

José Angel Ibáñez Zapata



Doctor en CC. Económicas y Empresariales desde 2001, ha desarrollado su actividad docente e investigadora en el Departamento de Comercialización e Investigación de la Universidad de Granada desde su incorporación a esta institución en 1994, contribuyendo decididamente a su consolidación durante el período de desarrollo de esta área. Desde 2003, es Profesor Titular de Universidad vinculado al área de Comercialización e Investigación de Mercados.

Ha trabajado en el ámbito de la innovación docente y en el desarrollo de aplicaciones de las TICs en el campo de la docencia y la investigación. Dicho trabajo se ha concretado en la participación y el liderazgo de diferentes proyectos de innovación docente y programas de apoyo a la docencia práctica.

Ha desarrollado su investigación en el campo del Comportamiento del Consumidor, el Marketing Internacional y la Investigación de Mercados. En estas áreas ha desarrollado la mayor parte de su trabajo postdoctoral y docente. Más recientemente ha iniciado una nueva línea de trabajo en ambos ámbitos desde la perspectiva de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y, muy particularmente, desde el estudio de la repercusión de Internet en estos dos campos. Así mismo, en los últimos años ha iniciado, junto con el resto de los integrantes de su grupo de investigación una nueva línea de trabajo basada en el uso de herramientas de registro de las respuestas psicofisiológicas de los individuos ante diferentes tipos de estímulos. Esta línea de trabajo ha dado lugar a interesantes trabajos en ámbito del “Neuromarketing” que se encuentran en la actualidad en proceso de finalización y publicación.

Ha participado como investigador en 13 proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de AA.PP. o entidades públicas y privadas. Ha participado como investigador o investigador responsable en otros 13 contratos, convenios o proyectos de I+D+i no competitivos con Administraciones o entidades públicas o privadas. Ha desarrollado trabajos de consultoría de marketing y comunicación para muchas de las principales empresas locales y provinciales de diferentes sectores (financiero, alimentación, distribución, logística, etc.). Cuenta con numerosas aportaciones relevantes a Congresos nacionales e internacionales y ha publicado numerosos artículos en revistas científicas de reconocido prestigio (15 de ellos con un importante índice de impacto) y participado como autor o co-autor en 18 libros y capítulos de libros.

Ha sido secretario del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados entre los años 2008 y 2012 y ejercido como responsable de la Estrategia de Medios Sociales de la

Universidad de Granada entre 2010 y 2015. Desde julio de 2015 ejerce las funciones de Director de Comunicación de la Universidad de Granada.