



Fecha del CVA	22/10/2018
---------------	------------

### Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	ÁNGEL FRANCISCO VILLAREJO RAMOS		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	51
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	<a href="#">K-3582-2014</a>	
	Código Orcid	<a href="#">0000-0002-6916-2839</a>	
	Scopus ID	<a href="#">8973842700</a>	

#### A.1. Situación profesional actual

Organismo	UNIVERSIDAD DE SEVILLA		
Dpto./Centro	BUSINESS MANAGEMENT AND MARKETING		
Dirección	AVDA. RAMÓN Y CAJAL, s/n (41001) SEVILLA		
Teléfono	954554463	Correo electrónico	<a href="mailto:curro@us.es">curro@us.es</a>
Categoría profesional	Associate Professor	Fecha inicio	17/10/2008
Espec. cód. UNESCO	531105, 531212		
Palabras clave	BRANDING, ONLINE SERVICES, ITC , ELDERLY		

#### A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Sevilla	1991
Doctor en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Sevilla	2001

#### A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

**Dos sexenios de Investigación** concedidos en las convocatorias de 2009 y 2015. **3 artículos** JCR Q1, uno de ellos primer decil.

Según Google Scholar, el autor tiene un **índice h de 12** (12 publicaciones citadas más de 12 veces), y un **índice i10 de 14** (14 publicaciones se han citado más de 10 veces en los últimos cinco años) con un total de **868 citas** (dos artículos con más de 150 citas). Un índice **RG score** de Research Gate de **15.17** con **h-index 10** (sin incluir auto-citas) y **479 citas**. Según ResearcherID (Thomson Reuters) el investigador tiene **120 citas WOS**, **13,33 citas promedio por artículo** y **h-index 5**. En Scopus, **61 citas**, **h-index 4**.

### Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Profesor Titular de Universidad del área de Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) en la Universidad de Sevilla. Director académico del Máster en Marketing y Estrategias en Social Media de la Universidad de Sevilla.

Publicaciones en revistas nacionales e internacionales de alto impacto en el ámbito del marketing, educación y TIC, así como numerosas aportaciones a congresos nacionales e internacionales. Las principales líneas de investigación se han centrado en varios campos: a) branding, con publicaciones en *Journal of Brand Management*, *Journal of Product & Brand Management*, Investigaciones Europeas en Dirección y Economía de la Empresa, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, ESIC-Market, entre otras; b) calidad de servicio y comportamiento del consumidor, en Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa (actual *BRQ Business Research Quarterly*), *Service Industries Journal*, Estudios sobre Consumo, entre otras; c) innovación educativa, en revistas como *Computers & Education*, Revista Española de Pedagogía; y d) TIC, marketing y mayores, publicando en *Information & Management*, Revista COMUNICAR, *Kybernetes*, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Revista INNOVAR, Aula Abierta, Revista NOVATICA, *The International Journal of Management Science and Information Technology*, *Information Research*, entre otras.

Ponencias defendidas en congresos internacionales como European Marketing Academy Congress (EMAC), World Business Congress (IMDA), World Marketing Congress (AMS), International Conference E-Commerce (IADIS), International Congress of Marketing Trends,



World Conference on Educational Sciences (WCES), World Scientific and Engineering Academy Society (WSEAS), International Conference on Education and New Learning Technologies, World Conference on Learning, Teaching and Educational Leadership, entre otros.

Investigador Principal del Proyecto de Excelencia (Junta de Andalucía) “Sociedad de la información en colectivos emergentes en Andalucía: e-inclusión & e-accesibilidad” (2009-2013), e investigador en otros proyectos competitivos. Desde 1994, investigador en el Grupo de Investigación del Plan Andaluz de investigación, SEJ.140 “Organización y Marketing”. Investigador responsable del convenio de colaboración firmado con el Aula de la Experiencia de la Universidad de Sevilla (2011-2015) para el desarrollo de investigaciones sobre la aceptación y uso de Tic en la población de mayores de 50 años.

Revisor en revistas científicas como *The Services Industries Journal*, *Kybernetes*, *Spanish Journal of Marketing*, *International Journal of Wine Business Research*, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Cuadernos de Gestión, Revista Galega de Economía, Revista Empresa y Humanismo; y en congresos nacionales e internacionales del área: Congreso Nacional AEDEM, Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, Congreso Internacional de Marketing AEMARK e International Congress Marketing Trends. Secretario General del XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 17.

Ha sido profesor invitado en posgrado y máster en la Universidad de Santiago de Compostela, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad San Jorge (Zaragoza), Universidad Pablo de Olavide (Sevilla) y Universidad de Granada.

## Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

### C.1. Publicaciones: REVISTAS

1) **Villarejo-Ramos, Á.F.**; Peral-Peral, B; Arenas-Gaitán, J., Latent Segmentation of Older Adults in the Use of Internet Applications. **Information Research: an international electronic journal**, in press (2018). ISSN: 1368-1613.

**JCR: 0.574 (2016) Q3; Information Science (57/85)**

**SJR: 0.3 (2016) Q2; Library and Information Sciences (92/211)**

2) **Villarejo-Ramos, Á.F.**; Peral-Peral, B; Arenas-Gaitán, J. (2018), Usage of online services by elderly people: an analysis of internet banking. **Aula Abierta**, 47 (1), 97-106.

<https://doi.org/10.17811/rifie.47.1.2018.97-106> ISSN: 0210-2773; ISSNe: 2341-2313

**SJR: 0.246 (2016) Q3; Education (605/1066)**

3) Sánchez-Franco, Manuel. J.; Muñoz Expósito, M.; **Villarejo-Ramos, Á. F.** (2017), A knowledge structures exploration on social network sites. **Kybernetes**, 46 (5), 818-839. DOI:

<http://dx.doi.org/10.1108/K-01-2016-0013> ISSN: 0368-492X

**JCR: 0.811 (2016) Q4; Computer Science (18/22)**

**SJR: 0.252 (2016) Q3; Information System (204/670)**

4) **Villarejo-Ramos; A.F.**; Rondán-Cataluña, F.J; Revilla-Camacho, M.A. (2016), Tipología de compradores online mayores de 55 años. **Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales**, 26 (59), 61-72. DOI: <http://dx.doi.org/10.15446/innovar.v26n59.54323>

**SJR: 0.123 (2016) Q4; Marketing (127/157)**

5) Peral-Peral, B; Arenas-Gaitán, J.; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2015), From digital divide to psycho-digital divide: Elders and online social networks. **Revista Comunicar** DOI <http://dx.doi.org/10.3916/C45-2015-06> E-ISSN: 1988-3293 / ISSN: 1134-3478.

**JCR: 1,438. (2015) Q1; Communication (19/79)**



**SJR: 1.314 (2015) Q1; Communication (21/290)**

6) Sánchez-Franco, Manuel J.; Peral-Peral, B.; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2014), Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. **Computers & Education**, 74, 81-97.

Times Cited: 9 en ResearchID, 13 en Google Scholar

**JCR: 2.556 (2014) Q1; Education & Educational Research (12/219)**

**SJR: 2.464 (2014) Q1; Education (20/1081)**

7) Rondan-Cataluña, F.J.; Sanchez-Franco, M.J.; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2010), Searching for latent class segments in technological services. **Service Industries Journal**, 30 (6), 831-849. ISSN: 0264-2069

**JCR: 1.071 (2010) Q3; Management (81/144)**

**SJR: 0.391 (2010) Q2; Strategy and Management (121/327)**

8) Sanchez-Franco, M.J.; **Villarejo-Ramos, A.F.**; Martin-Velicia, F.A (2009), The moderating effect of gender on relationship quality and loyalty toward Internet service providers. **Information & Management**, 46 (3), 196-202.

Times Cited: 69 en ResearchID, 178 en Google Scholar

**JCR: 2.282 (2009) Q1; Computer Science, Information Systems (21/116)**

**SJR: 2.054 (2009) Q1; Information Systems and Management (6/154)**

9) Sánchez-Franco, M.J.; Martin-Velicia, F A.; **Villarejo-Ramos, A. F.** (2007), The TAM model and higher learning: a study on the moderating effect of gender. **Revista Española de Pedagogía**, 65 (238), 459-478.

**JCR: 0.109 (2007) Q4; Education & Educational Research (101/105)**

**SJR: 0.101 (2007) Q4; Education (549/603)**

### C.1. Publicaciones: CAPÍTULOS DE LIBROS

10) Plaza-Lora, A; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2016). Hedonic and Utilitarian Effects of the Adoption and Use of Social Commerce. En **Cooperative and Networking Strategies in Small Business**. Springer (ISBN: 978-3-319-44508-3), Cham (Suiza), pp.155-173.

Indexing in **SCOPUS**.

Springer: **ICEE 8.021** (posición 1/62 Ranking **Scholarly Publishers Indicators** en Economía)

11) **Villarejo-Ramos, ÁF** Sánchez-Franco, MJ García-Vacas, EM... (2014) Modelling the Influence of eWOM on Loyalty Behaviour in Social Network Sites. En **Strategies in E-Business**, Springer, 11-28. (ISBN: 978-1- 4616-8183-6)

Indexing in **SCOPUS**.

Springer: **ICEE 8.021** (posición 1/62 Ranking **Scholarly Publishers Indicators** en Economía)

12) Peral-Peral, B., **Villarejo-Ramos, A.F.**, Sánchez-Franco, M.J (2014). Gender differences in the technology's classic models in social network sites. En **Electronic Payment Systems for Competitive Advantage in E-Commerce**, IGI-Global, 126-142 (ISBN: 978-146665191-3) DOI: 10.4018/978-1-4666-5190-6.ch008.

Indexing in **SCOPUS**.

IGI Golbal: **ICEE 0.944** (posición 116/300 Ranking general **Scholarly Publishers Indicators**)



## C.2. Proyectos

1) Referencia del proyecto: **P09-SEJ-4568**

Título: Sociedad de la Información en Colectivos Emergentes en Andalucía: e-Inclusión y e-Accesibilidad

**Investigador principal: Ángel Francisco Villarejo Ramos**

Entidad financiadora: PROYECTO DE EXCELENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Duración: 03/02/2010-03/02/2014

Financiación recibida (en euros): 48000

2) Referencia del proyecto: **P06-SEJ-01975**

Título: Efectos de las capacidades organizativas sobre la creación de valor en el ámbito de los servicios

Investigador principal: Carmen Barroso Castro

Entidad financiadora: PROYECTO DE EXCELENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Duración: 13/04/2007-12/04/2010

Financiación recibida (en euros): 80000

3) Referencia del Proyecto: **P10-SEJ-5801**

Título: Calidad Relacional, Inmersión Digital y Bienestar Social desde una Perspectiva de Género. Una Aplicación de las Redes Sociales Online en la Mujer Rural Andaluza

Investigador principal: Manuel J. Sánchez Franco

Entidad financiadora: PROYECTO DE EXCELENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Duración: 15/03/2011-15/03/2015

Financiación recibida (en euros): 50000

## C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

1. Estudio-investigación sobre la valoración de los socios y aficionados del Real Betis Balompié a la gestión y el funcionamiento del club como entidad social y deportiva. ([1861/0664](#)) **Investigador Principal**
2. Realización de un estudio-investigación sobre el perfil y las percepciones del socio y/o aficionado del Real Betis Balompié. ([1521/0577](#)) **Investigador Principal**
3. Asesoramiento técnico en materia de elaboración de programas de eficiencia y economía en la gestión de los recursos públicos de la administración de la Junta de Andalucía ([1249/0142](#) - Investigador)
4. Cátedra de Emprendedores - PRODETUR 2009 ([0585/0014](#) - Investigador)
5. Patrocinio de la Cátedra de Emprendedores por parte de Andalucía Emprende, FPA. ([0715/0014](#) - Investigador)
6. Cátedra de Emprendedores y Nueva Economía 2009-2010 (Innovar en Alcalá de Guadaíra). ([0486/0014](#) - Investigador)
7. Cátedra de Emprendedores y Nueva Economía 2008 ([0037/0014](#) - Investigador)