CURRICULUM VITAE ABREVIADO

DATOS PERSONALES

APELLIDOS	SERVERA FRANCÉS
NOMBRE	DAVID

DATOS ACADÉMICOS

ESTUDIOS CURSADOS (Licenciatura; Grado; Máster)

TITULACIÓN	CENTRO	FECHA
Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional	Universidad Católica de Valencia. San Vicente Mártir	2013-2014
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Valencia	1993-1997

TESIS DOCTORAL

TÍTULO	CENTRO	FECHA
Tecnologías de la información y la comunicación y valor logístico. Una aplicación en el contexto de la relación entre empresas	Programa de Doctorado de Marketing. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Valencia	06/10/2005

EXPERIENCIA DOCENTE

AÑOS DE EXPERIENCIA Y PERFIL ASIGNATURAS
Docente desde el año 2000. Principalmente en el área de marketing y logística.

EXPERIENCIA INVESTIGADORA

LÍNEA/S DE INVESTIGACIÓN y SEXENIOS
2 sexenios de investigación. Líneas de investigación: marketing, logística, responsabilidad social corporativa, comportamiento del consumidor, retailing, marketing turístico, etc.

3 PUBLICACIONES MÁS RELEVANTES DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

AUTORES	Moliner Velázquez, Beatriz ;Fuentes Blasco, María ;Servera Francés, David ;Gil Saura, Irene						
TITULO	From retail innovation and image to loyalty: moderating effects of product type.						
REVISTA/LIBRO	Service Business						
VOLUMEN	13	**PÁG. INICIAL Y FINAL**	199-224	**AÑO**	2019	**CLAVE(1)**	A

(1) L = Libro completo; CL = Capítulo del libro; A = Artículo

AUTORES	Servera-Francés, David y Piqueras-Tomás, Lidia						
TITULO	The effects of corporate social responsibility on consumer loyalty through consumer perceived value.						
REVISTA/LIBRO	Economic Research						
VOLUMEN	32	**PÁG. INICIAL Y FINAL**	66-84	**AÑO**	2019	**CLAVE(1)**	A

(1) L = Libro completo; CL = Capítulo del libro; A = Artículo

AUTORES	Ruiz-Molina, Eugenia; Gil-Saura, Irene; y Servera-Francés, David.						
TITULO	Innovation as a key to strengthen the effect of relationship benefits on loyalty in retailing						
REVISTA/LIBRO	Journal of Services Marketing						
VOLUMEN	31	**PÁG. INICIAL Y FINAL**	131-141	**AÑO**	2017	**CLAVE(1)**	A

(1) L = Libro completo; CL = Capítulo del libro; A = Artículo

Nº PUBLICACIONES TOTALES (LIBROS Y ARTÍCULOS)	LIBROS (capítulos): 5 ARTÍCULOS: 32
Nº PROYECTOS FINANCIADOS A NIVEL COMPETITIVO	11
Nº CONGRESOS (PARTICIPACIÓN : ponencia; comunicación o poster)	44
Nº TFMs DIRIGIDOS:	12
Nº TESIS DIRIGIDAS:	2

OTRAS ACTIVIDADES DE INTERÉS CIENTÍFICO O ACADÉMICO RELEVANTES DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS (*)

ACTIVIDAD	AÑO

(*)Como máximo indicar 5 actividades