



# **CURRÍCULUM VITAE**

**NATALIA M<sup>a</sup> RUBIO BENITO**

**Noviembre de 2010**

## ÍNDICE

<b>1.</b>	<b>DATOS PERSONALES .....</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>ACTIVIDAD INVESTIGADORA.....</b>	<b>5</b>
2.1.	PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS EN REVISTAS CIENTÍFICAS .....	5
	Publicaciones científicas en revistas nacionales .....	5
	Publicaciones científicas en revistas internacionales .....	7
2.2.	CAPÍTULOS DE LIBROS .....	12
2.3.	PONENCIAS Y COMUNICACIONES PRESENTADAS EN CONGRESOS.....	13
	Ponencias y Comunicaciones en Congresos Nacionales.....	13
	Ponencias y Comunicaciones en Congresos Internacionales .....	14
	Conferencias y Seminarios de Investigación .....	16
2.4.	PROYECTOS Y CONTRATOS DE INVESTIGACIÓN .....	16
	Proyectos de Investigación en Convocatorias Competitivas .....	16
	Contratos de Investigación.....	18
2.5.	SEXENIOS DE INVESTIGACIÓN RECONOCIDOS.....	18
2.6.	MOVILIDAD.....	18
2.7.	PREMIOS Y AYUDAS RECIBIDAS.....	18
2.8.	ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
	Revisora de revistas científicas nacionales .....	19
	Revisora de revistas científicas internacionales.....	19
	Colaboraciones como revisora en congresos nacionales .....	20
	Colaboraciones como revisora en congresos internacionales.....	20
	Tribunal de tesis doctorales .....	20
<b>3.</b>	<b>ACTIVIDAD DOCENTE .....</b>	<b>20</b>
3.1.	PUESTOS DOCENTES DESEMPEÑADOS .....	20
3.2.	ACREDITACIONES DE PROFESORADO OBTENIDAS .....	21
3.3.	EXPERIENCIA DOCENTE EN PRIMER, SEGUNDO Y TERCER CICLO EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID .....	22
	Experiencia docente en primer ciclo .....	22
	Experiencia docente en segundo ciclo .....	22
	Experiencia docente en tercer ciclo .....	23
3.4.	EXPERIENCIA DOCENTE UNIVERSITARIA EN TITULACIONES PROPIAS (MASTER, POSGRADO, FORMACIÓN PERMANENTE, CURSOS, ETC.).....	24
3.5.	PARTICIPACIÓN EN CURSOS Y CONFERENCIAS.....	27

3.6.	DIRECCIÓN DE TRABAJOS TUTELADOS DE PROGRAMAS DE POSGRADO	27
	Dirección de Trabajos de Investigación Tutelados de Programas de Doctorado .....	27
	Dirección de Trabajos de Investigación Tutelados en el Máster de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid .....	27
	Dirección de Trabajos Profesionales Tutelados en el Máster de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid.....	28
3.7.	ELABORACIÓN DE MATERIAL DOCENTE .....	28
	Colaboraciones en libros docentes .....	28
	Otros materiales docentes .....	29
3.8.	PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE.....	30
3.9.	PARTICIPACIÓN COMO PONENTE EN CURSOS ORIENTADOS A LA FORMACIÓN DOCENTE.....	30
3.10.	PARTICIPACIÓN COMO ASISTENTE EN CURSOS ORIENTADOS A LA FORMACIÓN DOCENTE.....	30
3.11.	QUINQUENIOS RECONOCIDOS.....	31
3.12.	PUNTUACIÓN DOCENTIA UAM .....	31
3.13.	OTROS MÉRITOS DOCENTES .....	31
<b>4.</b>	<b>FORMACIÓN ACADÉMICA .....</b>	<b>32</b>
4.1.	TITULACIÓN UNIVERSITARIA.....	32
4.2.	BECAS .....	32
4.3.	TESIS DOCTORAL .....	32
4.4.	PREMIOS.....	32
4.5.	ASISTENCIA A CURSOS Y SEMINARIOS DE FORMACIÓN .....	33
4.6.	OTROS TÍTULOS NO UNIVERSITARIOS.....	34
<b>5.</b>	<b>EXPERIENCIA EN GESTIÓN.....</b>	<b>34</b>
5.1.	CARGOS DE GESTIÓN UNIVERSITARIA .....	34
5.2.	OTROS MÉRITOS RELACIONADOS CON LA EXPERIENCIA EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN.....	34
	Coordinación de asignaturas .....	34
	Organización de congresos.....	34
	Organización de cursos.....	35

## 1. DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** Rubio Benito  
**NOMBRE:** Natalia María  
**SEXO:** Mujer  
**LUGAR DE NACIMIENTO:** Madrid  
**PROVINCIA:** Madrid  
**FECHA DE NACIMIENTO:** 21 de Febrero de 1976

**ORGANISMO:** Universidad Autónoma de Madrid  
**FACULTAD:** Ciencias Económicas y Empresariales  
**DEPARTAMENTO:** Financiación e Investigación Comercial  
**DIRECCIÓN DE TRABAJO:** c/ Francisco Tomás y Valiente, 5  
28049 Madrid  
Telf: 914973567 Fax: 914978725  
natalia.rubio@uam.es

**CATEGORÍA PROFESIONAL:** Profesora Contratada Doctora en el  
Área de Comercialización e  
Investigación de Mercados.  
**FECHA DE INICIO:** 3 de noviembre de 2008  
**ESPECIALIZACIÓN:** 08- Área de Conocimiento: 095  
(Código Unesco)

## 2. ACTIVIDAD INVESTIGADORA

### 2.1. PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS EN REVISTAS CIENTÍFICAS

#### Publicaciones científicas en revistas nacionales

- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (2009): “Calidad Percibida por el Consumidor para las Marcas de Distribuidor: un Análisis Comparativo con las Marcas de Fabricante”, **Distribución y Consumo**, 108, pp. 27-37.

*Indicadores de calidad:*

*In-Recs: posición 60 de 117 en el año 2008. Índice de impacto: 0.036.*

*Bases de datos que la incluyen: Latindex (17 características cumplidas), DICE.*

*Revista de investigación científica con periodicidad de 6 números por año.*

- Campo Martínez, S.; Rubio Benito, N. y Yagüe Guillén, M.J. (2008): “Beneficios y Costes del Uso de las TIC para las Empresas Minoristas de Distribución de Electrodomésticos”, **Distribución y Consumo**, 102, pp. 94-102.

*Indicadores de calidad:*

*In-Recs: posición 60 de 117 en el año 2008. Índice de impacto: 0.036.*

*Bases de datos que la incluyen: Latindex (17 características cumplidas), DICE.*

*Revista de investigación científica con periodicidad de 6 números por año.*

- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J.L. y Rubio Benito, N. (2008): “La Formación del Precio Minorista en el Canal de Distribución: Factores Determinantes del Respeto al Precio de los Fabricantes”, **Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa**, 17 (4), pp. 139-156.

*Indicadores de calidad:*

*In-Recs: posición 28 de 117 en el año 2008. Índice de impacto: 0.128.*

*Bases de datos que la incluyen: Latindex (33 características cumplidas), ISOC, SCOPUS, DICE.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista técnico-profesional con periodicidad de 4 números por año.*

- Rubio Benito, N. y Yagüe Guillén, M.J. (2006): “Resultados Económicos y Relacionales del Fabricante con la Marca de Distribuidor”, **Distribución y Consumo**, 88, julio-agosto, pp. 72-85.

*Indicadores de calidad:*

*In-Recs: posición 24 de 124 en el año 2006. Índice de impacto: 0.082.*

*Bases de datos que la incluyen: Latindex (17 características cumplidas), DICE.*

*Revista de investigación científica con periodicidad de 6 números por año.*

- Gómez Suárez, M. y Rubio Benito, N. (2006): “Gestión Minorista de las Marcas de Distribuidor: Producto y Merchandising”, **ICE: Información Comercial Española**, 828, enero-febrero, pp. 157-174.

*Indicadores de calidad:*

*In-Recs: posición 22 de 124 en el año 2006. Índice de impacto: 0.085.*

*Bases de datos que la incluyen: Latindex (29 características cumplidas), CAB ABSTRACTS, ECONLIT, ISOC, IBSS, ECONIS, RAS, DICE.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista técnico-profesional con periodicidad de 6 números por año.*

- Fernández Nogales, A.; Gómez Suárez, M. y Rubio Benito, N. (2003): “Las Marcas de Distribución y la Gestión del Lineal. Un Análisis desde la Perspectiva del Fabricante”, **Revista Española de Investigación de Marketing -ESIC-**, 7 (2), pp. 79-101.

*Indicadores de calidad:*

*In-Recs: posición 6 de 113 en el año 2003. Índice de impacto: 0.266.*

*Bases de datos que la incluyen: Latindex (32 características cumplidas), ISOC, DICE.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista técnico-profesional con periodicidad de 2 números por año.*

- Medina, O.; Méndez, J.L. y Rubio, N. (2002): “La Relación Precio-Calidad en los Mercados de Gran Consumo. Análisis Comparativo entre Marcas de Distribuidor y Marcas de Fabricante”, **ICE: Información Comercial Española**, 801, agosto-septiembre, pp. 181-204.

*Indicadores de calidad:*

*In-Recs: posición 14 de 110 en el año 2002. Índice de impacto: 0.164.*

*Bases de datos que la incluyen: Latindex (29 características cumplidas),*

*CAB ABSTRACTS, ECONLIT, ISOC, IBSS, ECONIS, RAS, DICE.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista técnico-profesional con periodicidad de 6 números por año.*

- Medina, O.; Méndez, J.L. y Rubio, N. (2001): “Calidad y precio en las marcas de fabricante y marcas de distribuidor. Evidencias empíricas”, **Revista Española de Investigación de Marketing -ESIC-**, 5 (1 y 2), pp. 91-124.

*Indicadores de calidad:*

*In-Recs: posición 37 de 103 en el año 2001. Índice de impacto: 0.076.*

*Bases de datos que la incluyen: Latindex (32 características cumplidas), ISOC, DICE.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista técnico-profesional con periodicidad de 2 números por año.*

- Medina, O.; Méndez, J.L. y Rubio, N. (2001): “Marcas de Distribuidor y Marcas de Fabricante. ¿Presentan Calidades Similares?”, **Estudios sobre Consumo**, 56, pp. 41-54.

*Indicadores de calidad:*

*In-Recs: posición 40 de 103 en el año 2001. Índice de impacto: 0.057.*

*Bases de datos que la incluyen: Latindex (28 características cumplidas), ISOC, DICE.*

*Revista de divulgación científica y cultural con periodicidad de 4 números por año.*

### **Publicaciones científicas en revistas internacionales**

- Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (In Press): “The Relative Importance of Brand Packaging, Price and Taste in Affecting Brand Preferences”, **British Food Journal**.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: Emerald Management Reviews, Autographics, Biodeterioration Abstracts, Cabell's Directory of Publishing Opportunities in Management, Collectanea Corporate, Current Citations Express, Dairy Science Abstracts, EP Collection, Food Science & Technology Abstracts, Global Health, Health & Safety Science Abstracts, Health Source, Hospitality and Tourism Index, Innovative, INSPEC, International Food Safety News, (ISI) Current Contents, (ISI) Research Alert, (ISI) Science Citation Index, (ISI) SciSearch, Manning & Napier, MasterFILE, Medicine*

*& Health, Nutrition Abstracts & Reviews, OCLC, Telebase, World Agriculture, Economics & Rural-Society Abstracts.*

**JCR 2009: 0.752**

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 11 números por año.*

- Gómez, M. y Rubio, N. (In Press): “Re-thinking the Store Brand Attitude and Store Brand Loyalty Relationship: A Simultaneous Approach”, **International Review of Retail, Distribution and Consumer Research.**

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: ABI/Inform, CSA, EBSCO (Business Source Corporate, Business Source Elite, Business Source Premier, TOC Premier), IBSS, IBZ, OCLC ArticleFirst Database, OCLC FirstSearch Electronic Collections Online, PIRA International (Management and Marketing), PsycINFO, Scopus, Swets Information Services and Thomson Gale.*

*Journal of Quality List, julio 2009: 8 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 5 números por año.*

- Campo, S.; Rubio, N. y Yagüe, M.J. (In Press): “Information Technology Use and Firm’s Perceived Performance in Supply Chain Management”, **Journal of Business to Business Marketing.**

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: ISI: Social Sciences Citation Index, Current Contents/Social & Behavioral Science, EBSCO: Academic Search Complete, Business Source Complete, Business Source Premier, Electronic Journals Service (EJS), Elsevier Scopus: Business, Management, Accounting, Gale Cengage Learning: Business ASAP, Gale Cengage: Business ASAP, IBR International Bibliography of Book Reviews on the Humanities and Social Sciences, IBZ International Bibliography of Periodical Literature, Index Copernicus, Informs: Operations Research/Management Science, LexisNexis Academic Universe, ProQuest: ProQuest 5000, ABI/INFORM, ABI/INFORM Global, ABI/INFORM Research, Referativnyi Zhurnal (Abstracts Journals of the All-Russian Institute of Scientific and Technical Information-in Russian).*

**JCR 2009: 1.227**

*Journal of Quality List, julio 2009: 11 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 4 números por año.*

- Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2009): “The Determinants of Store Brand Market Share: A Temporal and Cross-Sectional Analysis”, **International Journal of**



**Market Research**, 51 (4), pp. 501-520.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: ISI Social Sciences Citation Index, ISI Journal Citation Reports, ISI Research Alert, Proquest ABI/INFORM Global, EBSCO Business Source, Scopus, WARC.com.*

**JCR 2009: 0.986**

*Journal of Quality List, julio 2009: 16 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 6 números por año.*

- Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2009): “Alternative Panel Models to Evaluate the Store Brand Market Share: Evidence from the Spanish Market, **European Journal of Marketing**, 43 (1/2), pp. 110-138.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: ISI Social Sciences Citation Index, ISI Journal Citation Reports, ISI Research Alert, Emerald Management Reviews, Academic Research, Autographics, Business & Industry, Cabell’s Directory of Publishing Opportunities in Management and Marketing, Collectanea Corporate, CPI Digest, Current Citations Express, Electronic Collections Online, EBSCO Business Source, EP Collection, Expanded Academic Index, Galileo, General Reference Center, Innovative, Leisure Recreation and Tourism Abstracts, Manning & Napier, MasterFILE, OCLC, PsycINFO, Proquest ABI/INFOM Global, Scandinavia, Scopus, Telebase, World Bank Magazine, Zetoc (British Library).*

**JCR 2009: 0.756**

*Journal of Quality List, julio 2009: 16 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 6 números por año.*

- Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2008): “Expert Quality Evaluation and Price of Store vs. Manufacturer Brands: An Analysis of the Spanish Mass Market”, **Journal of Retailing and Consumer Services**, 15 (3), pp. 144-155.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: Elsevier SD Freedom Collection, Elsevier SD Pergamon, Scopus.*

*Journal of Quality List, julio 2009: 12 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 6 números por año.*

- Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2008): “Store Brand Management and Channel Dependence: A Model from the Manufacturer’s Perspective”, **Journal of Brand Management**, 15 (4), pp. 272-290.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: Proquest ABI/INFORM Global, EBSCO Business Source, Scopus.*

*Journal of Quality List, julio 2009: 10 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 6 números por año.*

- Gómez, M. y Rubio, N. (2008): “Manufacturer’s Characteristics that Determine the Choice of Producing Store Brands”, **European Journal of Marketing**, 42 (1/2), pp. 154-177.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: ISI Social Sciences Citation Index, ISI Journal Citation Reports, ISI Research Alert, Emerald Management Reviews, Academic Research, Autographics, Business & Industry, Cabell’s Directory of Publishing Opportunities in Management and Marketing, Collectanea Corporate, CPI Digest, Current Citations Express, Electronic Collections Online, EBSCO Business Source, EP Collection, Expanded Academic Index, Galileo, General Reference Center, Innovative, Leisure Recreation and Tourism Abstracts, Manning & Napier, MasterFILE, OCLC, PsycINFO, Proquest ABI/INFOM Global, Scandinavia, Scopus, Telebase, World Bank Magazine, Zetoc (British Library).*

**JCR 2008: 0.712**

*Journal of Quality List, julio 2009: 16 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 6 números por año.*

- Gómez, M. y Rubio, N. (2008): “Shelf Management of Store Brands: Analysis of Manufacturer’s Perceptions”, **International Journal of Retail and Distribution Management**, 36 (1), pp. 50-70.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: Collectanea Corporate, Current Citations Express, EBSCO Business Source, Emerald Reviews, EP Collection, Galileo, IngentaConnect, Innovative, International Logistics Abstract, J-Gate, Manning & Napier, MEOS, OCLC First Search, Proquest ABI/INFORM Global, Scopus, SilverLinker, SwetsWise, Telebase.*

*Journal of Quality List, julio 2009: 13 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 12 números por año.*

- Oubiña, J.; Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2007): “Effect of Strategy, Structure and Performance Variables on Store Brand Market Share”, **Journal of Marketing Management**, 23 (9/10), pp: 1013-1035.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: ABI/Inform; EBSCOhost; Emerald Management Reviews; International Bibliography of Social Sciences.*

*Journal of Quality List, julio 2009: 14 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 5 números por año.*

- Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2006): “Explanatory factors regarding manufacturer brand price consistency”, **Journal of Product and Brand Management**, 15 (6), pp. 402-411.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: Cabell's Directory of Publishing Opportunities in Management and Marketing, CPI Digest, EBSCO Business Source, Electronic Collections Online, Emerald Management Reviews, IngentaConnect, MEOS, OCLC First Search, Proquest ABI/INFORM Global, Scopus, SilverLinker, SwetsWise, The Marketing Report, J-Gate, Zetoc (British Library).*

*Journal of Quality List, julio 2009: 12 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 7 números por año.*

- Oubiña, J.; Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2006): “Strategic Management of Store Brands: An Analysis from the Manufacturer's Perspective”, **International Journal of Retail and Distribution Management**, 34 (10), pp. 742-760.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: Collectanea Corporate, Current Citations Express, EBSCO Business Source, Emerald Reviews, EP Collection, Galileo, IngentaConnect, Innovative, International Logistics Abstract, J-Gate, Manning & Napier, MEOS, OCLC First Search, Proquest ABI/INFORM Global, Scopus, SilverLinker, SwetsWise, Telebase.*

*Journal of Quality List, julio 2009: 13 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 12 números por año.*

- Oubiña, J.; Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2006): “Relationships of retail brand manufacturers with retailers”, **International Review of Retail, Distribution and Consumer Research**, 16 (2), pp. 257-275.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: ABI/Inform, CSA, EBSCO (Business Source Corporate, Business Source Elite, Business Source Premier, TOC Premier), IBSS, IBZ, OCLC ArticleFirst Database, OCLC FirstSearch Electronic Collections Online, PIRA International (Management and Marketing), PsycINFO, Scopus, Swets Information Services and Thomson Gale.*

*Journal of Quality List, julio 2009: 8 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 5 números por año.*

- Medina, O.; Méndez, J.L. y Rubio, N. (2004): “Price-Quality and Market Share of Consumer Goods in Spain: Retail Brands and Manufacturer Brands”, **International Review of Retail, Distribution and Consumer Research**, 14 (2), pp. 199-222.

*Indicadores de calidad:*

*Indexada en: ABI/Inform, CSA, EBSCO (Business Source Corporate, Business Source Elite, Business Source Premier, TOC Premier), IBSS, IBZ, OCLC ArticleFirst Database, OCLC FirstSearch Electronic Collections Online, PIRA International (Management and Marketing), PsycINFO, Scopus, Swets Information Services and Thomson Gale.*

*Journal of Quality List, julio 2009: 8 RANKING.*

*Evaluación externa anónima por pares*

*Revista académica con periodicidad de 5 números por año.*

## 2.2. CAPÍTULOS DE LIBROS

- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J.; Romero de la Fuente, J. y Rubio Benito, N. (In Press): “Importancia de la Presentación de la Información de Precios en la Elección de Compra de los Consumidores en el Sector Servicios”. En **Investigaciones, Métodos y Análisis del Turismo**, SEPTTEM Ediciones. ISBN: 978-84-96491- - .
- García de Paredes, J.L., Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (2010): “La Información de Precios Unitarios al Consumidor: Análisis desde las Perspectivas de Oferta y Demanda”. En **Temas y Tendencias de Investigación en Precios**, SEPTTEM Ediciones. ISBN: 978-84-92536-38-2.

## 2.3. PONENCIAS Y COMUNICACIONES PRESENTADAS EN CONGRESOS

### Ponencias y Comunicaciones en Congresos Nacionales

- Okazaki, S.; Rubio Benito, N. y Campo Martínez, S. (2010): “El Uso de las Redes Sociales entre los Jóvenes: Propuesta y Validación de un Modelo”, **XXII Congreso Nacional de Marketing**, Septiembre, Oviedo, España. Publicación Completa en CD-ROM.
- Gómez Suárez, M.; Rozano Suplet, M. y Rubio Benito, N. (2009): “Lealtad y Actitud hacia las Marcas de Distribuidor: Un Modelo de Ecuaciones Simultáneas”, **XXI Congreso Nacional de Marketing**, Septiembre, Bilbao, España. Presentación en congreso. Publicación Completa en CD-ROM.
- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (2009): “Precios Unitarios: Análisis Intramarca de los Efectos Recargo” (trabajo en curso), **XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing**, Septiembre, Gran Canaria, España. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.
- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (2007): “Valoración de las Marcas de Distribuidor por los Consumidores: Influencia de los Atributos Intrínsecos y Extrínsecos en las Preferencias”, **XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing**, Septiembre, Vigo, España. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.
- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (2006): “Dispersión de Precios en el Comercio Minorista. Factores Determinantes”, **XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing**, Septiembre, Almería, España. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.
- Gómez Suárez, M. y Rubio Benito, N. (2005): “Características determinantes de la decisión de producción de marcas de distribuidor”, **XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing**, Septiembre, Madrid, España. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.

- 
- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (2005): “Calidad y precio como elementos diferenciadores entre las marcas de fabricante y las marcas de distribuidor”, **XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing**, Septiembre, Madrid, España. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.
  - Oubiña Barbolla, J.; Rubio Benito, N. y Yagüe Guillén, M.J. (2004): “Modelización de la cuota de mercado de las marcas de distribuidor en productos de gran consumo”, **XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing**, Septiembre, Alicante, España. Presentación en congreso. Publicación completa en libro de actas.

### **Ponencias y Comunicaciones en Congresos Internacionales**

- Gómez, M.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2010): “Consumer Behaviour Characteristics that Influence Store Brand Loyalty”, **17th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (The European Institute of Retailing and Services Studies -EIRASS-)**, Julio, Estambul, Turquía. Presentación en congreso. Publicación del abstract en libro de abstracts.
- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J.; Romero de la Fuente, J. y Rubio Benito, N. (2010): “Importancia de la Presentación de la Información de Precios en la Elección de Compra de los Consumidores en Productos de Gran Consumo”, **9th International Marketing Trends Congress**, Enero, Venecia, Italia. Publicación completa en CD-ROM.
- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J.; Romero de la Fuente, J. y Rubio Benito, N. (2009): “Importancia de la Presentación de la Información de Precios en la Elección de Compra de los Consumidores”, **II Congreso Internacional de Turismo, Economía y Medio Ambiente**, Junio, Cuenca, España. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.
- Rubio, N.; Gómez, M. y Rozano, M. (2009): “Store Brand Attitude and Loyalty. Simultaneous Relationship”, **38th European Marketing Academy Conference -EMAC-**, Mayo, Nantes, Francia. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.

- 
- Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2009): “La Información de Precios Unitarios al Consumidor: Un Análisis Intramarca”, **8th International Marketing Trends Congress**, Enero, París, Francia. Publicación completa en CD-ROM.
  - Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2008): “Unit prices: legal implementation and consumer perception”, **15th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (The European Institute of Retailing and Services Studies -EIRASS-)**, Julio, Zagreb, Croacia. Publicación del abstract en libro de abstracts.
  - Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2007): “Analysis of consumer preferences on manufacturer brands and retail brands”, **14th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (The European Institute of Retailing and Services Studies – EIRASS-)**, Julio, San Francisco, EEUU. Presentación en congreso. Publicación de abstract en libro de abstracts.
  - Oubiña, J.; Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2006): “Analysis of Store Brand Market Share in the Spanish Market of Consumer Products through a Panel Data Model”, **35th European Marketing Academy Conference -EMAC-**, Mayo, Atenas, Grecia. Publicación completa en CD-ROM.
  - Oubiña, J.; Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2005): “Relationship Results of Private Label Manufacturers According to their Competitive Position”, **13th International Conference on Research in the Distributive Trades**, Junio, Lund, Suecia. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.
  - Campo, S.; Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2005): “The Effect of Price Promotions on the Consumer Brand Loyalty According to its Shopping Behaviour”, **XVI International Leisure and Tourism Symposium ESADE**, Mayo, Barcelona, España. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.
  - Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2004): “The Retail Price Equalisation Policy of Manufacturer Brands: An Analysis of its Explanatory Factors”, **33rd European Marketing Academy Conference -EMAC-**, Mayo, Murcia, España. Publicación completa en CD-ROM.

- Oubiña, J.; Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2004): “The Market Share of Retail Brands in Spain: An Explicative Panel Model for Widely Consumed Products”, **11th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (The European Institute of Retailing and Services Studies -EIRASS-)**, Julio, Praga, República Checa. Presentación en congreso. Publicación de abstract en libro de abstracts.
- Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2002): “La Competencia en el Comercio Minorista de Andalucía”, **XII Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Científica**, Abril, Covilha, Portugal. Presentación en congreso. Publicación completa en libro de actas.
- Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2001): “Factores de dependencia del fabricante respecto al distribuidor en los canales de distribución de productos de gran consumo”, **XI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica**, Febrero, Cáceres, España. Presentación en congreso. Publicación completa en libro de actas.

#### **Conferencias y Seminarios de Investigación**

- Rubio, N. (2005): “Implementation of Store Brands and Alternatives Strategies for Manufacturer Brands”, *UAM Marketing Research Paper Series*, Junio, Madrid. España. Publicación de la investigación en la colección **UAM Marketing Research Paper Series**, volumen 1, pp. 44-59. Enlace: <http://www.uam.es/otros/m-marke/research/UAM-MRPS1.pdf>.
- Méndez, J.L.; Oubiña, J. y Rubio, N. (2008): “Precios unitarios: principales líneas de investigación”, **Temas y Tendencias de Investigación en Precios**, Abril, Cuenca, España.

## **2.4. PROYECTOS Y CONTRATOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **Proyectos de Investigación en Convocatorias Competitivas**

- “**Uso y adopción de redes sociales en el mercado global**”. Financiado por el Centro de Estudios de América Latina a través de la 1ª convocatoria de ayudas para proyectos de cooperación interuniversitaria UAM-SANTANDER con Asia”. Entidades participantes: Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Japón, Universidad de Corea. Investigador responsable: Dr. Shintaro Okazaki. Desde el 1/07/2009 a 30/06/2010.



- **“El marketing de relaciones: del capital de marca al valor del cliente”**. Financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. ECO2008-00488/ECON. Proyecto competitivo. Entidades participantes: Universidad Autónoma de Madrid. Investigadora responsable: Dra. María Jesús Yagüe Guillén. Miembro del proyecto. Desde 2008 a 2011.
- **“Orientación emprendedora e innovación: información, flexibilidad y mercados”**. Financiado por la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid. S2007/HUM-0413. Proyecto competitivo. Entidades participantes: INNOGROUP-CM (Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Carlos III de Madrid, Universidad Rey Juan Carlos y Fundación Instituto de Empresa). Investigador responsable: Dra. María Isabel Gutiérrez Calderón. Miembro del proyecto formando parte del subgrupo de investigadores de la Universidad Autónoma de Madrid. Desde 2008 a 2011.
- **“Gestión de las promociones y de las marcas de distribuidor para un desarrollo eficiente de la estrategia de marketing del minorista”**. Financiado por el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. SEJ2005-06105/ECON. Proyecto competitivo. Entidades participantes: Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Castilla la Mancha, Universidad Jaume I y Universidad de Valencia. Investigador responsable: Dr. Alejandro Mollá Descals. Miembro del proyecto. Desde 2005 a 2008.
- **“Gestión de las promociones y de las marcas de distribuidor para un desarrollo eficiente de la estrategia de marketing del minorista”** (SEJ2005-06105). Financiado por la Comunidad Valenciana. GVACOMP2006-195. Proyecto competitivo. Entidades participantes: Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Castilla la Mancha, Universidad Jaume I y Universidad de Valencia. Investigador responsable: Dr. Alejandro Mollá Descals. Miembro del proyecto. 2006.
- **“Concentración, competencia y formación de precios en el comercio minorista”**. Financiado por el Programa Sectorial de Promoción General del Conocimiento, de la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología. PB98-0068. Proyecto competitivo. Entidades participantes: Universidad Autónoma de Madrid. Investigador responsable: Dr. Ignacio Cruz Roche. Becaria FPU. Desde 2000 a 2002.

## Contratos de Investigación

- **“La marca de distribuidor en los productos de gran consumo en España: especial referencia a sus efectos sobre la competencia”**. Financiado por PROMARCA (Asociación de Fabricantes de Marca). Investigador responsable: Dr. Ignacio Cruz Roche. Miembro del proyecto. Desde 2000 a 2001.
- **“Análisis de la concentración en la industria agroalimentaria española (1995-1999)”**. Financiado por ASEDAS (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados). Con J. L. Méndez García de Paredes. Año 2000.

## 2.5. SEXENIOS DE INVESTIGACIÓN RECONOCIDOS

- Evaluación positiva de la actividad investigadora del tramo 2001-2006. Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora.

## 2.6. MOVILIDAD

- Estancia de Investigación en el Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valencia durante el periodo comprendido entre el 1 de junio y el 15 de julio, y del 1 al 30 de septiembre de 2008.

## 2.7. PREMIOS Y AYUDAS RECIBIDAS

- Accésit del Foro de Marcas Renombradas Españolas a la ponencia: Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (2007): “Valoración de las Marcas de Distribuidor por los Consumidores: Influencia de los Atributos Intrínsecos y Extrínsecos en las Preferencias”, *XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Septiembre, Vigo, España. Presentación en congreso. Publicación completa en CD-ROM.
- Concesión de la “Ayuda para el Desarrollo y Difusión de la Investigación” por la Comisión de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid para los años 2007 y 2009 por los artículos:
  - Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2009): “The Determinants of Store

Brand Market Share: A Temporal and Cross-Sectional Analysis”, *International Journal of Market Research*, 51 (4), pp. 501-520.

JCR 2009: 0.986

- Rubio, N. y Yagüe, M.J. (2009): “Alternative Panel Models to Evaluate the Store Brand Market Share: Evidence from the Spanish Market, *European Journal of Marketing*, 43 (1/2), pp. 110-138.

JCR 2009: 0.756

## 2.8. ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

### Revisora de revistas científicas nacionales

- Evaluadora en el año 2009 de la revista **Cuadernos de Gestión**, indexada en el In-Recs en la parte superior del segundo cuartil (posición 34 de 116), en Scopus, en RePec (Research Papers in Economics) y en e-Revistas (Plataforma de Open Access de revistas electrónicas científicas españolas e iberoamericanas elaborada por el CSIC).
- Evaluadora durante los años 2004 y 2009 de la **Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC**, indexada en el In-Recs en la parte superior del primer cuartil (posición 9 de 115) en el año 2004 y en la parte superior del segundo cuartil (posición 25 de 116) en el año 2008.

### Revisora de revistas científicas internacionales

- Evaluadora en el año 2010 de la revista **The Service Industries Journal**, indexada en el Journal Citation Report (JCR 2009: 0.283).
- Evaluadora en el año 2009 de la revista **Journal of Retailing and Consumer Services**, indexada en 12 rankings del Journal of Quality List con buenas valoraciones, en Scopus, etc.
- Evaluadora durante los años 2007 y 2009 de la revista **International Journal of Retail and Distribution Management**, indexada en 13 rankings del Journal of Quality List con buenas valoraciones, en Scopus, etc.

### **Colaboraciones como revisora en congresos nacionales**

- Miembro del Comité Científico, como evaluadora, en el proceso de selección de los trabajos científicos presentados en los siguientes congresos nacionales:
  - XXII Congreso Nacional de Marketing, Oviedo, España, 2010.
  - XXI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Bilbao, España, 2009.
  - XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Galicia, España, 2007.
  - XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Almería, España, 2006.
  - XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Madrid, España, 2005.

### **Colaboraciones como revisora en congresos internacionales**

- Evaluadora de ponencias para el 13th International Conference on Research in the Distributive Trades, Lund, Suecia, 2005.

### **Tribunal de tesis doctorales**

- Miembro suplente del tribunal para juzgar la tesis doctoral titulada: “El Valor de las Marcas de la Distribución: Una Aproximación a la Medición del Capital de Marca desde la Perspectiva del Consumidor”, defendida el 21 de diciembre de 2009 en la Universitat Ramon Llull.

## **3. ACTIVIDAD DOCENTE**

### **3.1. PUESTOS DOCENTES DESEMPEÑADOS**

- Profesora Contratada Doctora desde el 3 de noviembre de 2008. Universidad Autónoma de Madrid.
- Profesora Ayudante Doctora desde el 1 de octubre de 2007 hasta el 2 de noviembre de 2008. Universidad Autónoma de Madrid.
- Profesora Titular Interina (Tiempo parcial 6 h.) desde el 1 de octubre de

2005 al 30 de septiembre de 2007. Universidad Autónoma de Madrid.

- Profesora Ayudante desde el 1 de octubre de 2002 al 30 de septiembre de 2005. Universidad Autónoma de Madrid.
- Profesora Asociada (Tiempo parcial 6h.) desde el 18 de febrero de 2002 al 30 de septiembre de 2002. Universidad Autónoma de Madrid.
- Becaria FPI (Formación Personal Investigador) desde el 1 de enero de 2000 al 17 de enero de 2002.

### **3.2. ACREDITACIONES DE PROFESORADO OBTENIDAS**

- Evaluación POSITIVA de la actividad docente e investigadora para la contratación de profesorado universitario en la figura de PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (**ANECA**). Abril 2010.
- Evaluación POSITIVA de la actividad docente e investigadora para la contratación de profesorado universitario en la figura de PROFESOR CONTRATADO DOCTOR. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (**ANECA**). Diciembre 2007.
- Evaluación POSITIVA de la actividad docente e investigadora para la contratación de profesorado universitario en la figura de PROFESOR DOCTOR DE UNIVERSIDAD PRIVADA. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (**ANECA**). Diciembre 2007.
- Evaluación POSITIVA de la actividad docente e investigadora para la contratación de profesorado universitario en la figura de PROFESOR DOCTOR DE UNIVERSIDAD PRIVADA. Agencia de Calidad, Acreditación y Prospectiva de las Universidades de Madrid (**ACAP**). Junio 2005.
- Evaluación POSITIVA de la actividad docente e investigadora para la contratación de profesorado universitario en la figura de PROFESOR AYUDANTE DOCTOR. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (**ANECA**). Abril 2005.
- Evaluación POSITIVA de la actividad docente e investigadora para la contratación de profesorado universitario en la figura de PROFESOR

---

AYUDANTE DOCTOR. Agencia de Calidad, Acreditación y Prospectiva de las Universidades de Madrid (**ACAP**). Junio 2005.

### **3.3. EXPERIENCIA DOCENTE EN PRIMER, SEGUNDO Y TERCER CICLO EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID**

#### **Experiencia docente en primer ciclo**

- **Economía de la Empresa: Comercialización (6 créditos)**
  - Troncal 3º curso de la Licenciatura en Derecho y Administración y Dirección de Empresas  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2009/2010 (4.12 s/5), 2003/2004 (4.45 s/7).
  - Troncal 2º curso de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2002/2003 (6.21 s/7).
  
- **Economía de la Empresa: Comercialización (Teoría) (4.5 créditos)**  
Troncal 2º curso de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2009/2010 (3.95 s/5); 2008/2009 (4.25 s/5); 2007/2008 (4.16 s/5).
  
- **Economía de la Empresa: Comercialización (Práctica) (1.5 créditos)**  
Troncal 2º curso de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2008/2009 (4.5 s/5, n.d., n.d., n.d., n.d.); 2007/2008 (4.14 s/5, 4.13 s/5, n.d., n.d., n.d.); 2005/2006 (5.18 s/7, 5.33 s/7, 3.23 s/5, 3.70 s/5, 3.65 s/5); 2004/2005 (3.45 s/5, 3.68 s/5, 3.59 s/5, 3.23 s/5, 3.91 s/5, 3.63 s/5, 3.50 s/5, 3.78 s/5, 3.93 s/5, 4.38 s/5).

#### **Experiencia docente en segundo ciclo**

- **Comportamiento del Consumidor (4.5 créditos)**  
Optativa 4º curso de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2009/2010 (3.93 s/5).

- **Investigación de Mercados II (6 créditos)**  
Troncal 3er curso de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2009/2010 (n.d. -tutorías por extinción-); 2008/2009 (3.93 s/5); 2007/2008 (n.d.); 2006/2007 (3.15 s/5); 2002/2003 (5.48 s/7); 2001/2002 (5.70 s/7).
- **Investigación de Mercados I (Teoría) (3 créditos)**  
Troncal 3er curso de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2005/2006 (4.36 s/5); 2002/2003 (5.46 s/7).
- **Investigación de Mercados (6 créditos)**  
Optativa 4º curso de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2006/2007 (3.97 s/5); 2005/2006 (3.86 s/5); 2001/2002 (5.56 s/7). En el curso 2001/2002 impartí la parte teórica de la asignatura (3 créditos).
- **Dirección Comercial II (Práctica) (3 créditos)**  
Troncal 3er curso de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2004/2005 (n.d.)
- **Mercadotecnia IV (Práctica) (3 créditos)**  
Troncal 4º curso de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado  
Cursos académicos (evaluación docencia): 2001/2002 (5.39 s/7)

#### **Experiencia docente en tercer ciclo**

- **Elaboración de Proyectos de Investigación en Marketing: Metodología y Herramientas (4 créditos)**  
Programa de Doctorado del Departamento de Financiación e Investigación Comercial  
Cursos académicos (créditos impartidos): 2009/2010 (2 créditos); 2008/2009 (1.3 créditos); 2007/2008 (1.3 créditos); 2006/2007 (1 crédito).

### 3.4. EXPERIENCIA DOCENTE UNIVERSITARIA EN TITULACIONES PROPIAS (MASTER, POSGRADO, FORMACIÓN PERMANENTE, CURSOS, ETC.)

#### – Dirección de Ventas (6 créditos)

Título Propio de la Universidad Autónoma de Madrid de Técnico Universitario en Gestión Comercial y Marketing. Impartido en el Instituto de Formación Empresarial de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid.

Cursos académicos: Desde el curso académico 2004/2005 hasta el curso 2008/2009 imparto 2 grupos por curso; En el curso 2009/2010 imparto un único grupo.

#### – Investigación de Mercados

- Título Propio de la Universidad Autónoma de Madrid de Técnico Universitario en Gestión Comercial y Marketing. Impartido en el Instituto de Formación Empresarial de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid.

Docencia: 3 créditos de teoría impartidos en el curso académico 2009/2010.

- Curso de Formación Continua organizado por el Grupo de Ingeniería de Organización de la E.T.S.I. de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid. Concedido por la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid.

Docencia: 50 horas en 2008, 60 horas en 2009, 60 horas en 2010.

#### – Marketing Estratégico

- Curso de Formación Continua organizado por el Grupo de Ingeniería de Organización de la E.T.S.I. de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid. Concedido por la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid.

Docencia: 100 horas en 2008 y 80 horas en 2009.

- Máster en Marketing Empresarial organizado por el Grupo de Ingeniería de Organización de la E.T.S.I. de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid. 60 horas.

Cursos académicos: Desde 2000/2001 hasta 2003/2004.

#### – Marketing Integral

Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa organizado por la Universidad de San Jorge de Zaragoza. 10 horas.



Docencia: 10 horas en 2009.

– **Distribución Comercial**

Máster en Marketing Empresarial organizado por el Grupo de Ingeniería de Organización de la E.T.S.I. de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid. 60 horas.

Cursos académicos: Desde 2000/2001 hasta 2003/2004.

– **Marketing**

I Promoción del Master en Dirección de Empresas (e-MBA-UPM) organizado por el Grupo de Ingeniería de Organización de la E.T.S.I. de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid. 100 horas.

Cursos académicos: 2003/2004.

– **Plan de Marketing**

- Master de Marketing. Universidad Autónoma de Madrid. 12 horas.

Períodos impartidos: Febrero 2009, Febrero 2008, Febrero 2007, Abril 2005.

- Master de Marketing. Universidad Autónoma de Madrid. 8 horas.

Períodos impartidos: Abril 2003.

- Programa CITIUS de Iniciación Profesional en la Empresa para Titulados Universitarios. Universidad Autónoma de Madrid. 30 horas.

Períodos impartidos: Enero 2010, Enero 2009, Mayo 2008.

- Curso de Formación de Emprendedores para el Servicio Regional de Empleo de la Comunidad Autónoma de Madrid. Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE). Universidad Autónoma de Madrid. 8 horas.

Períodos impartidos: Diciembre 2004, Diciembre 2003.

– **Dirección Comercial**

Programa CITIUS de Iniciación Profesional en la Empresa para Titulados Universitarios. Universidad Autónoma de Madrid. 30 horas.

Períodos impartidos: Noviembre 2007, Enero 2007, Septiembre 2005, Marzo 2005, Septiembre 2004.

- **Investigación y Técnicas de Mercado**
  - Curso de Calidad de Servicios Hospitalarios. Fundación Jiménez Díaz. 8 horas  
Período impartido: Junio 2005.
  - Curso de Gestión y Creación de Empresas para el Servicio Regional de Empleo de la Comunidad Autónoma de Madrid. Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE). Universidad Autónoma de Madrid.  
Períodos impartidos: 8 horas en Febrero 2005 y 12 horas en Enero 2003.
  
- **Aspectos Comerciales del Plan de Negocio**

Programa de Formación para el Premio al Emprendedor Universitario. Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE). Universidad Autónoma de Madrid.  
Docencia: 3 horas en Mayo 2010.
  
- **Viabilidad Comercial**

Programa de Formación para el Premio al Emprendedor Universitario. Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE). Universidad Autónoma de Madrid.  
Docencia: 3 horas en Mayo 2009.
  
- **Fundamentos de Marketing**

Curso de Gestión y Creación de Empresas para el Servicio Regional de Empleo de la Comunidad Autónoma de Madrid. Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE). Universidad Autónoma de Madrid.  
Docencia: 8 horas en Febrero 2005.
  
- **Marketing de Seguros**

Programa CITIUS de Iniciación Profesional en la Empresa para Titulados Universitarios. Universidad Autónoma de Madrid.  
Docencia: 8 horas en Enero 2002.

### **3.5. PARTICIPACIÓN EN CURSOS Y CONFERENCIAS**

- “¿Qué son las marcas de distribuidor?. La batalla entre fabricantes y distribuidores”. VII Semana de la Ciencia de Madrid. 2 horas. Noviembre 2007.
- “Gestión del ECR o respuesta eficiente al consumidor”. Máster en Economía de los Servicios. Universidad Autónoma de Madrid. 2 horas. Noviembre 2002.
- “Factores de crecimiento de las marcas de distribuidor”. Seminario de problemas actuales de marketing. Universidad Autónoma de Madrid. 2 horas. Mayo 2002.
- “Incidencia de la marca de distribuidor en las relaciones interorganizaciones del canal de comercialización”. Universidad Autónoma de Madrid. 2 horas. Mayo 2002.

### **3.6. DIRECCIÓN DE TRABAJOS TUTELADOS DE PROGRAMAS DE POSGRADO**

#### **Dirección de Trabajos de Investigación Tutelados de Programas de Doctorado**

- “Aproximación al modelo de capital de cliente aplicado en el sector de la distribución detallista”. Autora: Nieves Villaseñor Román, Directora: Natalia Rubio Benito, Junio 2010, Calificación: 10.
- “El impacto de la gestión comunicacional del minorista español en la creación de notoriedad y asociaciones de marca para las marcas de distribuidor”. Autor: Juan Carlos Bustamante. Directora: Natalia Rubio Benito, Septiembre 2010, Calificación: 6.

#### **Dirección de Trabajos de Investigación Tutelados en el Máster de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid**

- "Actitud del Consumidor hacia las Marcas de Distribuidor en Productos de Gran Consumo". Autora: Deborah Soto Guelrud, 2006. Calificación: 10.0.

- "Aspectos que inciden en la Lealtad hacia las Marcas de Distribuidor en Productos de Limpieza". Autora: Gabriela Silva Sprock, 2007. Calificación: 8.5.

### **Dirección de Trabajos Profesionales Tutelados en el Máster de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid.**

- "Lo Sano y Rico". Autores: Manuela Campos Lasarte, Lucía García Nieto, Paula Mandolín y Aurelio Pérez Montemayor, 2009. Calificación: 9.00.
- "Vita Rica". Autora: Andrea Monterrubio Alvarado, 2009. Calificación: 9.00.
- "Mdirector: Desarrollo y Expansión". Autoras: María F. Arias, Ana C. Del Río, Olivia Fiorotti y Alexandra Solarte, 2008. Calificación: 9.25.
- "PMC Consultoría de Marketing Internacional para Pymes del Sector Moda". Autores: Paschalis Kalogeras, Carolina Marcos y Marco Saetta, 2008. Calificación: 9.00.
- "Tuchina.com: China como Destino Turístico para Españoles". Autoras: Mier Santander, Tatiana Caraballo, María Andreina y Lu Maiying, 2008. Calificación: 8.00.
- "Pastaluego". Autoras: Adela I. Heredero Rodríguez, Yuliana M. Mauriés Cortés, M<sup>a</sup> Alejandra Rivero Aguilar y Marjorie J. Ventura Escobar, 2008. Calificación: 10.00.
- "Cestas Trendy". Autores: Ana P. Taibo Amorim, Andrés Paloma, Laura Gálvez y Patricia Grams, 2008. Calificación: 10.00.

## **3.7. ELABORACIÓN DE MATERIAL DOCENTE**

### **Colaboraciones en libros docentes**

- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (In Press): "Fabricantes productores de MDD", en el capítulo "Fabricantes y Distribuidores" del libro **Marca de Distribuidor (MDD)**. Gómez, M.; Puellas, M. y Puellas, J. (Coordinadores). Ed. Pirámide.

- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (In Press): “Calidad Objetiva, Percibida y Precio”, en el capítulo “Fabricantes y Distribuidores” del libro **Marca de Distribuidor (MDD)**. Gómez, M.; Puellas, M. y Puellas, J. (Coordinadores). Ed. Pirámide.
- Méndez García de Paredes, J.L.; Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (In Press): “Estrategias de Precio”, en el capítulo “Últimas Tendencias” del libro **Marca de Distribuidor (MDD)**. Gómez, M.; Puellas, M. y Puellas, J. (Coordinadores). Ed. Pirámide.
- Oubiña Barbolla, J. y Rubio Benito, N. (2009): “Comercio Minorista: Formas Comerciales”, en **Distribución Comercial**. Martínez-López, F.J. y Maraver Tarifa, G. (Coordinadores), pp. 309-337, Delta Publicaciones.

ISBN: 978-84-92453-43-6

- Rubio Benito, N. (2009): “Decisiones Estratégicas del Minorista: Gestión de la Marca de Distribuidor”, en **Distribución Comercial**. Martínez-López, F.J. y Maraver Tarifa, G. (Coordinadores), pp. 338-372, Delta Publicaciones.

ISBN: 978-84-92453-43-6

### Otros materiales docentes

- Campo, S. y Rubio, N. (2008): Investigación de Mercados  
Publicación electrónica. Página web: <http://fc-upm.gioupm.com>.  
Necesarias claves de registro. Copyright: ARFO-ETSIT-FUNDETEL 2008.  
Todos los derechos reservados. 165 páginas.
- Campo, S. y Rubio, N. (2008): Marketing Estratégico  
Publicación electrónica. Página web: <http://fc-upm.gioupm.com>.  
Necesarias claves de registro. Copyright: ARFO-ETSIT-FUNDETEL 2008.  
Todos los derechos reservados. 208 páginas.
- Campo, S. y Rubio, N. (2006): Marketing Estratégico  
Publicación electrónica. Página web: <http://fc-upm.gioupm.com>.  
Necesarias claves de registro. Copyright: ARFO-ETSIT-FUNDETEL 2006.  
Todos los derechos reservados. 212 páginas.

- Campo, S. y Rubio, N. (2003): Marketing  
Publicación electrónica. Página web: <http://www.gioupm.com>.  
Necesarias claves de registro. Copyright: ARFO-ETSIT-FUNDETEL 2003.  
Todos los derechos reservados. 290 páginas.
- Campo, S. y Rubio, N. (2002): Distribución Comercial.  
Publicación electrónica. Página web: <http://www.gioupm.com>.  
Necesarias claves de registro. Copyright: ARFO-ETSIT-FUNDETEL 2002.  
Todos los derechos reservados. 213 páginas.

### **3.8. PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE**

- “Automatización de procedimientos de evaluación continua a través de plataformas e-learning: aplicación a la asignatura: Economía de la Empresa: Comercialización”. Financiado por la Oficina para el Desarrollo de las Enseñanzas de la Universidad Autónoma de Madrid. Director: Jaime Romero de la Fuente. Miembro del proyecto. Año 2009.
- “Marketing: Mercado y Demanda: evaluación continua a través de la plataforma Moodle”. Financiado por la Oficina para el Desarrollo de las Enseñanzas de la Universidad Autónoma de Madrid. Director: Jaime Romero de la Fuente. Miembro del proyecto. Año 2010.

### **3.9. PARTICIPACIÓN COMO PONENTE EN CURSOS ORIENTADOS A LA FORMACIÓN DOCENTE**

- **Análisis Multivariante aplicado a la Investigación de Mercados.**  
Programa de Formación dirigido a Profesores Universitarios del Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales de la Universidad de Guadalajara (México), Mayo 2008, 30 horas.

### **3.10. PARTICIPACIÓN COMO ASISTENTE EN CURSOS ORIENTADOS A LA FORMACIÓN DOCENTE**

- **Seminario sobre Aplicaciones de las TICS a la Docencia.**  
Programa de Formación dirigido a Profesores Universitarios. Organizado por la Asociación Española de Marketing (AEMARK) y celebrado en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Diciembre 2009, 5 horas.

- **El Empleo de Plataformas como Instrumento de Apoyo a la Docencia Universitaria: La Plataforma Moodle.**  
Programa de Formación Continua dirigido a Profesores Universitarios. Universidad Autónoma de Madrid, Junio 2009, 3 horas.
- **La Acción Tutorial en las Nuevas Asignaturas.**  
Programa de Formación Continua dirigido a Profesores Universitarios. Universidad Autónoma de Madrid, Abril 2009, 4 horas.
- **Metodologías Docentes Aplicables en el Marco del Espacio Europeo de Educación Superior.**  
Programa de Formación dirigido a Profesores Universitarios. Facultad de Economía de la Universidad de Valencia, Junio 2008, 10 horas.

### **3.11. QUINQUENIOS RECONOCIDOS**

- Primer período favorable: docencia desarrollada en el período 2002-2008.

### **3.12. PUNTUACIÓN DOCENTIA UAM**

- Puntuación de 73.31 sobre 100 en la Valoración de las Prácticas Docentes del Profesorado (DOCENTIA UAM).  
Cursos evaluados: 2006-2007, 2007-2008, 2008-2009.

### **3.13. OTROS MÉRITOS DOCENTES**

- Tutora académica de Prácticas en Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid. Cursos académicos 2004-05 y 2006-07.
- Miembro del tribunal en los trabajos de investigación y trabajos profesionales tutelados que realizan los alumnos del “Master en Marketing” de la Universidad Autónoma de Madrid. Desde el curso académico 2003-2004 hasta el curso académico 2008-2009.
- Miembro del tribunal en los trabajos de fin de Máster que realizan los alumnos del “Máster en Marketing Empresarial” organizado por el departamento de Ingeniería de Organización, Administración de Empresas y Estadística de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicaciones de la Universidad Politécnica de Madrid. Desde el

curso académico 2000-2001 hasta el curso académico 2004-2005.

#### **4. FORMACIÓN ACADÉMICA**

##### **4.1. TITULACIÓN UNIVERSITARIA**

- Licenciada en Administración y Dirección de Empresas. Universidad Autónoma de Madrid, Junio 1999. Nota media del expediente: 2.18.

##### **4.2. BECAS**

- Beca FPI (Formación Personal Investigador). Beca Competitiva. Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid. Desde el 1 de enero de 2000 hasta el 17 de febrero de 2002.
- Beca Parcial para asistir al curso de Management Research para Profesores Españoles de Dirección de Empresas. Real Colegio Complutense en la Universidad de Harvard. Boston. Desde el 14 de julio de 2003 hasta el 23 de julio de 2003.

##### **4.3. TESIS DOCTORAL**

- Doctora por la Universidad Autónoma de Madrid en el Programa de Doctorado de Financiación e Investigación Comercial. Junio 2004. Calificación: Sobresaliente cum laude.

Título de la tesis doctoral: “Las Marcas de la Distribución: Desarrollo de un Marco de Análisis desde la Perspectiva de la Oferta y de un Modelo Explicativo de su Demanda”, Directora: María Jesús Yagüe Guillén.

##### **4.4. PREMIOS**

- Premio a la Mejor Tesis Doctoral del curso académico 2003-04 de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales. Concedido por la Universidad Autónoma de Madrid.
- Premio a la Mejor Tesis Doctoral del curso académico 2003-04. Colectivo de Profesores Universitarios de Marketing. Tribunal: investigadores con un tramo de investigación reconocido en el Área de Conocimiento de



Comercialización e Investigación de Mercados. XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Alicante 2004.

#### **4.5. ASISTENCIA A CURSOS Y SEMINARIOS DE FORMACIÓN**

- "Seminario de Investigación Cualitativa", organizado por la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK). Celebrado en ESIC Madrid. Julio 2009. 7 horas.
- "Curso Intensivo: Bases de Datos Aplicación Práctica en Access", organizado por el Grupo de Investigación Innogroup-CM del Departamento de Financiación e Investigación Comercial de La Universidad Autónoma de Madrid. Celebrado en la Uam. Julio 2009. 8 horas.
- "Modelización Estructural con PLS y SEM", organizado por la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK). Celebrado en la Universidad Autónoma de Madrid. Febrero 2009. 10 horas.
- Asistencia como Invitada al "I Foro Internacional en Marcas de Distribuidor", organizado por Y celebrado en la Universidad Complutense de Madrid. Febrero 2009.
- "Tratamiento de la Información y Modelos de Datos de Panel", organizado y celebrado en la Universidad De Salamanca. Julio 2008. 30 horas.
- "Workshop Structural Equation Modelling with Lisrel", organizado por y celebrado en la Fundación BBVA, Madrid. Noviembre 2004. 20 horas.
- "Summer Course on Management Research", organizado por y celebrado en el Real Colegio Complutense en la Universidad de Harvard. Julio 2003. 34 horas.
- "El Uso de los datos de Escáner en las Empresas Minoristas" organizado por y celebrado en la Universidad de Castilla la Mancha. Junio 2001. 12 horas.
- "Problemas Actuales de Marketing", organizado por y celebrado en la Universidad Autónoma De Madrid. Mayo 2000. 30 horas.

#### **4.6. OTROS TÍTULOS NO UNIVERSITARIOS**

- Agente de la Propiedad Inmobiliaria. Ministerio de Fomento. Abril 2001.

### **5. EXPERIENCIA EN GESTIÓN**

#### **5.1. CARGOS DE GESTIÓN UNIVERSITARIA**

- Representante del Personal Docente e Investigador en Formación (PDIF) en Consejo de Departamento. Departamento de Financiación e Investigación Comercial, Facultad de CC. Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid. Desde el 1 de enero de 2000 hasta el 17 de febrero de 2002, y desde el 1 de octubre de 2002 hasta el 30 de septiembre de 2005.
- Miembro de Consejo de Departamento. Departamento de Financiación e Investigación Comercial, Facultad de CC. Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid. Desde el 1 de enero de 2000.
- Miembro de la Comisión de Prácticas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid. Desde el 1 de octubre de 2004 hasta el 30 de septiembre de 2007.

#### **5.2. OTROS MÉRITOS RELACIONADOS CON LA EXPERIENCIA EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN**

##### **Coordinación de asignaturas**

- Coordinadora de la asignatura de Economía de la Empresa: Comercialización. Curso académico 2009-2010.

Impartida en dos licenciaturas: ADE y Derecho y ADE, con siete grupos de teoría y catorce de práctica en los que se imparte docencia en el marco de la LRU y con un grupo piloto de teoría y dos grupos pilotos de práctica en los que se imparte docencia en el Marco del EEES.

##### **Organización de congresos**

- Participación en el Comité Organizador de dos congresos (uno

internacional y otro nacional), en calidad de responsable económico-financiero:

- 9th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), de la European Advertising Academy. Celebrado en Junio de 2010 en Madrid.
- XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Celebrado en Septiembre de 2005 en Madrid.

### **Organización de cursos**

- Participación en el Comité Organizador del "Curso Intensivo: Bases de Datos Aplicación Práctica en Access", 8 Horas, organizado por el Grupo de Investigación INNOGROUP-CM del Departamento de Financiación e Investigación Comercial de la Universidad Autónoma de Madrid. Celebrado en la Universidad Autónoma de Madrid. Julio 2009.