



DATOS PERSONALES

Apellidos Villacé Molinero **Nombres** M^a Teresa
País España **Ciudad** Madrid
Filiación Institucional Universidad Rey Juan Carlos
Correo electrónico institucional teresa.villace@urjc.es

Resumen curricular (máximo 100 palabras)

Doctora en Marketing Avanzado por la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). Máster en Marketing Estratégico por la Universidad Autónoma de Madrid. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid. Profesor Contratado Doctor del Departamento de Economía de la Empresa, Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la URJC. Coordinadora Académica del Grado de Turismo de la URJC. Autora de diversos artículos de investigación de Marketing y Turismo.

Formación

Máxima titulación académica

Ejemplo: Doctora en Marketing Avanzado. Universidad Rey Juan Carlos. (España). Tesis Doctoral: Los Programas de Fidelización Multisponsor: Un estudio de su influencia en la lealtad comportamental de sus asociados. Mención Sobresaliente Cum Laude por Unanimidad. Fecha de Defensa: 12/12/2014.

Postgrados

Ejemplos: Máster en Marketing por la Universidad Autónoma de Madrid (España) (Fecha de egreso: 10/06/2002).

Grado

Ejemplo: Licenciado en Administración y Dirección de empresas por la Universidad Autónoma de Madrid (España) (Fecha de egreso: 28/07/2000).

Experiencia investigadora (últimos 5 años)

Artículos científicos con mayor impacto

Ejemplo:

Figuroa-Domecq, C.; Pritchard, A.; Segovia-Pérez, M.; Morgan, N. y Villacé-Molinero, T. (2015). Tourism gender research: A critical accounting, Annals of Tourism Research, 52, pp.87-103.

La revista Annals of Tourism Research es actualmente una de las revistas de investigación más importantes del mundo en el área de turismo:

- WOK: En el año 2015, el JCR da a esta revista un índice de impacto de 2.275 y un factor de impacto, en los últimos 5 años, de 3.882. Está en el Q1 y ocupa la 8ª posición entre todas las revistas en el área de turismo (44 revistas).

- SCOPUS: En el año 2015, tiene un SNIP de 2.350 y un SJR de 2.658. Está en Q1 en el área de "Development Subject area: Business, Management and Accounting: Tourism, Leisure and Hospitality Management" y ocupa la 5ª posición en relación a todas las revistas de esta área

(185 revistas).

Villacé-Molinero, T.; Reinares-Lara, P. y Reinares-Lara, E. (2016). Multi-Vendor Loyalty Programs: Influencing Customer Behavioral Loyalty?. *Frontiers in Psychology*, 204 (7), pp.1-11.

Los datos concretos de su nivel de impacto son:

- WOK: En el año 2015, el JCR da a esta revista un índice de impacto de 2.643 y un factor de impacto, en los últimos 5 años, de 2.885. Está en el Q1 y ocupa la 29ª posición entre todas las revistas en el áreas de psicología (129 revistas).
- SCOPUS: En el año 2015 tiene un SNIP de 0.872 y un SJR de 1.244. Está en Q1 en el área de Psychology y ocupa la 33ª posición en relación a todas las revistas de esta área (173 revistas).

Fuentes-Moraleda, L.; Villacé-Molinero, T. y Muñoz-Mazón, A. (2014). The distinctive attributes of lodging management from the standpoint of the entrepreneur's gender: an application to boutique hotels in Spain. *Esic Market Economics and Business Journal*, 3 (45), pp. 605-632.

Fuente Cabrero, C.; Laguna Sánchez, M. P. y Villacé Molinero, M. T. (2013): *SME, bad debt, solvency and access to credit during Spain's current economic crisis*. *Esic Market Economic and Business Journal*, Vol. 44, Issue 2, May-August 2013, 191-207.

Villacé Molinero, M.T.; Reinares-Lara, E. y Ponzoa-Casado, J.M. (2013): *Loyalty Programs Rewards Based on Tourism Services: A Study of their influence on Behavioral Loyalty*. *China-USA Business Review*, Vol. 12, No.2, 174-184.

Capítulos de libros

- Segovia, M. y Figueroa, C. (2015). "Mujer y Alta Dirección en el Sector Turístico" (20015). Capítulos 2 y 5. Ed. Síntesis, Madrid. ISBN: 9788490770535
- Villacé, T.; Pritchard, A. y Morgan, N (2014). Cap. 2 "Análisis bibliométrico sobre los estudios de género en el turismo: mujer y discriminación laboral" en el libro: *Mujer y Alta Dirección en el sector turístico*, Ed. Síntesis, Madrid 2014. ISBN: 978-84-9077-053-5.
- Talón, P.; Rodríguez-Antón, J.M. y Villacé, T. (2014). Cap.5. "La participación de la mujer en puestos de decisión en el sector turístico" en el libro: *Mujer y Alta Dirección en el sector turístico*, Ed. Síntesis, Madrid 2014. ISBN: 978-84-9077-053-5.
- "El uso de las nuevas tecnologías en la comunicación comercial" en el libro: *Comunicación Comercial. Una visión práctica y aplicada*, Pearson, Madrid, 2012. [ISBN: 9781781342367].
- "Caso Sol Meliá" En el Libro: *Creación y desarrollo estratégico de la empresa en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior*, Ediciones Pirámide, 2010. [ISBN: 978-84-368-2419-3].
- "Un Enfoque actual del Marketing Turístico", "Las nuevas formas de comunicación en el sector turístico" y "Técnicas de Venta al público" en el libro: "Curso Técnico Superior en gestión de empresas turísticas y agencias de viaje". ESINE, Madrid, 2009. [ISBN: 978-84-407-2273-7].
- Reinares Lara, P. (2003): *Las nuevas formas de publicidad y la defensa de los derechos de los consumidores*, Consejo de Consumidores y Usuarios, Instituto Nacional de Consumo, Madrid. (Análisis estadístico). [Depósito Legal: M-46479-2003].

Libros

- Villacé Molinero, M.T. (2012): *Marketing Turístico*, OMM Editorial, Madrid. [ISBN 978-84-939975-8-8]
- Villacé Molinero, M.T. y Flecha Barrio, D. (2012): *Comunicación Comercial Turística*, OMM Editorial, Madrid. [ISBN 978-84-939975-9-5].
- Villacé, M.T.; Fernández, J.J.; Figueroa, C.; Fuentes, L.; Muñoz, A. y Pontes, B. (2011): *Coordinación de materias y evaluación de competencias en el Espacio Europeo de Educación Superior: Casos*

reales en el Grado en Turismo. (Working Paper), Servicio de Publicaciones URJC. [ISBN: 978-84-695-3333-8].

- Ponzoa Casado, J.M. y Villacé Molinero, M.T. (2011): *Captación, Retención y Fidelización de clientes: Teoría y práctica del Marketing Directo y Relacional*, Compañía de Reprografía y Servicios S.A. [ISBN: 978-84-694-3540-3].
-

Comunicaciones en Congresos

Ejemplo:

- Figueroa-Domecq, C., Fuentes-Moraleda, L.; Muñoz-Mazón, A., Villacé-Molinero, T., Segovia-Siaz, C. (2014). Women managers in the tourism sector and the glass ceiling: Attitudes and expectations, GENTOUR 2014, 7-10 May Aveiro.
- Reinares, E.; Reinares, P. y Villacé Molinero, M.T. (2013). Multi-sponsor loyalty programmes: Influencing behavioural loyalty? Congreso Internacional Gika. Julio 2013, Valencia.
- Segovia, M., Figueroa, C. Villace, T. y Fuentes, C. Research Scholarship: Saiz S. C. (2012). Women and the glass ceiling in the tourism industry. European Gender Summit. Brussels, European Commission. Brussels, 28-29 Nov 2012).
- Villacé Molinero, M.T.; Reinares Lara, E.M. y Ponzoa Casado, J.M. (2012): Loyalty programs rewards based on tourism services: A study of *their influence on behavioral loyalty*, TTRA Europe: Performance, Measurement and Management in Tourism, 18-20 Abril, Bilbao.
- Fuente Cabrero, C.; Laguna Sánchez, P. y Villacé Molinero, M.T. (2012): *Evolución y necesidades del sector de Sociedades de Garantía Recíproca frente a la crisis económica actual*, XXV Congreso Anual AEDEM: Creando nuevas oportunidades en un entorno de incertidumbre, 5-7 Junio, Barcelona.
- Ponzoa, J.M. y Villacé Molinero, M.T. (2011): *La dinámica promocional en los programas de fidelización: Análisis de las variables que influyen en el índice de respuesta*, XXIII Congreso Nacional de Marketing, 14-16 Septiembre 2011, Castellón.
- Villacé Molinero, M.T. (2011): *Los programas de fidelización multisponsor: Un estudio de su influencia en la lealtad comportamental de sus asociados*, XXIII Congreso Nacional de Marketing, 14-16 Septiembre, Castellón.
- Villacé Molinero, M.T.; Ponzoa, J.M. y Reinares Lara, E.M. (2011): *Las recompensas de un programa de fidelización: Un estudio sobre su influencia en la lealtad comportamental de sus asociados*, XXV Congreso Anual AEDEM: Los mercados del mañana: Bases para su análisis hoy, 8-10 Junio, Valencia.
- Villacé Molinero, M.T. y Pontes Rodriguez, B. (2011): *La importancia de la coordinación entre asignaturas y la planificación docente en el desarrollo de competencias en el alumno*, III Congreso Internacional Univest: La autogestión del aprendizaje, 16-17 Junio, Girona.
- Fernández, J.J.; Villacé Molinero, M.T. y Fuentes Moraleda, L. (2011): *Análisis de la mejora de las competencias transversales en los estudiantes de grado por medio de metodologías docentes coordinadas*, II Congreso Internacional de Docencia Universitaria, Vigo.
- Fernández, J.J.; Villacé Molinero, M.T. y Fuentes Moraleda, L. (2011): *Desarrollo de competencias transversales: Metodologías docentes de percepción de mejora de los estudiantes de grado*, VIII Foro sobre la Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior (FECIES), 31 Mayo al 3 de Junio, Santander.
- Villacé Molinero, M.T. y Kraljevic, B. (2009): *La influencia de las actividades fuera del aula en el desarrollo de las competencias: análisis del congreso internacional de estudiantes de turismo*, II Congreso Internacional Univest: Claves para la implicación de los estudiantes en la universidad, 12, 13 Noviembre, Girona.
- Villacé Molinero, M. T. y Kraljevic, B. (2009): *La importancia de la inclusión de actividades voluntarias en el desarrollo de las competencias en los estudios de turismo*, I Encuentro de Intercambio en Innovación Docente, 24-25 Junio, Madrid.
- Villacé Molinero, M. T. (2009): *Las nuevas formas de promoción de un destino 2.0: análisis del caso de la Comunidad Valenciana*, V Seminario de Otoño, Información Socioeconómica turística y promoción de los destinos en la región mediterránea, Fundación Ciencias Sociales y Mundo Mediterráneo, 6-7 de Noviembre, Alicante.

- Talón Ballesteros, P.; Villacé Molinero, M.T.; Flecha Barrios, D. (2007): *Cambio en la estrategia comercializadora de las empresas turísticas hacia la distribución turística*, Congreso AEDEM International Conference, 3- 5 de Septiembre 2007, Cracovia.
- Priede Bergamini, T.; Segovia Pérez, M.: Talón Ballesteros, P. y Villacé Molinero, M.T. (2005): *Análisis de los ejes de la comunicación de las operadoras de telefonía móvil en España*. XVII Encuentro de Profesores Universitarios De Marketing. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC, 22-23 de Septiembre, Madrid.
- Priede Bergamini, T.; Segovia Pérez, M.: Talón Ballesteros, P. y Villacé Molinero, M.T. (2005): *Identificación de los factores clave en el comportamiento de los jóvenes en el sector de la telefonía móvil*. XVII Encuentro de Profesores Universitarios De Marketing. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC, 22-23 de Septiembre, Madrid.

Experiencia profesional no universitaria (últimos 5 años)

Ejemplo:

- 2008-2016 **Consultora de Marketing**. Trabajando con cuentas como Sol Meliá, Barceló Hotels & Resorts o Metabólica.
- 2007-2008 **Iberconsulting Sport**. Directora de Marketing. Empresa gestora de centros deportivos y spas.
- 2001-2002 **Grupo A Field Marketing**. Marketing Assistant. Agencia de Marketing Promocional y Merchandising. Departamento de Marketing. Cuentas: Flex, Telefónica, L'Oréal.