

## BREVE INFORMACIÓN CURRICULAR DEL PROFESOR

.....

<b>NOMBRE DEL/A PROFESOR/A:</b>	<b>FRANCISCO MUÑOZ LEIVA</b>
Universidad/Organismo	Universidad de Granada
Categoría profesional	Profesor Titular
Nº sexenios investigación	1
Años de experiencia docente	10
Áreas de interés	Comercio electrónico, Banca electrónica, Metodología de investigación

<b>PRINCIPALES MÉRITOS DE INVESTIGACIÓN</b>	
Proyecto o contrato de investigación más relevante en los últimos cinco años	<b>Título:</b> Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva del neuromarketing. Ref <sup>a</sup> : ECO2012-39576 - Del Subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental No Orientada. Convocatoria 2012
	<b>Organismo financiador:</b> Ministerio de Economía y Competitividad
	<b>Investigador principal:</b> Francisco Muñoz Leiva
	<b>Duración:</b> Del 01/01/2013 al 31/12/2015
Libro más relevante	<b>Autores:</b> Francisco Muñoz Leiva
	<b>Año de la publicación:</b> 2012
	<b>Título:</b> Marketing Financiero
	<b>Referencia completa:</b> Muñoz, F. (2011). Marketing Financiero. Editorial Copicentro. Granada
Publicaciones más relevantes en los últimos cinco años <sup>1</sup>	<b>Autores:</b> Liébana-Cabanillas, F.; Sánchez-Fernández, J. y Muñoz-Leiva, F.
	<b>Año de la publicación:</b> 2014
	<b>Título:</b> Behavioural Model of Users in M-Payment Systems: The Moderating Effect of Gender
	<b>Revista y páginas:</b>

<sup>1</sup> Añadir tantas líneas como sean necesarias.

	Industrial Management & Data Systems, 1-18 (in press)
Publicaciones más relevantes en los últimos cinco años <sup>2</sup>	<b>Autores:</b> Liébana-Cabanillas, Francisco; Muñoz-Leiva, Francisco; Rejón, Francisco
	<b>Año de la publicación:</b> 2013
	<b>Título:</b> The determinants of the satisfaction with the electronic banking
	<b>Revista y páginas:</b> Industrial Management & Data Systems, 1-18 (in press)
Publicaciones más relevantes en los últimos cinco años <sup>3</sup>	<b>Autores:</b> Carrasco, Ramón A.; Muñoz Leiva, Francisco, Hornos Miguel J.
	<b>Año de la publicación:</b> 2013
	<b>Título:</b> A multidimensional data model using the fuzzy model based on the semantic translation
	<b>Revista y páginas:</b> Information Systems Frontiers, 15, pp. 351-370
Publicaciones más relevantes en los últimos cinco años <sup>4</sup>	<b>Autores:</b> Muñoz Leiva, Fco., López Herrera, A.G., Sánchez-Fernández, Juan, Liébana-Cabanillas, Fco. J.
	<b>Año de la publicación:</b> 2012
	<b>Título:</b> Applying an automatic approach for showing up the hidden themes in financial marketing research (1961-2010)
	<b>Revista y páginas:</b> Expert Systems with Applications, 39 (12), pp. 11055-11065.
Publicaciones más relevantes en los últimos cinco años <sup>5</sup>	<b>Autores:</b> Muñoz Leiva, Francisco. Hernández Méndez, Janet, Sánchez Fernández, Juan
	<b>Año de la publicación:</b> 2012
	<b>Título:</b> Generalising user behaviour in online travel sites through the Travel 2.0 website acceptance model
	<b>Revista y páginas:</b> Online Information Review, 36 (6)

<sup>2</sup> Añadir tantas líneas como sean necesarias.

<sup>3</sup> Añadir tantas líneas como sean necesarias.

<sup>4</sup> Añadir tantas líneas como sean necesarias.

<sup>5</sup> Añadir tantas líneas como sean necesarias.

Publicaciones más relevantes en los últimos cinco años <sup>6</sup>	<b>Autores:</b> Hernández Méndez, Janet; Muñoz Leiva, Francisco; Sánchez Fernández, Juan
	<b>Año de la publicación:</b> 2013
	<b>Título:</b> The influence of e-word-of-mouth on travel decision-making: consumer profiles
	<b>Revista y páginas:</b> Current Issues in Tourism, <b>DOI:</b> 10.1080/13683500.2013.802764
Tesis doctorales dirigidas <sup>7</sup>	<b>Autor/a:</b> Liébana Cabanillas, Francisco José
	<b>Año de defensa:</b> 2012
	<b>Título:</b> El papel de los sistemas de pago en los nuevos entornos electrónicos
	<b>Co-directores (si procede):</b> Juan Sánchez Fernández
Tesis doctorales dirigidas <sup>8</sup>	<b>Autor/a:</b> Rejón Guardia, Francisco
	<b>Año de defensa:</b> 2013
	<b>Título:</b> La respuesta del consumidor a la publicidad en redes sociales: análisis del efecto de la presión publicitaria y la experiencia
	<b>Co-directores (si procede):</b> Juan Sánchez Fernández

<sup>6</sup> Añadir tantas líneas como sean necesarias.

<sup>7</sup> Añadir tantas líneas como sean necesarias.

<sup>8</sup> Añadir tantas líneas como sean necesarias.