

BREVE INFORMACIÓN CURRICULAR DEL PROFESOR

.....

NOMBRE DEL/A PROFESOR/A:	JOSÉ ALBERTO CASTAÑEDA GARCÍA
Universidad/Organismo	UNIVERSIDAD DE GRANADA
Categoría profesional	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
Nº sexenios investigación	1
Años de experiencia docente	13
Áreas de interés	MARKETING ELECTRÓNICO, TURISMO

PRINCIPALES MÉRITOS DE INVESTIGACIÓN	
Proyecto o contrato de investigación más relevante en los últimos cinco años	Título: Análisis de la contribución de los e-destinos a la creación de valor en el sector del turismo cultural
	Organismo financiador: CEI BIOTIC-UGR
	Investigador principal: JOSÉ ALBERTO CASTAÑEDA; MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ
	Duración: MARZO-2013; DICIEMBRE 2013
Libro más relevante	Autores: Rodríguez, M.A.; Castañeda, J. A.
	Año de la publicación: 2012
	Título: Análisis de correspondencias simple y múltiple
	Referencia completa: Rodríguez, M.A., y Castañeda, J.A. (2012). Análisis de correspondencias simple y múltiple, en Luque, T. (coord.), Técnicas de Análisis de datos en Investigación de Mercados. Pirámide, 91-156
Publicaciones más relevantes en los últimos cinco años ¹	Autores: Okazaki, S., Castañeda, J.A., Sanz, S., y Henseler, J.
	Año de la publicación: 2013
	Título: Factors affecting mobile-based diabetes monitoring adoption: initial responses from Japanese physicians
	Revista y páginas: Journal of Medical Internet Research, Dec;14(6):e183
	Autores: Okazaki, Shintaro; Castañeda, José Alberto; Sanz-Blas, Silvia; Henseler, Jörg
Año de la publicación: 2013	

¹ Añadir tantas líneas como sean necesarias.



	Título: Physicians' appraisal of mobile health monitoring
	Revista y páginas: <i>Service Industries Journal</i> , 33 (13-14), 1326-1344
	Autores: Sabiote, C.M., Frías, D.M., y Castañeda, J.A.
	Año de la publicación: 2013
	Título: The moderating effect of culture on overall perceived value in the online purchasing process
	Revista y páginas: <i>Service Business</i> , 7(1), 83-102
	Autores: Sabiote, C.M., Frías, D.M., y Castañeda, J.A.
	Año de la publicación: 2012
	Título: Culture as a Moderator of the Relationship between Service Quality and the Tourist's Satisfaction with Different Distribution Channels
	Revista y páginas: <i>Journal of Travel & Tourism Marketing</i> , 29(8), 760-778.
	Autores: Frías, D.M., Rodríguez, M.A., y Castañeda, J.A.
	Año de la publicación: 2013
	Título: The moderating role of past experience in the formation of a tourist destination's image and in tourists' behavioural intentions
	Revista y páginas: <i>Current Issues in Tourism</i> , 16(2), 107-127.
	Autores: Sabiote, C.M., Frías, D.M., y Castañeda, J.A.
	Año de la publicación: 2012
	Título: E-service quality as antecedent to e-satisfaction: The moderating effect of culture
	Revista y páginas: <i>Online Information Review</i> , 36(2), 157-174.
	Autores: Frías, D.M., Rodríguez, M.A., Castañeda, J.A., Sabiote, C.M., y Buhalis, D.
	Año de la publicación: 2012
	Título: The Formation of a Tourist Destination's Image via Information Sources: the Moderating Effect of Culture
	Revista y páginas: <i>International Journal of Tourism Research</i> , 14(5), 437-450.
	Autores: Sabiote, C.M., Frías, D.M., y Castañeda, J.A.
	Año de la publicación: 2012



	Título: The moderating effect of uncertainty-avoidance on overall perceived value of service purchased online
	Revista y páginas: Internet Research, 22(2), 180-198.
	Autores: Castañeda, J.A.
	Año de la publicación: 2011
	Título: Analysis of the relationship between satisfaction and loyalty
	Revista y páginas: Journal of Business and Psychology, 26(3), 371-383.
	Autores: Castañeda, J.A., Frías, D.M., y Rodríguez, M.A.
	Año de la publicación: 2009
	Título: Antecedents of Internet acceptance and use as an information source by tourists
	Revista y páginas: Online Information Review, 33, 548-567
Autores: Castañeda, J.A., Rodríguez, M.A. y Luque, T.	
Año de la publicación: 2009	
	Título: Attitudes´ hierarchy of effects in online user behaviour
	Revista y páginas: Online Information Review, 33, 7-21