de posgrado en ESCP Business School en las áreas de analíticas de marketing y decisiones basadas en datos, así como en marketing digital y gestión estratégica de redes sociales. Asimismo, colabora con programas ejecutivos y es invitada regularmente a impartir seminarios en estos temas en otras instituciones.

### **MSc in Marketing and Digital Media**

- Data & Analytics for Decision-making
- Social Media Management

### **Master in Management (Grand-Ecole Master Program)**

- Data-driven Marketing
- Marketing and Customer Analytics

### **MBA in international management**

- Business and Marketing Analytics
- Digital Marketing and Social Media

### **Executive Education**

- Executive MS in Communication (Paris Campus)- Digital Seminar
- Executive MS in Marketing Sales & Services (CFVG, Vietnam)- "Big Data and Marketing Analytics"