

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	14 octubre 2019
----------------------	-----------------

Nombre y apellidos	Josep Rialp Criado		
DNI/NIE/pasaporte	46131006K	Edad	50
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	L-1550-2017	
	Código Orcid	0000-0002-0656-1592	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)		
Dpto./Centro	Departament d'Empresa		
Dirección	Edifici B, 08193, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)		
Teléfono	+34-93-581 1209	correo electrónico	d.empresa@uab.cat
Categoría profesional	Titular d'Universitat	Fecha inicio	02/04/2002
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave			

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Economía y Gestión de Empresas	Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	1997
Ciencias Económicas y Empresariales, sección Economía de la Empresa	Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	1992

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

Número de tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años: 13

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

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

- Artículo: Escandón-Barbosa, Diana;Rialp-Criado, J.2019. The Bidirectional Relationship Between Country Image and Product Evaluation: The Mediating Role of Brand Image and the Moderating role of Consumer Nationality. Journal of International Consumer Marketing. 31. p. 2 - 21
- Artículo: Oriol Iglesias, Stefan Markovic, Josep Rialp2019. How does sensory brand experience influence brand equity? Considering the roles of customer satisfaction, customer affective commitment, and employee empathy. Journal of Business Research. 96. p. 343 - 354
- Capítulo de libro: 2019. Examining the Importance of Social Media and Other Emerging ICTs in Far Distance Internationalisation: The Case of a Western Exporter Entering China. International Business and Emerging Economy Firms. Volume I: Universal Issues and the Chinese Perspective.. - ed. p. 221 - 251.
- Artículo: Angulo, Luis FernandoDonhu, NaveenPrior, DiegoRialp, Josep 2018. How does marketing capability impact abnormal stock returns? The mediating role of growth. Journal of Business Research. p. 19 - 30
- Artículo: Chepurna, M.Rialp-Criado, Josep2018. Identification of barriers to co-create on-line: the perspectives of customers and companies. Journal of Research in Interactive Marketing. 12. p. 452 - 471

- Artículo: Escandón-Barbosa, Diana; Rialp-Criado, Josep 2018. The impact of the content of the label on the buying intention of a wine consumer. *Frontiers in Psychology*. 9.
- Artículo: María-del-Carmen Alarcón-del-Amo, Alex Rialp-Criado, Josep Rialp-Criado 2018. Examining the impact of managerial involvement with social media on exporting firm performance. *International Business Review*. 27. p. 355 - 366
- Capítulo de libro: Joan-Lluís Capelleras, Victor Martin-Sanchez, Josep Rialp, Waleed Shleha 2018. *Entrepreneurs' Export Orientation and Growth Aspirations: The Moderating Role of Individual Human Capital*. AA.VV.. *Rethinking Entrepreneurial Human Capital. The Role of Innovation and Collaboration*. 1 ed. Springer; p. 63 - 87. 978-3-319-90547-1
- Artículo: Stoian, Maria-Cristina; Rialp, Josep ; Dimitratos, Pavlos 2017. SME networks and international performance: unveiling the significance of foreign market entry mode. *Journal of Small Business Management*. 55.
- Artículo: Alarcón-del-Amo, M^a Carmen; Rialp, A.; Rialp, J. 2016. Social media adoption by exporters: The export-dependence moderating role. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*. 20. p. 81 - 92
- Artículo: Stoian, Maria-Cristina; Rialp, Alex; Rialp, Josep; Jarvis, Robin 2016. Internationalisation of Central and Eastern European small firms: institutions, resources and networks. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 23.
- Artículo: Alarcón, María del Carmen; Rialp, Alex; Rialp, Josep 2015. The Effect of Social Media Adoption on Exporting Firms' Performance. *Advances in International Marketing*. 25. p. 161 - 186
- Artículo: Lafuente, Esteban; Stoian, Maria-Cristina; Rialp, Josep 2015. From export entry to de-internationalisation through entrepreneurial attributes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 22. p. 21 - 37
- Artículo: Martin, I.; Rialp, A.; Rialp, J.; Aliaga-Isla, R. 2015. El uso de las redes como propulsor para la orientación emprendedora y el crecimiento de la pequeña y mediana empresa. *Innovar (Universidad Nacional de Colombia)*. 25. p. 113 - 126
- Artículo: Torres-Ortega, Rosalina; Rialp-Criado, Alex; Rialp-Criado, Josep; Stoian, M^a Cristina 2015. How to measure born-global firms' orientation towards international markets?. *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*. 19. p. 107 - 123
- Artículo: Alarcón del Amo, María del Carmen; Gómez, Jorge Eduardo; Llonch, Joan; Rialp, Josep 2014. Strategic orientations and new venture performance in the hospitality industry. *International journal of business environment*. 6. p. 266 - 283
- Artículo: Angulo-Ruiz, F., Donthu, N., Prior, D. and Rialp, J. 2014. The financial contribution of customer-oriented marketing capability. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 42. p. 380 - 399
- Artículo: Sagarra, M.; Busing, F.M.T.A.; Mar, C.; Rialp, J. 2014. Assessing the asymmetric effects on branch rivalry of Spanish financial sector restructuring. *Advances in Data Analysis and Classification*. -.
- Artículo: Stolyarova, E.; Rialp, J. 2014. Synergies among advertising channels: an efficiency analysis. *Journal of Promotion Management*. 20. p. 200 - 218
- Capítulo de libro: Rialp, A.; Rialp, J.; Knight, G.A. 2014. *International entrepreneurship: a review and future directions*. AA.VV.. *The Routledge Companion to International Entrepreneurship*. 1 ed. Nova York. Taylor & Francis; 978-0-415-82919-9

- Capítulo de libro: Uribe, F.; Llonch, J.; Rialp, J.2014. El efecto de los comentarios online sobre la intención de compra y la confianza en la marca: el rol moderador del conocimiento de la marca y el tipo de producto. Rodolfo Vázquez Casielles. Experiencia y comportamiento del cliente en un entorno multicanal : claves de éxito para fabricantes y detallistas. 1 ed. Oviedo. Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial; p. 461 - 478. 978-84-8367-469-7
- Artículo: Casalprim, Montserrat Rialp, Josep Prior, Diego Sabrià, Betlem 2013. An Assessment of Schools' Efficiency of Different Educational Systems. Mediterranean Journal of Social Sciences. 4. p. 631 - 639
- Artículo: E. García; Rialp, A. Rialp, J. 2013. Speed of ICT integration strategies in absorptions: Insights from a qualitative study. European management journal (Online). 31. p. 295 - 307
- Artículo: Filipescu, D.; Prashamtan, S.; Rialp, A. Rialp, J.2013. 'Technological Innovation and Exports: Unpacking their reciprocal causality. J. int. mark. (East Lansing Mich.). 21. p. 23 - 38
- Artículo: Prior Jiménez, D. Rialp Criado, A. Rialp Criado, J. Urbano Pulido, D.2013. ¿Son las nuevas empresas internacionales más eficientes que las domésticas en un periodo de crisis?. Información Comercial Española. p. 45 - 62
- Artículo: Uribe, F.; Rialp, J.; Llonch, J.2013. El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño de la empresa. Cuadernos de Administración. 26. p. 205 - 231
- Capítulo de libro: Uribe, F.; Rialp, J.; Llonch, J.2013. Is social Media Marketing Really Working? Its Impact on the Relationships among Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Business Performance. AA.VV.. E-Marketing in Developed and Developing Countries: Emerging Practices. 1 ed. Hershey. IGI Global; p. 174 - 193. 978-1-4666-3954-6
- Artículo: Martínez, P. Prior, D. Rialp, J. 2012. The price of Stocks in Latina American financial markets: an empirical application of the Ohlson model.. The International Journal of Business and Finance Research. 6. p. 73 - 85
- Artículo: Stoian, M.C.; Rialp, A.; Rialp, J.2012. International Marketing Strategy and Export Performance in Spanish SMEs: a Contingency Approach. International Journal of Entrepreneurship and Small Business. 15. p. 213 - 236
- Artículo: Torres-Ortega, R.; Rialp, J.2012. Market orientation of Born Global firms: a qualitative examination. International Journal of Business and Management Studies. 4. p. 141 - 150
- Artículo: Gómez, J.; Llonch, J., Rialp, J.2011. Strategic orientation, innovation and performance on new SMEs. International Journal on GSTF Business Review. 1. p. 70 - 73
- Artículo: Llonch, J.; Rialp, A.; Rialp, J.2011. Marketing capabilities, enterprise optimization programs and performance in early transition economies: the case of Cuban SOEs. Transformations in Business and Economics. 10. p. 45 - 71
- Artículo: Stoian, M.C.; Rialp, A.; Rialp, J.2011. Export performance under the microscope: A glance through Spanish lenses. International Business Review. 20. p. 117 - 135
- Capítulo de libro: Federico, J.; Kantis, H.; Rialp, A.; Rialp, J.2011. Entrepreneurs' Human and Relational Capital as Predictors of Early Internationalization: Evidence from Latin America and Southeast Asia . AA.VV.. International Growth of Small and Medium Enterprises. 310 ed. Nova York. Routledge; p. 11 - 28. 978-0-203-84256-0

- Capítulo de libro: Zapata, L.F.; Rialp, A.; Rialp, J.2011. ¿Exportar mejora la supervivencia de las empresas españolas?. AA.VV.. Claves de la economía mundial. 1 ed. Madrid. ICEX; p. 50 - 58. 84-7811-713-X
- Libro: León, F.; miravittles, P.; Rialp, A.; Rialp, J.2011. International Management. 1 ed. Barcelona. FUOC; LUAB-1170
- Artículo: Angulo, L.F.; Pergelova, A.; Rialp, J.2010. A market segmentation approach for higher education based on rational and emotional factors. Journal of Marketing for Higher Education, 20: 1, 1 - 17. 20. p. 1 - 17
- Artículo: Bocatto, E.; Gispert, C.; Rialp, J.2010. Family Owned Business (FOB) Succession: The Influence of Pre-Performance in the Nomination of Family and Non-Family Members. Evidence from Spanish Firms. Journal of Small Business Management. 48. p. 497 - 523
- Artículo: Jorge Gómez Villanueva, Joan Llonch Andreu, Josep Rialp Criado2010. Orientación estratégica, innovación y resultados en PYMES de nueva creación: el rol del marketing. Cuadernos de Gestión. 10. p. 85 - 110
- Artículo: Pergelova, A.; Prior, D., Rialp, J.2010. Assessing Advertising Efficiency. Does Internet play a role?. Journal of Advertising. 39. p. 39 - 54
- Artículo: Rialp, A., Rialp, J., Knight, G.A2010. La vocación global de los nuevos modelos de pymes: El caso de las empresas nacidas globales o born globals. Economía Industrial. 375. p. 171 - 190
- Libro: Nummela, N. (ed.)2010. International Growth of Small and Medium Enterprises. 1 ed. Routledge; 978-0-415-87270-6978-0-415-87270-6

C.2. Proyectos

- ECO2017-87885-P. Capacidades dinámicas e instituciones como determinantes del emprendimiento internacional. Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO). Proyectos I+D 2017 correspondientes al Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia.. Urbano Pulido, David. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). 01/01/2018 - 31/12/2021. 29040 €. Investigador principal.
- 2017SGR1056. New Ventures, Management and Performance Group (NVMPg). Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca. Convocatòria d'ajuts per donar suport als grups de recerca (SGR) que desenvolupin recerca a Catalunya en les diferents àrees científiques amb l'objectiu d'impulsar la seva activitat, l'impacte científic, econòmic, social, així com promoure la projecció internacional de la seva recerca.. Prior Jiménez, Diego. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). 01/01/2017 - 31/12/2020. 0 €. Investigador.
- ECO2013-44027-P. Factores determinantes del emprendimiento internacional: instituciones, capacidades organizativas y redes empresariales. Ministerio de Economía. Proyectos I+D 2013 correspondientes al Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia. Urbano Pulido, David. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). 01/01/2014 - 31/12/2017. 24926 €. Investigador.
- 2014SGR1259. Grup d'eficiència i competitiivitat empresarial. Convocatòria d'ajuts per donar suport a les activitats dels grups de recerca (SGR 2014). Grifell-Tatjé , Emili. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). 01/01/2014 - 30/04/2017. 0 €. Investigador.
- ECO2010-16760. Creación, internacionalización y resultados de las nuevas empresas (PYMES) en un contexto globalizado (CREAINTRES). Ministerio de Ciencia e Innovación.

Subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental no orientada. Ayudas para la realización de Proyectos de investigación y acciones complementarias dentro del Programa Nacional de Proyectos de Investigación Fundamental, en el marco del VI Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011.. Rialp Criado, Alejandro. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). 01/01/2011 - 31/12/2014. 36000 €. Investigador.

- ECO2010-16760. Creación, Internacionalización y Resultados de las nuevas empresas (PYMES) en un Contexto Globalizado. Subdirección General de Proyectos de Investigación. Dirección General de Investigación y Gestión del Plan Nacional I+D+I. Ministerio de Ciencia e Innovación. 01/01/2011 - 31/12/2013. 43560 €.

C.3. Contratos

C.4. Patentes

C.5. Dirección de trabajos

- Kirill, Angel . Asset Pricing Factors and Sentiment: Risk and Return perception mediators . Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).30/10/2019.

- Angel Kirill . Asset Pricing Factors and Sentiment: Risk and return perception mediators. . Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).30/10/2019.

- Turkishi, Gezim. Examining how segments based on motivation affect the relationship of destination personality in predicting tourist behavior: the case of Andorra. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).05/03/2018.

- Dori, Maya. From Macro to Micro: A case of a successful implementation of a novel sales forecasting methodology of great practical implications. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).21/07/2017.

- Zapata, Luis Felipe. ¿Exportar mejora la supervivencia empresarial? Análisis considerando las características de las empresas exportadoras, el entorno institucional y el proceso de internacionalización. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).21/12/2016.

- Rodríguez Betancourt, Ana Olga. Redes de innovación y Capacidad de Absorción relativa en un Clúster industrial. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).14/11/2016.

- Truño Gual, Jordi. La Responsabilidad Social Corporativa: una aproximación en el sector bancario. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).19/10/2016.

- Orozco, Ma Margarita. Impacto de la atractividad de un centro comercial en la satisfacción y lealtad de sus consumidores: el rol moderador de las motivaciones y la frecuencia de visita. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).04/07/2016.

- Torres Ortega, Rosalina. From market orientation to orientation towards International Markets (OIM) of born global firms: evaluating the impact of OIM on born global firms' performance. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).08/01/2016.

- de Socio, Alessandro. Direct and viral marketing. An analysis of the electric car industry. .12/09/2014.

- Zarei, Mohsen. Data mining and knowledge discovery in databases: managing the relationship with customers. .11/09/2014.
- Turkeshi, Gezim. Market segmentation in Andorra tourism: a comparison of seasonality. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).15/07/2014.
- Andrés Felipe Uribe Saavedra. Uso de las redes sociales digitales com herramienta de marketing. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).11/07/2014.
- Zelenka, Andrea. An empirical analysis of pay TV subscribers. .20/09/2013.
- Catalina Nitulescu, Georgiana. Evaluating the implementation of a workflow system. .20/09/2013.
- Antila, Teemu. Market research as a Part of a Service Company's Business Plan. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).20/09/2013.
- Serra, Alex. Characterizing Spanish migration to Mexico: leassons for future emigrants. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).05/07/2013.
- Orozco Gómez, M^a Margarita. Escala de medición de la atractividad del centro comercial (ATRACC). .24/05/2013.
- Rentería Salcedo, José Antonio. Factores que influyen en el crecimiento de las empresa gacela en un proceso de aceleración. .23/05/2013.
- Leonidas Quadros Paixao. Three Essays on the Causes and Consequences of the Use of Mergers and Acquisitions.. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).10/12/2012.
- Jorge Arteaga. Valuing Social Media Internet Companies Using the Customer Lifetime Value Framework? The case of Facebook.. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).28/09/2012.
- Maya Dori. From Macro to Micro. Using Macroeconomic Indicators of Forecast Sales in High Tech Markets.. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).14/09/2012.
- Ribeiro Castro, Iuri. La transferencia de conocimiento en una red de alianzas estratégicas. El caso de la Caixa de Brasil. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).13/02/2012.
- Torres Ortega, Rosalina. Market Orientation for Born-Globals firms: a qualitative examination.. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).30/09/2011.
- Daria Turkenich. Marketing metrics: study of brand value of football associations. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).08/09/2011.
- Ekaterina Stolyarova. Synergy in integrated marketing communications: empirical efficiency analysis. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).22/03/2011.
- Luis Felipe Zapata Upegui. ¿Las exportaciones mejoran la supervivencia de las empresas españolas?. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).17/03/2011.
- Martínez, Pedro. The empirical application of the Ohlson Model to determine the price of Stocks in Latin American Financial Markets.. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).18/02/2011.
- Filipescu, Diana. Internationalisation and technological innovation: empirical evidence on their relation. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).22/12/2010.

- Andrés Felipe Uribe Saavedra. Las redes sociales digitales como herramienta de marketing en las empresas.. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).28/09/2010.
- Montoya, Gemma. Marketing managers as firm's key resource: setting their distinctive core competencies through a Delphi. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).09/09/2010.
- Angulo Ruiz, Luis Fernando. Marketing capability and financial performance. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).05/07/2010.
- Ilkova Pergelova, Albena. Connecting customers with the company: the role of interactiveness and its effect on performance. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).05/07/2010.
- Angulo Ruiz, Luis Fernando. Linking brand and customer metrics to Firm Value and Shareholder Value Creation. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).05/07/2010.

C.6. Participación en tareas de evaluación y organización de actividades

C.7. Miembro de comités internacionales

C.8. Gestión de la actividad científica

C.9. Comités editoriales

C.10. Premios

- Montserrat Casalprim Ramonet. Premi 'Cum Laude' a la millor tesi doctoral de Dret i Economia defensada durant els anys 2014 i 2015. Institut Món Juïc i Xarxa Vives d'Universitats .L'eficiència del procés educatiu de maternal i primera ensenyança a Andorra. . 01/04/2017.

C.11. Otros