



CURRICULUM VITAE

Salvador Ruiz de Maya

Professor
University of Murcia
School of Economics and Business
Department of Marketing
Campus de Espinardo
30100, Murcia
Phone: +34 868 88 3802
email: salvruiz@um.es

Educational Background

Ph.D. (Economics and Business), 1994
MBI in International Trade, 1990
BA in Economics and Business, 1989

University of Murcia
University of Murcia
University of Murcia

Professional Experience

Visiting Scholar, Columbia University, 2010-2011 academic year (twelve months)
Professor of Marketing, University of Murcia, March 2007 to present
Associate Professor, University of Murcia, June 1997 to March 2007
Visiting Scholar, Columbia University, 1995 (twelve months), 1996 (two months)
Assistant Professor, University of Murcia, October 1992 to October 1994
Research Scholar, University of Murcia, October 1989 to October 1991

Teaching Experience

Quantitative Research (Master in Marketing, Pontificia Javeriana University of Cali, Colombia)
Business Analytics (International MBA, University of Valencia)
Strategic Consumer Behavior (Master in Digital and Analytic Marketing, University of Murcia)
Consumer Behavior (BA Business, University of Murcia)
Marketing Management (BA Business, University of Murcia)
Macromarketing (BA Economics, University of Murcia)
Marketing Research (BA Business, University of Murcia)
Consumer and Organizational Purchase Behavior (Master in Marketing, University of Murcia)
Research in Consumer Behavior (PhD Business, University of Murcia)
Data Analysis in Business Research (PhD Business, University of Murcia)
Experimental Design and Analysis (Master in Marketing, University of Valencia)

Research Interests

Consumer Behavior
Consumer Behavior on the Internet
Consumer Behavior and Marketing Communication
Family Decision Making
Emotions in Consumer Behavior
Corporate Social Responsibility

Publications and Research

Journal Publications

1. López Davis, Sylvia, Marín Rives, Longinos, and Ruiz de Maya, Salvador, "Personal Social Responsibility: Scale Development and Validation", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2021, 28(2), 773-785. <https://doi.org/10.1002/csr.2086>
2. Giménez García-Conde, M.; Marín, L.; Ruiz de Maya, S., Cuestas, Pedro J.: "Parental attitudes to childhood overweight: the multiple path through healthy eating, screen use, and sleeping time", *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020, 17, 7885; doi:10.3390/ijerph17217885.
3. Giménez García-Conde, M.; Marín, L.; Ruiz de Maya, S., "Effective Social Marketing to Improve Parental Intentions Giving More Fruits and Vegetables to Children", *Sustainability* 2020, 12, 7968 ; doi:10.3390/su12197968.
4. Marín, Longinos, Salvador Ruiz de Maya and Alicia Rubio: "The Role of Identification in Consumers' Evaluations of Brand Extensions", *Frontiers in Psychology*, 2018, 9:2582, 1-12.
5. Alarcón López, Rocío, Ruiz de Maya, Salvador, and López López, Inés, "Sharing co-creation experiences contributes to consumer satisfaction", *Online Information Review*, 2017, 41(7), 969-984, <https://doi.org/10.1108/OIR-09-2016-0267>
6. López Davis, Sylvia, Marín Rives, Longinos, and Ruiz de Maya, Salvador "Introducing personal social responsibility as a key element to upgrade CSR", *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 2017, 21, 146-163
7. García Jiménez, José Víctor, Ruiz de Maya, Salvador, and López López, Inés, "The Impact of Congruence Between the CSR Activity and the Company's Core Business on Consumer Response to CSR", *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 2017, 21, supplement 1, 26-38.
8. Sabater Galindo, Marta, Salvador Ruiz de Maya, Shalom I Benrimoj, Miguel Ángel Gastelurrutia, Fernando Martínez Martínez y Daniel Sabater Hernández, "Patients' Expectations of the Role of the Community Pharmacist: Development and Testing of a Conceptual Model." *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 2017, 13(2), 313 - 320.
9. Sabater Galindo, Marta, Salvador Ruiz de Maya, Shalom I Benrimoj, Miguel, A Gastelurrutia, Fernando Martínez-Martínez y Daniel Sabater-Hernández, "Modelling Elderly Patients Perception of the community Pharmacist Image when Providing Professional Services" *Psychology, Health & Medicine*, 2017;22(5), 578 - 587
10. Giménez García Conde, Miguel, Longinos Marín and Salvador Ruiz de Maya: "The Role of Generativity in the Effects of Corporate Social Responsibility on Consumer Behaviour", *Sustainability*, 2016, 8(8).
11. Ruiz de Maya, Salvador, Rafaela Lardín Zambudio and Inés López-López: "I Will Do It If I Enjoy It! The Moderating Effect of Seeking Sensory Pleasure When Exposed to Participatory CRS Campaigns", *Frontiers in Psychology*, 2016, 6(1940), 1-10.
12. Hidalgo Alcázar, Carmen, María Sicilia y Salvador Ruiz de Maya: "La Imagen de un Producto Turístico Rural a través del Acceso al Contenido Generado por otros Usuarios en Internet: diferencias por género", *Journal of Technology Management & Innovation*, 2015, 10(3), 75-84.
13. López-López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop: "When Sharing Consumption Emotions With Strangers Is More Satisfying Than Sharing Them With Friends," *Journal of Service Research*, 2014, 17(4), 475-488.
14. Hidalgo Alcázar, Carmen, María Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya: "The Effect of User-Generated Content on Tourist Behavior: the Mediating Role of Destination Image", *Tourism & Management Studies*, 2014, 10(special issue), 158-164.
15. Nina Reynolds and Salvador Ruiz de Maya: "The Impact of Complexity and Perceived Difficulty on Consumer Revisit Intentions", *Journal of Marketing Management*, 2013, 29 (5/6), 625-645.
16. Marín, Longinos and Salvador Ruiz de Maya: "The Role of Affiliation, Attractiveness and Personal Connection in Consumer-Company Identification", *European Journal of Marketing*, 2013, 47(3/4), 655-673.

17. Martínez, Carlos Antonio, Salvador Ruiz y María Sicilia: "El Rol de la Edad en la Valoración del Materialismo y su Influencia en la Intención de Compra", *Investigación y Marketing*, 2013, 118, 40-45.
18. López López, Inés and Salvador Ruiz de Maya: "When Hedonic Products Help Regulate My Mood." *Marketing Letters*, 2012, 23, 701-717.
19. Marín, Longinos, Alicia Rubio and Salvador Ruiz de Maya: "Competitiveness as a Strategic Outcome of Corporate Social Responsibility", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2012, 19, 364-376.
20. Ruiz de Maya, Salvador, Inés López López and José Luis Munuera: "Organic Food Consumption in Europe: International Segmentation Based on Value System Differences.", *Ecological Economics*, 2011, 70, 1767-1775.
21. López, Inés and Salvador Ruiz: "Explaining Website Effectiveness: The Hedonic-Utilitarian Dual Mediation Hypothesis", *Electronic Commerce Research and Applications*, 2011, 10, 49-58.
22. Sicilia, María and Salvador Ruiz: "The Effect of Web-Based Information Availability on Consumers Processing and Attitudes", *Journal of Interactive Marketing*, 2010, 24, 31-41.
23. Marín, Longinos and Salvador Ruiz: "Brand Strategy for New products. Brand Extension or brand Alliance?", *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, 2010, 14(2), 91-111.
24. Sicilia, María and Salvador Ruiz, "The Effects of the Amount of Information on Cognitive Responses in Online Purchasing Tasks", *Electronic Commerce Research and Applications*, 2010, 9, 183-191.
25. Sicilia Piñero, María and Salvador Ruiz de Maya: "La Interactividad y el Flujo en la Eficacia de la Comunicación Interactiva", *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, 2009, 13(2), 91-115.
26. Parra, José Francisco and Salvador Ruiz: "Consideration Sets in Online Shopping Environments: The Effects of Search Tool and Information Load", *Electronic Commerce Research and Applications*, 2009, 8, 252-262.
27. Marín, Longinos, Salvador Ruiz and Alicia Rubio: "The Role of Identity Salience in the Effects of Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior", *Journal of Business Ethics*, 2009, 84, 65-78.
28. Ruiz de Maya, Salvador and Nina Reynolds: "Attitudes towards websites and time orientation: The impact of task complexity and prioritization on hedonic and utilitarian attitudes", *University of Bradford Working Paper Series*, 2008, 8, 3-10.
29. Marín, Longinos y Salvador Ruiz: "La Evaluación de la Empresa por el Consumidor según sus Acciones de RSC", *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, 2008, 35, 91-112.
30. Ruiz, Salvador and Longinos Marín: "La Identificación del Consumidor con la Empresa: Antecedentes e Influencia sobre el Comportamiento", *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, 2008, 12(2), 45-65.
31. Olsen, Svein Ottar and Salvador Ruiz: "Adolescents: Influence in Family Meal Decisions", *Appetite*, 2008, 51, 646-653.
32. López López, Inés and Salvador Ruiz de Maya: "Las Respuestas Cognitivas y Emocionales del Consumidor como Determinantes de la Eficacia del Sitio Web", *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, 2008, 12(1), 43-63.
33. López, Inés and Salvador Ruiz: "Characteristics of the individuals environment relationships as determinants of website effectiveness", *Revista Internacional de Economía y Empresa (ESIC)*, 2008, 131, 167-188.
34. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya y María Sicilia Piñero: "Cómo Medir Emociones y Pensamientos en los Estudios sobre el Comportamiento de los Consumidores" *Investigación y Marketing*, 2007, 94, 67-74.
35. Tomasetti, Eva and Salvador Ruiz: "Effects on Interpersonal Influences on Innovation Evaluation" *Advances in Consumer Research*, 2007, 34, 405-408.
36. Ruiz de Maya, Salvador y Longinos Marín Rives: "La Identificación del Consumidor con la Empresa: Una Nueva Fuente de Ventaja Competitiva", *Colección Mediterráneo Económico: Nuevos Enfoques del Marketing y la Creación de Valor*, 2007, 11, 283-298.
37. Sicilia Piñero, María and Salvador Ruiz de Maya: "La Organización de la Información de un Sitio Web. Efectos en el Consumidor", *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, 2007, 11(2), 89-115.
38. Marín Rives, Longinos and Salvador Ruiz de Maya: "Consumer Company Identification Beyond Relationship Marketing", *Universia Business Review*, 2007, 13(1st quarter), 62-75.

39. Ruiz de Maya, Salvador y Carlos Antonio Martínez Clares: "El Rol de la Televisión en la Construcción de la Realidad del Consumidor. La Valoración del Materialismo y su Influencia en la Eficacia Publicitaria", *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, 2007, 11(1), 7-25.
40. Marín, Longinos and Salvador Ruiz: "I Need You Too". Corporate Identity Attractiveness for Consumer", *Journal of Business Ethics*, 2007, 71, 245-260.
41. López López, Inés and Salvador Ruiz de Maya: "La Eficacia de la Comunicación a través de un Sitio Web: Respuestas Emocionales y Cognitivas", *Revista Iberoamericana de Marketing (RIM)*, 2007, 1(1), 101-119.
42. Sicilia, María and Salvador Ruiz, "The Role of Flow in Web Site Effectiveness", *Journal of Interactive Advertising*, 2007, 8(1), 33-44 .
43. Fenollar Quereda, Pedro y Salvador Ruiz de Maya: "La Posesión de Productos con Significado Social para el Consumidor. Determinantes Internos y Externos", *Revista Española de Investigación de Marketing*, 2006, 10(2), 7-24.
44. Ruiz de Maya, Salvador: "Home Shopping through Internet: Experience, Attitudes and Purchase Intention", *Revista Română de Marketing*, 2006, 1(1), 16-27.
45. Sicilia, María, Salvador Ruiz and Nina Reynolds, "Attitude Formation Online: How the Consumer's Need for Cognition Affects the Relationship between Attitude towards the Website and Attitude towards the Brand", *International Journal of Market Research*, 2006, 48(2), 139-154.
46. Sicilia, María; Salvador Ruiz and José Luis Munuera: "Effects of Interactivity in a Website. The Moderating Effect of Need for Cognition", *The Journal of Advertising*, 2005, 34(3), 31-45.
47. Román, Sergio, Salvador Ruiz and José Luis Munuera, "The Influence of the Compensation System and Personal Variables on a Salesperson's Effective Listening Behaviour", *Journal of Marketing Management*, 2005, 21(1-2), 205-230.
48. Román, Sergio and Salvador Ruiz, "Relationship Outcomes of Perceived Ethical Sales Behavior: the Customer's Perspective", *Journal of Business Research*, 2005, 58, 439-445.
49. Ruiz, Salvador and Maria Sicilia: "The Impact of Cognitive and/or Affective Processing Styles on Consumer Response to Advertising Appeals", *Journal of Business Research*, 2004, 57, 657-664.
50. Arcas Lario, Narciso and Salvador Ruiz de Maya: "Marketing and Performance of Fruit and Vegetable Co-operatives", *Journal of Co-operative Studies*, 2003, 36(1), 22-44.
51. Román, Sergio and Salvador Ruiz: "A Comparative Analysis of Sales Training in Europe. Implications for International Sales Negotiations", *International Marketing Review*, 2003, 20(3), 304-327.
52. Ruiz de Maya, Salvador and María Sicilia Piñero: "El Consumidor ante las Nuevas Formas de Comunicación Comercial", *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 2002, 12 (1), 97-110.
53. Arcas Lario, Narciso, Pedro Jesús Cuestas Díaz and Salvador Ruiz de Maya: "El Sistema Comercial de los Productos Agroalimentarios Ecológicos en España", *ESIC Market*, 2002, 113, 187-206.
54. Parra Azor, José Francisco y Salvador Ruiz de Maya: "Amplitud de Preferencias, Objetivos de Compra y Experiencia como Determinantes Personales del Tamaño del Conjunto Considerado", *Revista Española de Investigación en Marketing (ESIC)*, 2002, 6(1), 58-84.
55. Román, Sergio, Salvador Ruiz and José Luis Munuera, "The Effects of Sales Training on Sales Force Activity", *European Journal of Marketing*, 2002, 36 (11/12), 1344-1366.
56. Román Nicolás, Sergio, Salvador Ruiz de Maya y José Luis Munuera Alemán: "Efectos de la formación y la intensidad competitiva sobre el rendimiento y la efectividad de la fuerza de ventas: un estudio empírico a nivel europeo", *Revista Europea de Administración y Dirección de Empresas*, 2002, 11 (1), 183-196.
57. Ruiz de Maya, Salvador y José Luis Munuera Alemán: "Decisiones de Compra de Medicamentos sin Receta y Productos de Parafarmacia", *Distribución y Consumo*, 2001, 59, 79-89.
58. Delgado Ballester, Maria Elena, Pedro Fenollar Quereda, Miguel Hernández Espallardo, José Luis Munuera Alemán y Salvador Ruiz de Maya: "Estudio sobre el Comprador de Productos Farmacéuticos y Elección del Lugar de Compra", *Investigación y Marketing*, 2001, 73, 55-60.
59. Ruiz de Maya, Salvador: "El Comportamiento del Consumidor en Marketing. Del Método Científico a su Posición en la Empresa", *Cuadernos de Administración*, 2001, 26, 35-57.
60. Ruiz, Salvador, Pedro Cuestas and Narciso Arcas: "Consumer Attitudes Towards Ecological Fruit and Vegetables in Spain. A Segmentation Approach", *Acta Horticulturae*, 2001, 2(559), 681-686.
61. Munuera, José Luis and Salvador Ruiz: "Trade Fairs as Services and a Look at Visitors' Objectives in Spain", *Journal of Business Research*, 1999, 44(1), 17-24.

62. Ruiz de Maya, Salvador: "La Investigación en Marketing sobre el Centro de Compras en la Empresa: Estructura, Decisiones y Modelos de Decisión", *ESIC-Market*, 1998, 101, 35-54.
63. Arcas Lario, Narciso, Salvador Ruiz de Maya y Miguel Hernández Espallardo: " Los Compradores de Productos Hortofrutícolas: Identificación de Grupos a Partir de los Beneficios Buscados", *Investigación Agraria. Economía*, 1997, 12(2), 231-246.
64. Arcas Lario, Narciso y Salvador Ruiz de Maya: "La Comercialización de Frutas y Hortalizas en el Entorno Internacional", *Distribución y Consumo*, 1997, 35, 55-89.
65. Sarabia Sánchez, Francisco José and Salvador Ruiz de Maya: "Aspectos Metodológicos para la Realización de Estudios en el Ámbito de la Distribución Comercial", *ESIC-Market*, 1996, 91, 117-141.
66. Ruiz de Maya, Salvador y Enrique Flores López: "La Respuesta de los Consumidores. Resultados de un Estudio sobre la Elección del Establecimiento Comercial en Función del Tipo de Producto", *Distribución y Consumo*, 1995, 20, 45-51.
67. Hernández Espallardo, Miguel, José Luis Munuera Alemán y Salvador Ruiz de Maya: "La Estrategia de Diferenciación en el Comercio Minorista", *Información Comercial Española*, 1995, 739, 27-45.
68. Munuera Alemán, José Luis, Miguel Hernández Espallardo y Salvador Ruiz de Maya: "La Planificación de las Ferias como Actividades de Marketing", *ESIC-Market*, 1995, 87, 9-30.
69. Ruiz de Maya, Salvador y José Luis Munuera Alemán: "Las Preferencias del Consumidor: Estudio de su Composición a través del Análisis Conjunto", *Estudios sobre Consumo*, 1993, 28, 27-43.
70. Munuera Alemán, José Luis, Salvador Ruiz de Maya, Miguel Hernández Espallardo y Francisco Mas Ruiz: "Las Ferias Comerciales como Variable de Marketing: Análisis de los Objetivos del Expositor", *Información Comercial Española*, 1993, 718, 119 -137.
71. Ruiz de Maya, Salvador y José Luis Munuera Alemán: "Caracterización de los Niveles de Informatización de las Empresas Murcianas", *Cuadernos de Economía Murciana*, 1992, 8, 103-123.
72. Munuera Alemán, José Luis, Salvador Ruiz de Maya y Andreas Kanther: "Propuesta para un Programa de Doctorado en Marketing", *Investigación y Marketing*, 1992, 38, 59-67.

Papers under review and Research in Progress

1. Ruiz, Salvador, Longinos Marin and Zeynep Gurham-Canli, "How can I Help My Company? Consequences of Identification in Consumer Behavior." Three studies completed.
2. Reynolds, Nina and Salvador Ruiz, "Can shopping be too easy? The impact of task type and time orientation on purchasing performance." Manuscript under revision to be submitted to a journal.
3. Ruiz, Salvador, Eva Tomaseti and Donald R. Lehmann, ""Determinants of Family Member Influence: A Meta-analysis." Manuscript under revision to be submitted to a journal.
4. Lopez, Ines, Salvador Ruiz and Luk Warlop, "The effect of social sharing of emotions on consumer behavior." Three studies completed.

Books

1. Ruiz de Maya, Salvador, Miguel Giménez García Conde, Maria del Carmen Hidalgo Alcázar, Inés López López, Joaquín Longinos Marín Rives and Miguel Martín Fernández "El turismo residencial en el espacio económico mediterráneo español", edited by Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Murcia, 2014.
2. Ruiz de Maya, Salvador and Grande Esteban, Ildefonso, "Casos de comportamiento del consumidor. Reflexiones para la dirección de marketing", Ed. ESIC, 2013.
3. Ruiz de Maya, Salvador and Longinos Marín Rives, "Estudio sobre los hábitos de compra del consumidor en la Región de Murcia", edited by Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Murcia, 2008.
4. Ruiz de Maya, Salvador and Esteban Ildefonso Grande, "Comportamientos de Compra del Consumidor: 29 casos reales", edited by ESIC Editorial, 2006.
5. Arcas Lario, Narciso, Domingo García Pérez de Lema, Miguel Hernández Espallardo, Ángel Luis Meroño Cerdán, José Luis Munuera Alemán, Facundo Pérez Rubio and Salvador Ruiz de Maya, "El

- cooperativismo hortofrutícola de la Región de Murcia: Evolución reciente y diagnóstico actual”, edited by FECOAM (Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia, 2004.
6. Sánchez Vera, Pedro, Luis Enrique Alonso Benito, Ester Bódalo Lozano, Pilar Ortiz García, Juan Ortín García, Salvador Ruiz de Maya and Francisco José Sarabia Sánchez, “La tercera edad ante el consumo”, edited by University of Murcia, 2003.
 7. Ploae, Victor and Salvador Ruiz de Maya, “Managementul Întreprinderilor mici și mijlocii (Administración de la Pequeña y Mediana Empresa)”, edited by EX PONTO, 2001.
 8. Ruiz De Maya, Salvador and Javier Alonso Rivas, “Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor”, edited by ESIC Editorial, 2001.
 9. Aranda Gallego, Joaquín, Francisco García Cerezo, Valentín Izquierdo Sánchez, Angel Luis Meroño Cerdán, Josefa Ruiz Mercader, Candelaria Ruiz Santos, Pedro Martínez Solano, Salvador Ruiz de Maya, Raquel Sanz Valle and Ramón Sabater Sánchez, “La Economía de la Región de Murcia dentro de la Unión Europea”, edited by Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Murcia e Instituto de Fomento de la Región de Murcia, 1999.
 10. Alonso Rivas, Javier, Ángel Fernández Nogales, Iñaki García Arrizabalaga, Eva Martínez Salinas, Luis Rivero Menéndez del Llano, Salvador Ruiz de Maya and Maria Luisa Solé Moro, “El Comportamiento del Consumidor”, edited by ESIC Editorial, 1999.
 11. Múgica, José Miguel and Salvador Ruiz de Maya, “El Comportamiento del Consumidor”, edited by Ariel Economía, 1997.
 12. Munuera Alemán, José Luis, Narciso Arcas Lario, Domingo García Pérez De Lema, Miguel Hernández Espallardo, Miguel Martín Fernández, Ángel Luis Meroño Cerdán y Salvador Ruiz de Maya, “Estudio sobre las Entidades Asociativas Agrarias de Comercialización de la Región de Murcia”, edited by FECOAM and Caja de Ahorros de Murcia, 1997.
 13. Munuera Alemán, José Luis, Flores López, Enrique, Hernández Espallardo, Miguel, Ruiz de Maya, Salvador and Sarabia Sánchez, Francisco José “Estudio general sobre el comercio y el comprador en la Región de Murcia”, edited by Consejería de Fomento y Trabajo. C.A. de la Región de Murcia, 1995.
 14. Baeza Hernández, Leandro, Ezequiel García Bernabé, Eugenio Díaz Sanz, Salvador Ruiz de Maya, and José Luis Munuera Alemán, “Empresa y Turismo en Torre Vieja”, edited by Excmo. Ayuntamiento de Torre Vieja, 1993.

Book Chapters

1. López Davis, Sylvia, Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz de Maya, “Consumer social responsibility as approach to corporate social responsibility”, in *En la piel del cliente: escuchar, atraer, retener*, edited by Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 2015, 63-78.
2. Ruiz de Maya, Salvador and Eva Tomasetti Solano, “Household Decisions on Financial Services: The role of the wife”, in *The Routledge Companion to Financial Services Marketing*, edited by Tina Harris and Hooman Estelami, 2015, 78-90.
3. Palazón Vidal, Mariola, Maria Sicilia Piñero y Salvador Ruiz de Maya, “El reconocimiento social como recompensa a la participación del consumidor en redes sociales”, in *Experiencia y Comportamiento del Cliente en un Entorno Multicanal: Claves de éxito para fabricantes y detallistas*, edited by Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 2014, 399-426.
4. Ruiz de Maya, Salvador and López López, Inés, “Metodología del diseño experimental” in *Métodos de investigación social y de la empresa*, edited by Pirámide, 2013, 485-502.
5. López López, Inés and Salvador Ruiz de Maya, “Cuando el consumidor comparte emociones” in *Estrategias multicanal en el ámbito de la distribución: fabricante y distribuidor preocupados por ofrecer nuevas experiencias de compra diferenciadas*, edited by Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 2012, 369 – 378.
6. Ruiz de Maya, Salvador, Maria Sicilia Piñero, Inés López López, and Manuela López Pérez, “The role of e-WOM in international communication” in *Handbook of Research on International Advertising*, edited by Edward Elgar, 2012, 325-350.
7. Ruiz de Maya, Salvador, Maria Sicilia Piñero and Inés López López, “El Boca Oreja Electrónico en el Sitio Web del Minorista y su Influencia en el Consumidor” in *Distribución Comercial y Comportamiento*

- del Consumidor*, edited by Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 2010, 263-276.
8. Ruiz de Maya, Salvador and Longinos Marín Rives, "Las ventajas de la identificación del consumidor con la empresa" in *Introducción a la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa*, edited by Centro de Estudios Económicos y Empresariales (Universidad de Murcia), 2010, 37-43.
 9. Ruiz de Maya, Salvador and Longinos Marín Rives "Análisis del fenómeno de responsabilidad social empresarial" in *Introducción a la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa*, edited by Centro de Estudios Económicos y Empresariales (Universidad de Murcia), 2010, 27-35.
 10. Ruiz de Maya, Salvador, Inés López López and Maria Sicilia Piñero, "Información y emociones en el sitio web del minorista" in *Distribución comercial. Estrategias para competir por el consumidor*, edited by Cátedra Fundación Ramón Areces, Universidad de Oviedo, 2009
 11. Ruiz de Maya, Salvador, "El impacto de las RSC en la percepción del consumidor", in *Las claves de la responsabilidad social corporativa para empresarios y profesionales*, edited by COIE, Universidad de Murcia, 2009.
 12. Martínez Clares, Carlos Antonio and Salvador Ruiz de Maya, "Test de aceptabilidad y preferencia del jamón cocido El Pozo", in *Experiencias y casos de comportamiento del consumidor*, edited by ESIC, 2001
 13. Ruiz de Maya, Salvador, "La compra de juguetes en la familia: participación de los niños", in *Experiencias y casos de comportamiento del consumidor*, edited by ESIC, 2001.
 14. Tomaseti Solano, Eva and Salvador Ruiz de Maya, "Satisfacción del cliente de productos infantiles: el caso de Hero Baby", in *Experiencias y casos de comportamiento del consumidor*, edited by ESIC, 2001.
 15. Martínez Clares, Carlos Antonio and Salvador Ruiz de Maya, "La influencia del recuerdo en el diseño de una campaña de publicidad", in *Experiencias y casos de comportamiento del consumidor*, edited by ESIC, 2001.
 16. Ruiz de Maya, Salvador and Delgado Valdez, Gabriela Susana, "Productos agrarios ecológicos en España y en México", in *Experiencias y casos de comportamiento del consumidor*, edited by ESIC, 2001.
 17. Flores, Enrique, Eva Tomaseti Solano and Salvador Ruiz de Maya, "Marketing în întreprinderii mici și mijlocii (Marketing en la Pequeña y Mediana Empresa)", in *Managementul Întreprinderilor Mici și Mijlocii (Administración de la Pequeña y Mediana Empresa)*, edited by Ex Ponto, 2001.
 18. Ruiz de Maya, Salvador, Narciso Arcas Lario and José Luis Munuera Alemán, "El Comportamiento del Consumidor de Productos Cárnicos", in *La Industria Cárnica en España. Análisis Económico y Estratégico*, edited by Publicaciones Técnicas Alimentarias, S.A. and Ediciones Ayala, S.L., 1999.
 19. Arcas Lario, Narciso, Salvador Ruiz de Maya and José Luis Munuera Alemán, "Área de Comercialización", in *La Industria Cárnica en España. Análisis Económico y Estratégico*, edited by Publicaciones Técnicas Alimentarias, S.A. y Ediciones Ayala, S.L., 1999.
 20. Ruiz De Maya, Salvador, "La Experimentación", in *Metodología para la Investigación en Marketing y Dirección de Empresas*, edited by Pirámide, 1999.
 21. Ruiz de Maya, Salvador, Narciso Arcas Lario and José Luis Munuera Alemán, "El Comportamiento del Consumidor de Productos Cárnicos", in *La Industria Cárnica en la Región de Murcia. Un Análisis Económico y Estratégico*, edited by Asociación Murciana de Industrias de la Carne, 1998.
 22. Arcas Lario, Narciso, Salvador Ruiz de Maya and José Luis Munuera Alemán, "Área de Comercialización", in *La Industria Cárnica en la Región de Murcia. Un Análisis Económico y Estratégico*, edited by Asociación Murciana de Industrias de la Carne, 1998.
 23. Ruiz de Maya, Salvador, "La Modelización del Comportamiento del Consumidor". *El Comportamiento del Consumidor*, edited by Ariel Economía, 1997.

Cases

1. Ruiz, Salvador and Laura Martínez, "Acciones Estratégicas Dirigidas al Consumidor", in *Comportamientos de Compra del Consumidor. 29 Casos Reales*, 2010.
2. López, Inés; Salvador Ruiz and Ruth Guillén, "La Campaña de Fidelización de Cajamurcia", in *Comportamientos de Compra del Consumidor. 29 Casos Reales*, edited by ESIC Editorial, 2006.
3. Ruiz, Salvador and Carlos Antonio Martínez, "La Investigación sobre el Consumidor y Marketing", in *Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor*, edited by ESIC Editorial, 2001.

4. Ruiz, Salvador, "Grupos de Decisión. La Familia", in *Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor*, edited by ESIC Editorial, 2001.
5. Tomaseti, Eva and Salvador Ruiz, "Comportamiento Postcompra y Lealtad de Marca", in *Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor*, edited by ESIC Editorial, 2001.
6. Martínez, Carlos Antonio and Salvador Ruiz, "Aprendizaje y Memoria", in *Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor*, edited by ESIC Editorial, 2001.
7. Ruiz, Salvador and Gabriela Delgado, "Productos Agrarios Ecológicos en España y México", in *Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor*, edited by ESIC Editorial, 2001.

Conference Presentations

1. Alarcón-López R.*, Klesse A.K., Ruiz-de-Maya S., & López-López I. (2020). When I Share, I Feel Unique: Sharing one's Customization Experience Increases Feelings of Pride. Special session. *ACR Conference*. Paris, France.
2. Claudia Aguirre Mejía, Salvador Ruiz de Maya, María Dolores Palazón Vidal y Héctor Augusto Rodríguez Orejuela "La importancia en el emisor en la comunicación boca-oído de la RSC", *XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK*, 2019
3. Mercedes Pincay Pilay, Inés López López y Salvador Ruiz de Maya "Los servicios de transformación como atenuantes de la privación relativa en la base de la pirámide", *XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK*, 2019
4. Rocío Alarcón López, Salvador Ruiz de Maya e Inés López López "Are customers proud of the products they customize?", *XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK*, 2019
5. Salvador Ruiz-de-Maya "La atracción de visitantes y el éxito de los museos: consumidor y marketing de los museos", *IX Seminario en el día Internacional de los museos*, 2019
6. Claudia Ximena Aguirre Mejía, Salvador Ruiz-de-Maya, María Dolores Palazón Vidal and Héctor Augusto Rodríguez Orejuela "CRM Messages and consumer's motivations for EWOM", *XXX Congreso Internacional de Marketing AEMARK*, 2018
7. Sylvia López Davis, Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz-de-Maya, "What makes a person more responsible? Exploring the antecedents of personal social responsibility", *XXX Congreso Internacional de AEMARK*, 2018
8. Rocío Alarcón-López, Inés López-López and Salvador Ruiz-de-Maya, "Structural Equation Modeling with lavaan to explain the effects of co-creation on consumer behavior, *X Jornadas de Usuarios de R*, 2018
9. Rocío Alarcón-López, Inés López-López and Salvador Ruiz-de-Maya, "The co-creation outcome: Does it matter?", *IV Jornadas Doctorales de la Universidad de Murcia*, 2018
10. Rocío Alarcón-López, Anne Klesse, Inés López-López and Salvador Ruiz-de-Maya, "The negative effect of sharing hedonic customization experiences on satisfaction", *11th European ACR Conference*, 2018
11. Claudia Aguirre, Maria Dolores Palazón, Augusto Rodríguez and Salvador Ruiz de Maya "eWom drivers in corporate social responsibility" *XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK* 2017.
12. Rodríguez, Yusimí, Ruiz de Maya, Salvador y Sicilia Piñero, María, "Does consumer engagement affect online advertising effectiveness? An empirical evidence from Facebook campaigns", *16th International Conference on Research in Advertising (ICORIA)*. Gant (Belgium), 2017.
13. Rocío Alarcón, Inés López and Salvador Ruiz de Maya and Salvador Ruiz de Maya, "Affective vs cognitive co-creation: spread the Word and get satisfaction". *XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK* 2017
14. Inés López, José Francisco Parra, and Salvador Ruiz de Maya, "Can a firm reassure consumers after emotionally difficult decisions?" *XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK* 2017
15. Yusimi Rodríguez, Maria Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya, "How to increase ad efectiveness and Consumer engagement with Facebook campaigns? The effect of type of advertising goal". *XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK* 2017
16. Yusimi Rodríguez, Maria Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya "Does consumers engagement affect marketing result? Analysis of empirical evidence from SNSs. *III Jornadas Doctorales*. University of Murcia. 2017.
17. Rocío Alarcón, Inés López and Salvador Ruiz de Maya "When Consumer share their co-creation experiences to get more satisfaction". *III Jornadas Doctorales*. 2017.

18. Mariola Palazón, Yusimi Rodríguez, Maria Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya "Give me likes and comments? When participating in brand pages affects social recognition and consumer behavior. ACR – Latin America Conference. "From Magical Realism to Realizing Magic in the Market Place". 2017.
19. Hidalgo Alcázar, Maria del Carmen, Maria Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya, "Mental simulation process in tourism: creating virtual experience through a promotional video", *IV Workshop de Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa*, 2016.
20. Hidalgo Alcázar, Maria del Carmen, Maria Sicilia Piñero, and Salvador Ruiz de Maya, "Social presence and vividness in a virtual experience: the effects on destination image and behavioral intentions", *XXVII Encuentro Nacional de Facultades de Administración y Economía (ENEFA)*, 2016.
21. Alarcón López, Rocio, Salvador Ruiz de Maya and Inés López López, "Telling others about my co-creation experiences makes me good!", *XXVIII Congreso de Marketing (AEMARK)*, 2016.
22. Abril Ruiz, Ángel, Inés López López and Salvador Ruiz de Maya, "Efecto de que otros consumidores pueden tocar el producto sobre el comportamiento", *XXVIII Congreso de Marketing (AEMARK)*, 2016.
23. Parra Azor, José Francisco, Salvador Ruiz de Maya and Inés López López, "Racking your brain: The effect of sharing emotionally difficult decisions on consideration set and choice", *XXVIII Congreso de Marketing (AEMARK)*, 2016.
24. Giménez García Conde, Miguel, Longinos Marin Rives and Salvador Ruiz de Maya, "From parents attitudes to children overweight. Help may come from public marketing communication", *XXVIII Congreso de Marketing (AEMARK)*, 2016.
25. Hidalgo Alcazar, Maria del Carmen, Maria Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya, "Mental simulation and virtual experiences used to create destination image and influence consumer behavior", *XXVIII Congreso de Marketing*, 2016.
26. Ruiz de Maya, Salvador, Mariola Palazón Vidal and Maria Sicilia Piñero, "Social and behavioral consequences of feedback when participating in brand pages", *Association for Consumer Research Conference*, 2016.
27. López Davios, Sylvia, Longinos Marin Rives and Salvador Ruiz de Maya, "Consumer social responsibility: scale development, dimensions and relation with corporate social responsibility", *Symposium on ethics and social responsibility research*, 2015.
28. Ruiz de Maya, Salvador, Rafaela Lardin Zambudio e Inés López López, "I will do it if I enjoy it! Consumers participation in CSR campaigns", *EMAC*, 2015.
29. Hidalgo Alcázar, Maria del Carmen, Salvador Ruiz de Maya and Maria Sicilia Piñero, "Emotions and cognitions when reading online reviews: impact on destination image", *EMAC*, 2015.
30. Lardin Zambudio, Rafaela, Salvador Ruiz de Maya and Inés López López, "I wil do it if i enjoy it!: seeking sensory pleasure in CSR campaigns", *XXVII Congreso de Marketing (AEMARK)*, 2015.
31. Hidalgo Alcázar, Maria del Carmen, Maria Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya, "Mental simulation processing and destination image", *XXVII Congreso de Marketing (AEMARK)*, 2015.
32. Abril Ruiz, Ángel, Salvador Ruiz de Maya and Inés López López, "El miedo al contagio cuando el producto se puede tocar y su impacto en las decisiones de consumo", *XXVII Congreso de Marketing (AEMARK)*, 2015.
33. Hidalgo Alcázar, Carmen, Maria Sicilia and Salvador Ruiz de Maya, "Mental simulation as antecedent of destination image", *II Workshop en Investigación en Sistemas y Tecnología de Información*, 2015.
34. Ruiz de Maya, Salvador, Inés López López and Sarah Moore, "When is saying believing? Sharing sensations after tasting new products", *Association for Consumer Research*, 2015.
35. Ruiz de Maya, Salvador, Inés López López and Sarah Moore, "What if we share sensations after tasting new productos?", *XXVI Congreso Nacional de Marketing*, 2014.
36. Hidalgo Alcázar, Maria del Carmen, Maria Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya, "User-generated content and tourism destination image through emotions and cognitions ", *XXVI Congreso Nacional de Marketing*, 2014.
37. Giménez García Conde, Miguel, Longinos Marin Rives and Salvador Ruiz de Maya, "What are generative consumers looking for?", *XXVI Congreso Nacional de Marketing*, 2014.
38. López Davis, Sylvia, Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz de Maya, "Responsabilidad social del consumidor: desarrollo de una escala", *XXVI Congreso Nacional de Marketing*, 2014.
39. Hidalgo Alcázar, Maria del Carmen, Maria Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya, "El efecto del contenido generado por otros usuarios en la imagen de un destino rural." *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*, 2014.

40. Ruiz de Maya, Salvador, Maria Sicilia Piñero and Mariola Palazón Vidal, "Consumer Reactions to likes and comments received in social network sites", *43rd European Marketing Academy (EMAC)*, 2014.
41. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Sarah Moore "Sharing Sensations: Effect on Product Evaluation", *43rd European Marketing Academy (EMAC)*, 2014.
42. Ruiz de Maya, Salvador, Maria Sicilia Piñero and Mariola Palazón Vidal, "The impact of feedback from other consumer when contributing to brand pages", *European conference of the Association for consumer research*, 2013.
43. Giménez Garcia Conde , Miguel, Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz de Maya, "Children normal-weight and obesity antecedent: parent's awareness, concern and commitment towards healthy weight habit" , *12th International association on Public and Non Profit Marketing Conference*, Islas Canarias 2013.
44. Hidalgo Alcázar, Maria del Carmen, Maria Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya. "The effect of user-generated on tourist behavior. The mediating role of destination image". *Tourism and management studies international conference*, 2013.
45. Ruiz de Maya, Salvador, Mariola Palazón Vidal and Maria Sicilia Piñero," Feedback to my comment in a social network. Effects on attitudes and social recognition" *XXV Congreso Nacional de Marketing*, 2013.
46. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya, and Luk Warlop, " Will the failure recur? When stability attributions buffers dissatisfaction during catharsis" , *XXV Congreso Nacional de Marketing*, 2013.
47. Marín Rives, Longinos, Salvador Ruiz de Maya, and Nina Reynolds, "The role of identity complexity on consumer behavior" , *XXV Congreso Nacional de Marketing*, 2013.
48. Palazón Vidal, Maria, Ruiz de Maya, Salvador and Sicilia Piñero, Maria, "Likes and Comments: Feedback on Brand Pages Determines Attitudes and Social Recognition", *42nd Lost In Translation, marketing in an interconnected world conference*, 2013.
49. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya, and Luk Warlop, "Consumer's Catharsis and Service Failure: The moderating role of stability attributions and regulatory focus". *42nd Lost In Translation, marketing in an interconnected world conference*, 2013.
50. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Looking for Revenge? Talk to Stranger". *42nd Lost In Translation, marketing in an interconnected world Conference*, 2013.
51. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "When Consumer Revenge Proves to be Beneficial". *Society for Consumer Psychology Conference*, 2013.
52. López López Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Talking to a stranger helps", *2013 Society for Consumer Psychology Conference*, 2013.
53. Hidalgo Alcázar, Maria del Carmen, Maria Sicilia Piñero, and Salvador Ruiz de Maya, "Exposure to user – Generated content and the dimensions image", *XXIV Congreso Nacional de Marketing*, 2012.
54. López López, Inés and Salvador Ruiz de Maya, "When strangers are better addresses than friends", *XXIV Congreso Nacional de Marketing*, 2012.
55. Hidalgo Alcázar, Maria del Carmen, Maria Sicilia Piñero, and Salvador Ruiz de Maya, "La imagen de destino y el contenido generado por otros usuarios: el caso del turismo rural", *IX Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TURITEC 2012)*, 2012.
56. Giménez Garcia Conde, Miguel, Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz de Maya, "You've got mail! Good, but to increase children fruit intake use SMS, *I Congreso Internacional Comer Bien en la Escuela*, 2012.
57. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "When consumers' revenge proves to be beneficial", *Society for Consumer Psychology Conference*, 2012.
58. Ruiz de Maya, Salvador, Donald R. Lehmann and Eva Tomasetti Solano, "Evolution of spouses' and children's decisions across cultures", *XXIII Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, 2011.
59. Giménez Garcia Conde, Miguel, Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz de Maya, "Consumer CSR attributions, generativity and product transcendence", *XXIII Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, 2011.
60. López López, Inés and Salvador Ruiz de Maya, "Cuando los consumidores traicionados buscan venganza", *XXIII Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, 2011.
61. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "The bolstering effect of catharsis in service recovery strategies", *European Marketing Academy Conference*, 2011.

62. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Does sharing negative consumption-related emotions help or hurt satisfaction?", *Society for Consumer Psychology Conference*, 2011.
63. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Catharsis: an alternative for high-level service recovery strategies", *Society for Consumer Psychology Conference*, 2011.
64. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Explosión de emociones y estrategias de recuperación del servicio", *XXII Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, Oviedo, 2010.
65. Giménez García Conde, Miguel, Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz de Maya, "La generatividad como moderador del impacto de la responsabilidad social sobre el consumidor", *XXII Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, 2010.
66. Marín Rives, Longinos and Salvador Ruiz de Maya, "Antecedents of organizational identification in consumer markets", *XXII Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, 2010.
67. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Identifying the best addressee when consumers share their emotions", 9th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Madrid, 2010.
68. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Consumer's decisions to regulate affect: the role of online product recommendations". 9th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Madrid, 2010.
69. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Social sharing of consumption-related emotions: benefit from what your customers say about you", *European ACR*, London, 2010.
70. Giménez García-Conde, Miguel, Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz de Maya, "Generativity and How Consumers Express Concern About Legacy", *International Academy of Management and Business*, Madrid, 2010.
71. Martínez Clares, Carlos Antonio, María Sicilia Piñero and Salvador Ruiz de Maya, "El rol de la edad en la valoración del materialismo y de la salud y su influencia en la eficacia publicitaria", *XXI Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, 2009.
72. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Compartir emociones específicas asociadas a episodios de compra. El Rol de los objetivos de compartir", *XXI Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, 2009.
73. Giménez García Conde, Miguel, Salvador Ruiz de Maya and Longinos Marín Rives, "¡Descanse en Paz! La Generatividad en el Comportamiento del Consumidor", *XXI Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, 2009.
74. Marín Rives, Longinos, Salvador Ruiz de Maya and Pedro Jesús Cuestas, "¡Overbooking! Cuando los Clientes Identificados Dejan de Captar Nuevos Clientes", *XXI Encuentro de Profesores de Marketing (AEMARK)*, 2009.
75. Ruiz de Maya, Salvador, Inés López López and Luk Warlop, "Affect Mechanisms: Information Processing and Competing Sources of Information", *38th European Marketing Academy (EMAC) Conference*, 2009.
76. Tomaseti Solano, Eva and Salvador Ruiz de Maya, "The Evaluation of New Utilitarian and Symbolic Products: The Effect of Attribute Type and Product Knowledge", *Association for Consumer Research Conference*, 2008.
77. Tomaseti Solano, Eva, Salvador Ruiz de Maya and Nina Reynolds, "Flow and attitude toward the website on the evaluation of products present by means of virtual reality: A conceptual model", *2008 Association for Consumer Research Conference*, 2008.
78. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "¿Y si te cuento mis emociones al consumir un producto? El efecto de compartir las emociones en el comportamiento del consumidor", *XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2008.
79. Sicilia Piñero, María, Salvador Ruiz de Maya and Gita Johar, "El Boca a Boca Electrónico. Efecto Directo y Efecto Ampliado", *XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2008.
80. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop: "Mecanismos Regulatorios y Evaluativos del Afecto en un Sitio Web", *XX Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing*, 2008.
81. Ruiz de Maya, Salvador, María Sicilia Piñero and Gita Johar, "El rol de las expectativas del consumidor en el boca-oído electrónico", *XX Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing*, 2008.
82. Marín Rives, Longinos and Salvador Ruiz de Maya, "La Estrategia de Marcar para Nuevos Productos: ¿Extensión o Alianza?", *XX Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing*, 2008.

83. Tomaseti Solano, Eva, Salvador Ruiz de Maya and Nina Reynolds, "The Effect of Interactivity on Internet Shopping: a Conceptual Model", *37th EMAC Conference*, 2008.
84. Ruiz de Maya, Salvador and Longinos Marín Rives, "Alone or in Good Company? The Role of Identification in consumer's evaluation of brand extensions and brand alliances", *37th EMAC Conference*, 2008.
85. Reynolds, Nina and Salvador Ruiz de Maya, "Time orientation, task characteristics, and customer performance", *37th EMAC Conference*, 2008.
86. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Social Sharing of Emotions in Consumption Experiences", *37th EMAC Conference*, 2008.
87. Marín Rives, Longinos and Salvador Ruiz de Maya, "El Rol de la Relevancia de la Identidad en las Relaciones de Identificación del Consumidor con la Empresa", *XIX Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing*, 2007.
88. Sicilia Piñero, María and Salvador Ruiz de Maya, "An Analysis of Consumers' Cognitive Operations by Varying the Level of Information Contained in a Web Site", *AMA Summer Marketing Educators' Conference*, 2007.
89. López López, Inés and Salvador Ruiz de Maya, "A Hedonic/Utilitarian Dual Mediation Hypothesis: The Role of Emotions and the Bi-dimensionality of Attitude in Website Effectiveness", *The 2007 La Londe Conference. Marketing Communications and Consumer Behavior*, 2007.
90. Ruiz de Maya, Salvador and Inés López López, "A hedonic/utilitarian dual mediation hypothesis in the measurement of website communication effectiveness", *European Conference of the Association for Consumer Research (EACR)*, 2007.
91. Sicilia Piñero, María, Salvador Ruiz de Maya and Gita Johar, "The Spillover Effect in e-WOM", *European Conference of the Association for Consumer Research (EACR)*, 2007.
92. Marín Rives, Longinos and Salvador Ruiz de Maya, "From CSR to Purchase Intention: A Conceptual Framework and its Empirical Validation", *36th EMAC Conference*, 2007.
93. López López, Inés and Salvador Ruiz de Maya, "Applying the Theory of Planned Behavior to Organic Products: A Cross-European Comparison", *36th EMAC Conference*, 2007.
94. Tomaseti Solano, Eva, Salvador Ruiz de Maya and Nina Reynolds, "New Product Evaluations Online: The Effect of Innate Innovativeness on Presentation Preference", *36th EMAC Conference*, 2007.
95. Ruiz de Maya, Salvador and Nina Reynolds, "Attitudes towards Websites and Time Orientation: The Impact of Task Complexity and Prioritization on Hedonic and Utilitarian Attitudes", *36th EMAC Conference*, 2007.
96. Sicilia Piñero, María, Salvador Ruiz de Maya and Gita Johar, "The Influence of Electronic Word of Mouth on Consumers Behavior. The Moderating Effect of Experience", *36th EMAC Conference*, 2007.
97. Marín Rives, Longinos and Salvador Ruiz de Maya, "Las consecuencias de la RSC en el consumidor", *14th Internacional Symposium on Ethics, Business and Society*, 2006.
98. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya y José Luis Munuera Alemán, "Los valores del consumidor como determinantes del consumo de productos ecológicos", *XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2006.
99. Tomaseti Solano, Eva and Salvador Ruiz de Maya, "La evaluación de productos presentados mediante realidad virtual en internet", *XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2006.
100. Sicilia Piñero, María, Salvador Ruiz de Maya and Gita Johar, "Efectos del Boca a Boca Electrónico en el Comportamiento del Consumidor", *XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2006.
101. Sicilia Piñero, María, Salvador Ruiz de Maya and Inés López López, "Propuesta de un Modelo de Eficacia de Comunicación Interactiva", *XVI Congreso Nacional ACEDE (Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas)*, 2006.
102. Pemartín González Adalid, María, José Luis Munuera Alemán and Salvador Ruiz de Maya, "The antecedents of ethical purchase behavior: An application to the purchase of organic products", *35th EMAC Conference*, 2006.
103. Marín Rives, Longinos and Salvador Ruiz de Maya, "Determinants of Corporate Identity Attractiveness for Consumers", *35th EMAC Conference*, 2006.
104. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and María Sicilia Piñero, "Cognitive and Emotional Responses as Antecedents of Website Effectiveness", *35th EMAC Conference*, 2006.

105. Sicilia Piñero, María, Inés López López and Salvador Ruiz de Maya, "The Effects of Website Organization of Information on Consumer Behavior. The Moderating Effect of Experience", *35th EMAC Conference*, 2006
106. Ruiz de Maya, Salvador, María Pemartín González Adalid y Narciso Arcas Lario, "La confianza como atributo de calidad. Su influencia en el consumo de los alimentos ecológicos", *II Congreso Nacional de Calidad Alimentaria, Sectores Agroganadero y Pesquero*, 2005.
107. Sicilia Piñero, María, Salvador Ruiz de Maya e Inés López López, "La organización de la información como determinante de la eficacia del sitio web", *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*", 2005.
108. Pemartín González Adalid, María, Salvador Ruiz de Maya y José Luis Munuera Alemán, "Los determinantes del consumo ético. Una aplicación a los productos ecológicos", *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*", 2005.
109. Marin Rives, Longinos, Salvador Ruiz de Maya and Pedro Fenollar Quereda, "Las consecuencias de la responsabilidad social corporativa para el atractivo de la empresa percibida por el consumidor", *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2005.
110. Fenollar Quereda, Pedro and Salvador Ruiz de Maya, "Contribution of personal and cultural variables to social influence: Age as a moderator variable", *Consumer Personality and Research Conference*, 2005.
111. Arcas Lario, Narciso, Salvador Ruiz de Maya and Maria Pemartín González Adalid, "La confianza del consumidor en la seguridad alimentaria. Estudio aplicado al caso de los alimentos ecológicos ", *I Congreso Internacional de Seguridad Alimentaria*, 2005.
112. López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Maria Sicilia Piñero, "Respuestas Cognitivas y Emocionales como Antecedentes de la Eficacia del Sitio Web", *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2005.
113. Fenollar Quereda, Pedro, Salvador Ruiz de Maya and Marin Rives Longinos, "El Consumo Simbólico y sus Antecedentes. Un Estudio Empírico", *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2005.
114. Sicilia Piñero, María and Salvador Ruiz de Maya, "Consumer Processing under Information Overload in an Online Environment", *32nd International Research Seminar in Marketing*, 2005.
115. Sicilia Piñero, María, Salvador Ruiz de Maya and Eva Tomaseti "The Moderating Effect of Flow State on Web Site Effectiveness", *Australian and New Zealand marketing Academy Conference* 2004.
116. Fenollar Quereda, Pedro and Salvador Ruiz de Maya, "Efectos de la televisión, la imagen social de la publicidad y los "Otros" en el Consumo Simbólico", *XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2004.
117. Tomaseti Solano, Eva, Salvador Ruiz de Maya and Maria Sicilia Piñero, "The moderating effect of innate innovativeness on consumer responses to symbolic and functional innovation", *Australian and New Zealand marketing Academy Conference*, 2004.
118. Sicilia Piñero, María and Salvador Ruiz de Maya, "The Mediating Role of Attitude Toward the Web Site. The moderating effect of Need for Cognition", *33rd EMAC Conference*, 2004.
119. Ruiz de Maya, Salvador and Eva Tomaseti Solano, "Attribute Type and Product Meaning on New Product Evaluation: the Additional Moderating Effect of Need for Cognition", *33rd EMAC Conference*, 2004.
120. Ruiz de Maya, Salvador and Pedro Fenollar Quereda, "Determinants of Social Symbolism Consumption", *33rd EMAC Conference*, 2004.
121. Parra Azor, José Francisco, Salvador Ruiz de Maya and Francisco José Sarabia Sánchez, "La Búsqueda de Información en los Ambientes de Compra a través de Internet", *XV Encuentro de profesores Universitarios de Marketing*, 2003.
122. Parra Azor, José Francisco, Salvador Ruiz de Maya, and Francisco José Sarabia Sánchez, "Consideration Sets in Online Shopping Environments: the Effects of Self-Controlled and Agent-Based Agents", *32nd EMAC Conference*, 2003.
123. Román Nicolás, Sergio, José Luis Munuera Alemán and Salvador Ruiz de Maya "Determinants and Consequences of Ethical Behavior: an Empirical Study on Salespeople", *ASAC (Administrative Science Association of Canada Conference)*, 2002.

124. Román Nicolás, Sergio, Salvador Ruiz de Maya and José Luis Munuera Alemán, "Antecedents and Consequences of Customer-Oriented Selling: An Empirical Study on Salespeople and their Customers", *Marketing Science Conference*, 2002.
125. Sicilia Piñero, María, Salvador Ruiz de Maya and José Luis Munuera Alemán, "Efecto de la Interactividad del Mensaje Publicitario sobre el Procesamiento de la Información y el Estado de Flujo", *XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2002.
126. Ruiz de Maya, Salvador and Eva Tomaseti Solano, "La Influencia de los Cónyuges en las Decisiones Familiares: un Enfoque Meta-analítico", *XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2002.
127. Parra Azor, José Francisco, Salvador Ruiz de Maya and Francisco José Sarabia, Sánchez "El Tamaño y la Estabilidad del Conjunto Considerado en los Ambientes de Compra a través de Internet", *XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 2002.
128. Román Nicolás, Sergio, José Luis Munuera and Salvador Ruiz de Maya "Customer-oriented Selling, Salesperson's Role Stress and Performance: An Alternative Perspective", *31st EMAC Conference*, 2002.
129. Ruiz de Maya, Salvador and Eva Tomaseti Solano, "Children's Influence in Family Decision Making: A Meta-analytic Approach", *31st EMAC Conference*, 2002.
130. Ruiz de Maya, Salvador and Pedro Soriano Molina "Home Shopping through Internet. Experience, Attitudes and Purchase Intention", *31st EMAC Conference*, 2002.
131. Román Nicolás, Sergio, Salvador Ruiz de Maya and José Luis Munuera Alemán, "The Role of Customer-oriented Selling in the Relationship Selling Process", *31st EMAC Conference*, 2002.
132. Román Nicolás, Sergio, Salvador Ruiz de Maya and José Luis Munuera Alemán, "Salesperson's Ethical Behaviour: Some Antecedents and Consequences", *31st EMAC Conference*, 2002.
133. Sicilia Piñero, María and Salvador Ruiz de Maya, "The Impact of Cognitive and/or Affective Processing Styles on Consumer Response to Advertising Appeals", *4th International Research Seminar on Marketing Communications and Consumer Behavior*, 2001.
134. Román Nicolas, Sergio and Salvador Ruiz de Maya, "Sales Training Practices within the European Union: A Comparative Analysis between Northern and Southern European Small and Medium-Sized Companies", *The Tenth Bienal World Marketing Congress: Academy of Marketing Science*, 2001.
135. Soriano Molina, Pedro José and Salvador Ruiz de Maya, "Determinantes de la Intención de Compra en el Sitio Web", *XIII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing*, 2001.
136. Flores López, Enrique and Salvador Ruiz de Maya, "The Advertising Environment on the Advertising Standardization Decision", *29th EMAC Conference*, 2000.
137. Arcas Lario, Narciso, Salvador Ruiz de Maya and Pedro Jesús Cuestas Díaz: "Ecological Agrarian Products in Spain: Marketing and Consumer Attitudes towards Them", *International Symposium on Protected Cultivation in Mild Winter Climates: Current Trends for Sustainable Technologies*, 2000.
138. Flores López, Enrique and Salvador Ruiz de Maya, "Influencia del Entorno Publicitario en la Estandarización de la Publicidad Internacional", *XI Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing*, 1999.
139. Román Nicolás, Sergio, Salvador Ruiz de Maya and José Luis Munuera Alemán, "The Effects of Training on Salespeople Customer Orientation, Performance and Effectiveness in SMEs", *28th EMAC Conference*, 1999.
140. Román Nicolás, Sergio, Salvador Ruiz de Maya and José Luis Munuera Alemán, "Formación, Rendimiento y Efectividad de la Fuerza de Ventas", *X Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing*, 1998.
141. Delgado Ballester, Elena and Salvador Ruiz de Maya, "Waiting Time in Decision Making and Consumer Time Orientation", *27th EMAC Conference*, 1998.
142. Delgado Ballester, Elena and Salvador Ruiz de Maya, "Decisiones de Consumo que Implican Tiempo de Espera y Orientación Temporal del Consumidor", *IX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 1997.
143. Arcas Lario, Narciso and Salvador Ruiz de Maya, "Acciones de Marketing de las Cooperativas de Comercialización de Productos Hortofrutícolas", *IX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 1997.
144. Munuera, José Luis, Miguel Hernández Espallardo and Salvador Ruiz de Maya, "La Planificación de las Ferias como Actividades de Marketing", *VIII Congreso Nacional y IV Congreso Hispano-Francés de AEDEM*, 1994.

145. Munuera Alemán, José Luis and Salvador Ruiz de Maya, "Trade Fairs: Visitor's Viewpoint", 22nd EMAC Conference, 1993.
146. Ruiz de Maya, Salvador and José Luis Munuera Alemán, "Las Preferencias del Consumidor: Estudio de su Composición a través del Análisis Conjunto", IV Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing, 1992.
147. Munuera Aleman, José Luis, Salvador Ruiz de Maya and Andreas Kanther, "Propuesta para un Programa de Doctorado en Marketing", III Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing, 1991.

Grants Received

Europe

CONSUMER DECISION-MAKING ON ORGANIC PRODUCTS. European Commission. *University of Surrey(UK), VTT Biotechnology (Finland), INRAN (Italy), Agricultural University of Athens (Greece), University of Murcia (Spain), MAPP The Aarhus School of Business (Denmark), FRCN (Germany), Uppsala University (Sweden)*. 2002-2005. 1.720.077 €. Richard Shepherd (leading), 22 researchers.

ECONOMIC LEARNING IN TRAINING FOR ENTERPRISES (ELITE). European Commission. *Devon and Cornwall Training and Enterprise Council (United Kingdom), Escola Superiore De Gestao Hotelaria E Turismo (Portugal), HOZN/HKLT/FEO (Netherlands), Helsinki University of Technology (Finland), University of Murcia (Spain), College of St. Mark St John (United Kingdom), University of Plymouth (United Kingdom), University of Exeter (United Kingdom)*. 1997-1999. 53.175.585 Ptas. Sally Pedrisat (leading), 16 researchers.

Spain

THE ADVANTAGES OF COMMUNICATING CSR ACTIVITIES AND ETHICAL BEHAVIOR ONLINE: EFFECTS ON CONSUMER BEHAVIOR Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Spain. *University of Murcia and Catholic University of Leuven*. January 2018 to December 2020. 31.460 €. Salvador Ruiz (leading), 10 researchers.

THE EFFECT OF BRAND PERCEPTION AND EXPERIENCE WHEN THE CONSUMER ACCESS AND SHARE INFORMATION THROUGH INTERNET Ministerio de Educación y Ciencia, Spain. *University of Murcia, Columbia University and Catholic University of Leuven*. March 2013 to December 2016. 45.500 €. Salvador Ruiz (leading), 12 researchers.

THE CONSUMER COMPANY RELATIONSHIP ON INTERNET: BEHAVIOR BASED ON LOVE (IDENTIFICATION) AND HATE (BOICOT). Fundación Séneca, Región de Murcia, Spain. *University of Murcia*. January 2010 to December 2013. 25.500 €. Salvador Ruiz (leading), 10 researchers.

SOCIAL AND ETHICAL DIMENSIONS ON CONSUMER BEHAVIOR ON INTERNET. Ministerio de Educación y Ciencia, Spain. *University of Murcia, Columbia University and Catholic University of Leuven*. 2010-2012. 88.935 €. Salvador Ruiz (leading), 12 researchers.

KNOWLEDGE GENERATION AND MULTISENSORIAL INTERACTION IN CERAMIC NEW PRODUCT DEVELOPMENT ENVIRONMENT. Ministerio de Educación y Ciencia, Spain. *University of Murcia and other six universities, CSIC and eighteen companys and associations of pottery sector*. 2007 - 2009. 533.971 €. 12 researchers.

INTERNET USE AND CONSUMER-COMPANY IDENTIFICATION AS A COMPETITIVE RESOURCE. Ministerio Educación y Ciencia, Spain. *University of Murcia*. 2005 - 2008. 50.000 €. Salvador Ruiz (leading), 10 researchers.

CONSUMER BEHAVIOR ON INTERNET AS A SOURCE OF COMPETITIVENESS: TRANSACTIONAL AND RELATIONAL PERSPECTIVES. Ministerio de Ciencia y Tecnología, Spain. *University of Murcia*. 2002-2005. 64.400 €. Salvador Ruiz de Maya (leading), 9 researchers.

Attitudes, behaviours and consuming habits of elder people. The case of Region de Murcia. Fundación Séneca, Spain. *University of Murcia*. 2001-2002. 1.687.000 ptas. 5 researchers.

Children and teenagers from Comunidad Autónoma Valenciana: analysis on their socialization process and their implication towards products from a marketing point of view. Conselleria de Cultura, Educació i Ciencia de la Generalitat Valenciana, Spain. *University of Miguel Hernández*. 1998-2000. 3.217.900 ptas. 4 researchers.

Projects with companies and public administrations (Spain)

ESPACIO ECONÓMICO DEL MEDITERRÁNEO ESPAÑOL. TURISMO RESIDENCIAL. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Murcia.
Department of Marketing, University of Murcia (from September 2012 to November 2012) 25.500 €. Salvador Ruiz de Maya (leading).

ELABORACIÓN DEL LIBRO BLANCO DEL COMERCIO EN LA REGIÓN DE MURCIA
Instituto de Fomento de la Región de Murcia.
Department of Marketing, University of Murcia 17.876 €. Salvador Ruiz de Maya and Longinos Marín (leadings), 8 researchers.

PROYECTO DE ANÁLISIS DE DATOS SEGUNDA ENCUESTA CEHEGÍN CIUDAD DIGITAL.
Ayuntamiento de Cehegín
Department of Marketing, University of Murcia (from May 2011 to June 2011) 8.500 €. Salvador Ruiz de Maya (leadings).

PROYECTO DE ANÁLISIS DE DATOS PRIMERA ENCUESTA CEHEGÍN CIUDAD DIGITAL
Ayuntamiento de Cehegín
Department of Marketing, University of Murcia (from May 2010 to June 2010) 2.750€. Salvador Ruiz de Maya

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN. Fundación Veterinaria Clínica Universitaria, University of Murcia.
Department of Marketing, University of Murcia. 2010 (from January to June). 17.400 €. María Dolores Palazón Vidal and Longinos Marín Rives (leadings).

ESTUDIO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA TRAMITACIÓN DE SUBVENCIONES DEL INFO.
Instituto de Fomento de la región de Murcia. INFO. Consejería de Universidades.
Department of Marketing, University of Murcia. 2009 (from June to December). 13.000 €. Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz de Maya (leadings).

GENERACIÓN DE CONOCIMIENTOS SOBRE LA INTERACCIÓN MULTISENSORIAL DEL SER HUMANO CON LOS ENTORNOS PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIO. Ministerio de educación y ciencia.
Department of Marketing, University of Murcia. 2007 - 2009. 4.250 €. Salvador Ruiz de Maya (leading).

HÁBITOS DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DE LA REGIÓN DE MURCIA. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Murcia.
Department of Marketing, University of Murcia. 2007 - 2008. 45.000 €. Longinos Marín Rives and Salvador Ruiz de Maya (leadings).

PLAN ESTRATÉGICO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DE LA REGIÓN DE MURCIA. Consejería de Agricultura y Agua, Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
Department of Marketing, University of Murcia. 2006. 92.800 €. José Luis Munuera Alemán (leading).

REALIZACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA EL BALNEARIO DE ARCHENA. Balneario de Archena, S.A.*Department of Marketing, University of Murcia.* 2005-2006. 49.000 €. José Luis Munuera Alemán (leading).

PLAN ESTRATÉGICO DE LAS ENTIDADES ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA REGIÓN DE MURCIA. FECOAM (Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia).
Department of Marketing, University of Murcia. 2002-2003. 28.659 €. José Luis Munuera Alemán and Narciso Arcas Lario (leadings).

PLAN DE MARKETING DE LAS EMPRESAS ADSCRITAS AL PROGRAMA INTEGRAL. Integral, Sociedad para el Desarrollo Rural del Noroeste de la Región de Murcia.
Department of Marketing, University of Murcia. 2000. 4.800.000 Ptas. José Luis Munuera Alemán (leading).

EL COMPRADOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN LA REGIÓN DE MURCIA. HEFAME (Hermandad Farmacéutica del Mediterráneo). *University of Murcia.* 1998-1999. 5.000.000 Ptas. José Luis Munuera Alemán (leading).

LA INDUSTRIA CÁRNICA ANTE EL RETO EUROPEO: UN ANÁLISIS ECONÓMICO Y ESTRATÉGICO. CajaMurcia; Instituto de Fomento de la Región de Murcia; Asociación de Industrias Cárnicas de la Región de Murcia; Fuertes S.A.*University of Murcia.* 1996-1997. 6.000.000 Ptas. Antonio Rouco Yañez, Isabel Martínez Conesa and Domingo Garcia Pérez De Lema (leadings).

PLAN ESTRATÉGICO DE LAS ENTIDADES ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA REGIÓN DE MURCIA. CajaMurcia; FECOAM (Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia).
University of Murcia. 1995-1997. 3.300.000 Ptas. José Luis Munuera Alemán (leadings).

ESTUDIO GENERAL SOBRE EL COMERCIO Y EL COMPRADOR EN LA REGIÓN DE MURCIA. Asamblea Regional de Murcia; Consejo de Cámaras de Comercio de la Región de Murcia; Dirección General de Comercio y Artesanía; Instituto de Fomento de la Región de Murcia.
University of Murcia. 1992-1993. 3.800.000 Ptas. José Luis Munuera Alemán (leading).

Dissertations supervised and placement of my students

1. Enrique Flores Lopez. University of Murcia. July 1999. "Determinants of advertising standardization: Application to Spanish exporting companies." Placement: University of Polytechnic of Cartagena (Spain).
2. Sergio Román Nicolás. University of Murcia. September 2001. "Antecedents and consequences of salespeople customer orientation." Placement: University of Murcia (Spain).
3. José Francisco Parra Azor. University of Murcia. February 2001. "Consideration set formation when buying through Internet." Placement: University of Miguel Hernández (Spain).
4. Maria Sicilia Piñero. University of Murcia. October 2003. "Information overload on the Internet. The effects of amount and organization of the information on consumer behavior." Placement: University of Murcia (Spain).
5. Joaquín Longinos Marin Rives. University of Murcia. March 2006. "Antecedents and consequences of consumer identification with the company." Placement: University of Murcia (Spain).
6. Eva Tomaseti Solano. University of Murcia. July 2006. "Determinants of consumer's evaluation of innovations exhibited through virtual reality." Placement: University Polytechnic of Cartagena (Spain).
7. Inés López López. University of Murcia. March 2010. "Social sharing of emotions in consumer behavior." Placement: University of Murcia (Spain).
8. Carlos Antonio Martinez Clares. University of Murcia. September 2011. "The effect of age and TV exposure on consumer's values and advertising efficacy." Placement: University of Murcia (Spain).

9. María del Carmen Hidalgo Alcázar. University of Murcia. May 2014. "Cognitive and affective emotions of tourism destination image. An approach through the Theory of Social Representations," Placement: Catholic University of the North (Chile), University of León (Spain)
10. Miguel Giménez García Conde. University of Murcia. December 2015. "Parental attitudes and childhood overweight. The role of communication." Placement: University of Murcia (Spain).
11. Sylvia López Davis. University of Murcia. September 2017. "Personal social responsibility: measurement, dimensions and relations with corporate social responsibility." Placement: private sector.
12. Claudia Ximena Aguirre Mejía. November 2020. "Antecedents and consequences of eWOM on corporate social responsibility actions." Placement: Catholic University of Murcia (Spain).
13. Rocío Alarcón López. June 2021. "The effect of sharing experiences of personalization on consumer behavior." Placement: .

Professional Service

Association Management: President of AEMARK (Spanish Association of Marketing Educators and Professionals), 2014 to 2018.

Conference Co-Chair: EMAC Doctoral Colloquium 2004, Consumer Behavior Track

Conference Organizing Committee: 33rd EMAC Conference, 2004
XI Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing, 1997

Ad hoc reviewer: International Journal of Research in Marketing, 1997 and 2009
Journal of Business Ethics, since 2006
Electronic Commerce Research and Applications, 2009
European Journal of Marketing, 2007
International Journal of Information Management, 2009
Journal of Marketing Communication, 2009
Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, from 1997
Revista Española de Investigación en Marketing ESIC, from 1997
Universia Business Review, 2007
Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas, 2006
Spanish Marketing Association Annual Conference, 1998-2010
European Marketing Academy Conference (EMAC), 2000-2010
Association for Consumer Research Conference, 2000-2010

Editorial Board Administrative Sciences. Section Board Member, 2020-present
Frontiers in Psychology, 2018-present
Romanian Journal of Marketing, 2007-2017

Research Awards

(Best paper award) Mejor Artículo de Investigación en la Revista Española de Investigación en Marketing *Asociación Española de Profesionales del Marketing AEMARK*

"When Sharing Consumption emotions with strangers in more satisfying than sharing them with Friends"
López López, I; Ruiz de Maya, S, and Warlop, L; 2015.

Best Working Paper Award, Society for Consumer Psychology Conference, Atlanta, 2011. Paper: López López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop, "Does sharing negative consumption-related emotions help or hurt satisfaction?"

(Best paper award) Mejor Trabajo de Investigación en la Revista Española de Investigación en Marketing. *Asociación Española de Profesionales del Marketing AEMARK*

La Identificación del Consumidor con la Empresa. Antecedentes e Influencia sobre el Comportamiento
Salvador Ruiz and Longinos Marín, 2009. 2000 euros.

(Best paper award) Premio Foro de Marcas Renombradas Españolas. *Foro de Marcas Renombradas Españolas y la Oficina de Patentes y Marcas*

“Estrategias de Marca para Nuevos Productos: ¿Extensión o Alianza?”

Longinos Marín and Salvador Ruiz, 2008. 3000 euros.

Highly Commended Award. *Emerald Literati Club*

“The Effects of Sales Training on Sales Force Activity”, *European Journal of Marketing*, 36 (11/12)

Sergio Román, Salvador Ruiz and José Luis Munuera, 2003

(Best dissertation award) Mejor Tesis Doctoral. *VIII Encuentro de Profesores de Marketing*

“La Familia como Unidad de Decisión y Consumo”

Salvador Ruiz, 1996

(Research award) Premio AFE de investigación. *Asociación de Ferias Españolas*

“Las Ferias Comerciales como Variable de Marketing: Análisis de los Objetivos del Expositor”

José Luis Munuera, Salvador Ruiz and Miguel Hernández, 1994. 300.000 ptas.

University Managements

- Director of the Permanent office of the University of Murcia in Cehegín (2017-).
- Coordinator of the doctoral program in Business Sciences December 2018 – October 2020
- Erasmus Program Tutor at the University of Murcia 2014-2020
- Head of the Marketing Department (2007–2010).
- Sub-director (1991-1994), Coordinator of the marketing module (1996-1999), and Director (2000-2003) of the Master in Foreign Trade (Dirección y Gestión en Comercio Exterior), University of Murcia and Business School of the Region of Murcia.
- Vice-dean for International Exchanges, School of Business and Economics, University of Murcia 1996-2005.
- Secretary of the Business Department, University of Murcia, 1996.

Professional Association Membership and Management

Association for Consumer Research

AEMARK (Spanish Association of Marketing Educators and Professionals)