

Fecha del CVA	24/01/2018
----------------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	MANUEL JESÚS SÁNCHEZ FRANCO		
		Edad	46
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	E-6733-2010	
	Código Orcid	0000-0002-8042-3550	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	UNIVERSIDAD DE SEVILLA		
Dpto./Centro	DPTO. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING		
Dirección	AV. RAMÓN Y CAJAL, 1 / 41018 SEVILLA		
Teléfono	954557542	correo electrónico	majesus@us.es
Categoría profesional	CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD	Fecha inicio	17/03/2016
Espec. cód. UNESCO	531105, 531212		
Palabras clave	INTERNET, SERVICIOS ONLINE, MARKETING, TIC		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctor en Administración y Dirección de Empresas	Sevilla	1998

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Indicadores 1): El investigador tiene reconocidos dos sexenios de investigación por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI) para el periodo comprendido entre los años 1999-2005 y 2006-2011.

Indicadores 2): Según Google Scholar a fecha de 3 de mayo de 2018 el investigador tiene un índice h igual a 20, y un índice i10 igual a 31 con un total de 2.625 citas. Según el catálogo *Web of Science* de Thomson Reuters el investigador tiene un promedio de 14,52 citas por artículo, y un índice h de 9.

Indicadores 3): El investigador ha dirigido seis tesis doctorales en las Universidades de Sevilla y Cádiz, así como numerosos trabajos fin de máster, fin de grado, y diplomas de estudios avanzados.

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Las áreas de especialización actuales del investigador son "*Electronic and Interactive Marketing*", "*Innovation, Design, and Strategy*", y área complementaria "*Marketing Education and Innovative Teaching*" -áreas promovidas por la *Academy of Marketing Science*. En estos campos de investigación el investigador ha publicado numerosos artículos de investigación en revistas registradas en los índices JCR y Scopus®database. Ha tenido un papel clave de liderazgo dentro de los trabajos publicados; en más del 80% figura en calidad de primer autor.

Es investigador responsable de diversos proyectos de investigación, obtenidos en convocatorias públicas competitivas. Desde 2008 es Director / Investigador Principal del Grupo de Investigación SEJ-494: E-Business. Administración, Empresa y Ciudadano (Plan Andaluz de Investigación, Junta de Andalucía). Se señala además su participación continuada como miembro investigador en múltiples proyectos; e.g., Proyectos del Plan Nacional de Investigación I+D+i, Proyectos de Investigación de Excelencia (Junta de Andalucía), entre otros. Asimismo, se valora su pertenencia a redes internacionales de investigación integrada por universidades europeas sobre temática social, y nueva economía social.

El investigador participa en numerosos contratos de investigación (vía Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación) generados al amparo del art. 83 de la LOU con diversas entidades participantes: Ministerio de Sanidad, Junta de Andalucía, Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Diputación de Sevilla, Ayuntamientos, Colegios profesionales, Universidades, y otras Administraciones y Empresas. En particular, el investigador destaca su participación en diversos Observatorios sobre Turismo, Tecnología e Información en Economía Social, y Coyuntura Económica en Andalucía y su proyección exterior, así como su participación en diversos Planes Tecnológicos estratégicos sobre Tecnología y Sistemas de Información en colectivos y sectores emergentes. Asimismo, dirige y participa también en diversos convenios de investigación, y es receptor de diversas ayudas a la investigación del Ministerio de Ciencia y Tecnología, Junta de Andalucía y Universidad de Sevilla.

El investigador ha desempeñado además numerosas actividades continuadas de formación científico-técnica al sector productivo y otras actividades profesionales no universitarias en empresas y administraciones nacionales e internacionales que han permitido transferir las implicaciones académicas de sus trabajos de investigación al sector empresarial y profesional.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Se citan 10 publicaciones relacionadas con la línea de investigación: Electronic and Interactive Marketing, Innovation, Design, and Strategy.

1) Título: ONLINE CUSTOMER SERVICE REVIEWS IN URBAN HOTELS: A DATA MINING APPROACH
Revista: PSYCHOLOGY & MARKETING

Año: 2016

Volumen: 33

Número: 12

Página inicial: 1174

Página final: 1186

Autores: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS; NAVARRO-GARCÍA, ANTONIO; RONDÁN-CATALUÑA, FCO. JAVIER.

JCR: 2,000 (BUSINESS), 59/121.

2) Título: THE INFLUENCE OF FAMILIARITY, TRUST AND NORMS OF RECIPROCITY ON AN EXPERIENCED SENSE OF COMMUNITY: AN EMPIRICAL ANALYSIS BASED ON SOCIAL ONLINE SERVICES

Revista: BEHAVIOUR AND INFORMATION TECHNOLOGY

Año: 2015

Volumen: 34

Número: 4

Página inicial: 392

Página final: 412

Autores: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS; ROLDÁN, JOSÉ L.

JCR: 1,211 (COMPUTER SCIENCE, CYBERNETICS), 12/22.

3) Título: USERS' INTRINSIC AND EXTRINSIC DRIVERS TO USE A WEB-BASED EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Revista: COMPUTERS & EDUCATION

Año: 2014

Volumen: 74

Número: --

Página inicial: 81

Página final: 97

Autores: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS; PERAL-PERAL, BEGOÑA; VILLAREJO-RAMOS, ÁNGEL FRANCISCO.

JCR: 2,556 (COMPUTERS SCIENCE, INTERDISCIPLINARY APPLIED), 16/102.

4) Título: HOW TO INTENSIFY THE INDIVIDUAL'S FEELINGS OF BELONGING TO A SOCIAL NETWORKING SITE? CONTRIBUTIONS FROM COMMUNITY DRIVERS AND POST-ADOPTION BEHAVIOURS

Revista: MANAGEMENT DECISION

Año: 2012

Volumen: 50

Número: 6

Página inicial: 1137

Página final: 1154

Autores: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS; BUITRAGO-ESQUINAS, EVA MARIA; YÑIGUEZ-OVANDO, ROCIO

JCR: 3,787 (BUSINESS), 7/116.

5) Título: EXPRESSIVE AESTHETICS TO EASE PERCEIVED COMMUNITY SUPPORT: EXPLORING PERSONAL INNOVATIVENESS AND ROUTINISED BEHAVIOUR AS MODERATORS IN TUENTI

Revista: COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR

Año: 2010

Volumen: 26

Número: 6

Página inicial: 1445

Página final: 1457

Autores: SÁNCHEZ-FRANCO, MANUEL JESUS; ROLDÁN, JOSÉ L.

JCR: 1,865 (PSYCHOLOGY), 26/120.

6) Título: PSYCHOLOGICAL ELEMENTS EXPLAINING THE CONSUMER'S ADOPTION AND USE OF A WEBSITE RECOMMENDATION SYSTEM: A THEORETICAL FRAMEWORK PROPOSAL

Revista: INTERNET RESEARCH

Año: 2010

Volumen: 20

Número: 3

Página inicial: 316

Página final: 341

Autores: RODRÍGUEZ-ARDURA, INMA; GÁZQUEZ-ABAD, JUAN CARLOS; SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS; CABAL, CLAUDIA C.; MARTÍNEZ-LÓPEZ, FRANCISCO JOSÉ.

JCR: 1,150 (COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS), 62/128.

7) Título: VIRTUAL TRAVEL COMMUNITIES AND CUSTOMER LOYALTY: CUSTOMER PURCHASE INVOLVEMENT AND WEB SITE DESIGN

Revista: ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH AND APPLICATIONS

Año: 2010

Volumen: 9

Número: 2

Página inicial: 171

Página final: 182

Autores: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS; RONDÁN-CATALUÑA, FRANCISCO JAVIER

JCR: 1,946 (COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS), 26/128.

8) Título: THE MODERATING EFFECT OF GENDER ON RELATIONSHIP QUALITY AND LOYALTY TOWARD INTERNET SERVICE PROVIDERS

Revista: INFORMATION & MANAGEMENT

Año: 2009

Volumen: 46

Número: 3

Página inicial: 196

Página final: 202

Autores: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS; VILLAREJO-RAMOS, ÁNGEL; MARTÍN-VELICIA, FELIX

JCR: 2,282 (COMPUTER SCIENCE, INFORMATION SYSTEMS), 26/116.

9) Título: THE MODERATING EFFECTS OF INVOLVEMENT ON THE RELATIONSHIPS BETWEEN SATISFACTION, TRUST AND COMMITMENT IN E-BANKING

Revista: JOURNAL OF INTERACTIVE MARKETING

Año: 2009

Volumen: 23

Número: 3

Página inicial: 247

Página final: 258

Autores: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS

JCR: 2,600 (BUSINESS), 15/87.

10) Título: EXPLORING THE IMPACT OF INDIVIDUALISM AND UNCERTAINTY AVOIDANCE IN WEB-BASED ELECTRONIC LEARNING

Revista: COMPUTERS AND EDUCATION

Año: 2009

Volumen: 52

Número: 3

Página inicial: 588

Página final: 598

Autores: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS; MARTÍN-VELICIA, FELIX; MARTÍNEZ-LÓPEZ, FRANCISCO

JCR: 2,059 (COMPUTERS SCIENCE, INTERDISCIPLINARY APPLIED), 20/95.

C.2. Proyectos

Se citan proyectos de investigación relacionados con la línea de investigación: Electronic and Interactive Marketing, Innovation, Design, and Strategy.

1) Proyecto: CALIDAD RELACIONAL, INMERSIÓN Y BIENESTAR SOCIAL DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO. UNA APLICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES ONLINE EN LA MUJER RURAL ANDALUZA.

Código: SEJ-5801

Ámbito del proyecto: Autonómica

Programa financiador: PROYECTOS DE EXCELENCIA, JUNTA DE ANDALUCÍA

Responsable: SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS

Fecha inicio: 15/03/2011

Fecha fin: 11/09/2015

Cuantía total (EUROS): 50.000

2) Proyecto: CULTURA ORGANIZATIVA, GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO E IMPLANTACIÓN DE TICS EN EMPRESAS ANDALUZAS

Código: P10-SEJ-6081

Ámbito del proyecto: Autonómica

Programa financiador: PROYECTOS DE EXCELENCIA, JUNTA DE ANDALUCÍA

Responsable: ROLDÁN SALGUEIRO, JOSÉ L.

Fecha inicio: 15/03/2011

Fecha fin: 15/03/2014

Cuantía total (EUROS): 50.000

3) Proyecto: TECNOLOGÍAS Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN: UN ESTUDIO DE SU INFLUENCIA Y APLICACIÓN A LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Código: P06-SEJ-01994

Ámbito del proyecto: Autonómica

Programa financiador: PROYECTOS DE EXCELENCIA, JUNTA DE ANDALUCÍA

Responsable: LEAL-MILLÁN, ANTONIO

Fecha inicio: 13/04/2007

Fecha fin: 12/04/2010

Cuantía total (EUROS): 106.500

4) Proyecto: EFECTOS DE LAS CAPACIDADES ORGANIZATIVAS SOBRE LA CREACIÓN DE VALOR EN EL ÁMBITO DE LOS SERVICIOS

Código: P06-SEJ-01975

Ámbito del proyecto: Autonómica

Programa financiador: PROYECTOS DE EXCELENCIA, JUNTA DE ANDALUCÍA

Responsable: BARROSO-CASTRO, CARMEN

Fecha inicio: 13/04/2007

Fecha fin: 12/04/2010

Cuantía total (EUROS): 145.000