

María Victoria Bordonaba Juste

CONTACTO

Titular de Universidad del Dpto. de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Ha publicado diversos artículos de marketing y estrategia empresarial en revistas nacionales e internacionales, como Journal of Business Research, Internet Research, Supply Chain Management: An International Journal, European Journal of Marketing o Journal of Business and Industrial Marketing, entre otros. Sus principales líneas de investigación se centran en el marketing de relaciones, la supervivencia de empresas, el sector de la franquicia y las nuevas tecnologías.

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

Teléfono: 976761000

Extensión: 4696

E-mail: vbordon@unizar.es

INVESTIGACIÓN

Publicaciones más relevantes:

Bordonaba-Juste, M. V., Lucia-Palacios, L., & Pérez-López, R. (2020): "Generational differences in valuing usefulness, privacy and security negative experiences for paying for cloud services", **Information Systems and e-Business Management**, 1-26.

<https://doi.org/10.1007/s10257-020-00462-8>

Pérez-López, R., Gurrea-Sarasa, R., Herrando, C., Martín-De Hoyos, M. J., Bordonaba-Juste, V., & Utrillas-Acerete, A. (2020): "The generation of student engagement as a cognition-affect-behaviour process in a Twitter learning experience". **Australasian Journal of Educational Technology**, Vol. 36, No. 3, 132-146. <https://doi.org/10.14742/ajet.5751>

Borraz-Mora, J; Bordonaba-Juste, V., Polo Redondo, Y. (2016): "El cliente omnicanal en banca electrónica: un análisis del mercado español", **Información Comercial Española: ICE. Revista de economía (Tribuna de Economía)**, Vol.:N.891 jul-agosto pp.: 181-198

Bordonaba, V. y Pina, J.M. (2018), "Students' Experience with Online Simulation Games: From Computer Anxiety to Satisfaction", *Interacting with Computers*, Vol. 30(2), 162-171.

Borraz-Mora, J., Bordonaba-Juste, V., y Polo-Redondo, Y. (2017), "FUNCTIONAL BARRIERS TO THE ADOPTION OF ELECTRONIC BANKING: THE MODERATING EFFECT OF GENDER", *Revista de Economía Aplicada*, Vol.: XXV, N. 75, pp.: 87-107.

Lucia, L., Bordonaba, V., Polo, Y. y Grünhagen, M. (2016), "Complementary IT resources for enabling technological opportunism", *Information & Management*, Vol. 53 (5), 654-667.

Bordonaba, V., Grünhagen, M., Lucia, L. y Polo, Y. (2014) "Technological opportunism effects on IT adoption, intra-firm diffusion and performance: evidence from the U.S. and Spain", *Journal of Business Research*, Vol.67, 1178-1188.

Alon, I., Bordonaba, V., Lucia, L. y Madanoglu, M. (2014) "Franchising and value signaling", Journal of Services Marketing, Vol.28(2), 105-115.

Bordonaba, V., Lucia, L., Polo, Y. y Grünhagen., M. (2014) "E-business implementation and performance: analysis of mediating factors", Internet Research, Vol.24(2), 223-245.

Bordonaba Juste, V., Lucia Palacios, L. and Polo Redondo, Y. (2012) "Antecedents and consequences of e-business use for European retailers", Internet Research, Vol.22 (5), 532-550.

Bordonaba Juste, V., Lucia Palacios, L. and Polo Redondo, Y. (2012) "The influence of organizational factors on e-business use: analysis of firm size", Marketing Intelligence & Planning, Vol.30 (2), 212-229.

Bordonaba Juste, V., Lucia Palacios, L. and Polo Redondo, Y. (2011) "Determinants of firm size in the franchise distribution system. Empirical evidence from the Spanish market", European Journal of Marketing, Vol.45, 170-190.

Bordonaba Juste, V., Lucia Palacios, L. and Polo Redondo, Y. (2011) "An analysis of franchisor failure risk: evidence from Spain", Journal of Business and Industrial Marketing, Vol.26 (6), 407-420.

Bordonaba Juste, V., Lucia Palacios, L. and Polo Redondo, Y. (2010) "Influence of franchisors' competitive strategies on network size: The impact of entry timing decision", Journal of Marketing Channels, Vol.17 (1), 33-49.

Bordonaba Juste, V. and Cambra Fierro, J.J. (2009) "Managing supply chain in the context of SMEs: a collaborative and customized partnership with the suppliers as the key for success". Supply Chain Management: An International Journal, Vol. 14 (5), 393-402.

Bordonaba Juste, V., Lucia Palacios, L. and Polo Redondo, Y. (2009) "Franchise firm entry time influence on long-term survival". International Journal of Retail and Distribution Management, Vol. 37 (2), 106-125.

Bordonaba Juste, V., Lucia Palacios, L. and Polo Redondo, Y. (2009) "Análisis de la salida del mercado: Fracaso vs Abandono en la Franquicia". Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas, Vol. 39, 33-58.

Bordonaba Juste, V., Lucia Palacios, L. and Polo Redondo, Y. (2009) "The Effect of Intangible Resources on Firm Performance in the Spanish Franchise System: The Moderating Influence of Internationalization". European Retail Research, Vol. 23 (2), 1-22, Ed.: Gabler Research Publisher.

DOCENCIA

Asignaturas de Grado:

Grado en Administración y Dirección de Empresas:

- Dirección Comercial I
- Decisiones Comerciales

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

- Simulación Comercial

Asignaturas de Posgrado:

Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

- Gestión de relaciones y valor del cliente