

# Dña. Tamar Buil López-Menchero

Profesora acreditada Contratada Doctor por ANECA.

Doctora en Marketing, Título de la Tesis Doctoral: " La actitud del consumidor hacia productos de alimentación de marca de distribuidor." Universidad Rey Juan Carlos 2015

Fellow de la Advance Higuer Education, oct 2022

## Formación

- . Máster Universitario en Marketing y Comunicación corporativa, Universidad San Jorge. 2008
- . Máster MBA CESTE 2006
- . Licenciada en Veterinaria Universidad de Zaragoza, 2002

## Experiencia Profesional

- . Director de Proyectos. Aragonesa de Consultoría, Estudios y Sociología Aplicada 2006-actualidad

## Experiencia Docente

### Grado

- Profesor de Investigación y Dirección Comercial  
USJ Grado en Administración y Dirección de Empresas. Zaragoza. 2022 – actualidad
- Profesor de Dirección de Producto.  
USJ – ESIC. Grado en ADE + Marketing. Zaragoza. 2023 - actualidad
- Profesor de Digital marketing intelligence.  
USJ – ESIC. Grado en Marketing. Grado en ADE + Marketing. Zaragoza. 2017-actualidad.
- Profesor de Técnicas de investigación de mercados  
USJ – ESIC. Grado en Marketing. Zaragoza. 2016 – actualidad
- Profesor de Strategy Brand Management.  
USJ – ESIC. Grado en Marketing. Zaragoza. Grado en ADE + Marketing. 2017 – actualidad
- Profesor de Investigación de Mercados y Estadística  
Facultad de Ciencias de la Comunicación. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas Universidad San Jorge. 2011-15
- Profesor de Marketing promocional  
Facultad de Ciencias de la Comunicación. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas Universidad San Jorge. 2011
- Profesor de Proyecto fin de carrera  
Facultad de Ciencias de la Comunicación. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad San Jorge. Proyecto fin de carrera 2009-10

### Postgrado

- Investigación en ciencias sociales.

Máster de Marketing y Comunicación Corporativa de la Universidad San Jorge.  
Ediciones 2021-22 y 24-25.

- Marketing promocional.  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Zaragoza. Master en comunicación de empresa y publicidad. Universidad de Zaragoza. 2014

### **Labor investigadora**

Miembro del grupo investigador ECONOMIUS- J, 2024 – actualidad.

Miembro del comité organizador de AEDEM 22, ACIEK 22, EBEN 22.

Miembro del comité evaluador de EMAC 21.

### **Publicaciones**

#### Libros

. Investigando el mercado. Colección Marketing y Comunicación. Universidad San Jorge

. Días de compra misteriosa. ESIC Editorial. ESIC Editorial

#### Artículos científicos

- Liste, G., Buil, T., & Plumed, M. (2025). Undergraduate experiences and satisfaction with three consecutive learning models experienced throughout a pandemic. *Innovations in Education and Teaching International*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/14703297.2025.2464615>
- Mata, P. and Buil, T. (2025), "More than meets the eye: the interplay of spending and product variety in organic shopping", *British Food Journal*, Vol. 127 No. 2, pp. 554-568. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2024-0385>
- Buil, T., & Mata, P. (2024). Intrinsic motivation and its influence in eco shopping basket. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(6), 2812–2825. <https://doi.org/10.1002/cb.2373>
- Tamar Buil López-Mencheró, Pedro Mata García, María Gomez Campillo & Juan-Francisco Delgado-de Miguel (2021). Outlets malls of the future: an approach to customer's expectations, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34:1, 2593-2608, DOI: 10.1080/1331677X.2020.1835519
- Pedro Mata, Tamar Buil & María Gómez-Campillo (2021) COVID-19 and the reorientation of communication towards CSR, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, DOI: 10.1080/1331677X.2021.1986674
- Delgado-de Miguel J-F, Buil-López Mencheró T, Esteban-Navarro M-Á, García-Madurga M-Á. Proximity Trade and Urban Sustainability: Small Retailers' Expectations Towards Local Online Marketplaces. *Sustainability*. 2019; 11(24):7199. <https://doi.org/10.3390/su11247199>
- García-Madurga M-Á, Esteban-Navarro M-Á, Delgado-de Miguel J-F, Buil-López Mencheró T. Positioning Axes of Sustainable Tourist Destinations: The Case of Aragón. *Sustainability*. 2019; 11(18):4885. <https://doi.org/10.3390/su11184885>

- Buil-López Menchero T , Delgado-de Miguel J-F. Brand influence on consumer evaluations in private label food products. May 2015. Esic Market. DOI: 10.7200/esicm.151.0462.3

#### Conferencias en congresos

*“Análisis de la Identidad Visual Corporativa: Estrategia digital de las Principales Marcas Globales”*. Ponencia. VI Congreso Internacional COMRED, Marzo 2024.

*“Influencers, the new actors of digital democracy”*. Ponencia. 24th International Marketing Trends Conference. January 23-25, 2025.

*“¿Qué hay en la pared? el impacto del arte mural en espacios hospitalarios”*, Septiembre 2024. Comunicación oral. Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK), Castilla La-Mancha, Cuenca, España.

*“Animal welfare vs. sustainability: overlapping attributes and consumer behaviour”*, July 2022, Conference: 1st Meeting of the Red CIBA and ISAE South West Europe Region, Barcelona, Spain.

*“Pandemia, tecnología y encuestas online”*, Junio, 2022, XXXVI AEDEM Annual Meeting, Pozuelo de Alarcón, Madrid (España).

*“Surfing the media in times of COVID-19”*. Conference paper, June 2021, 35th AEDEM Annual Meeting European Academy of Management and Business Economics (AEDEM).

*“Covid-19 and the reorientation of communication towards CSR”*, conference paper, June 14 - 16, 2021, at the 14th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge (ACIEK21)

*“Undergraduate perceptions of different learning experiences through a pandemic”*. Conference Paper, November 2021, 14th Annual International Conference of Education, Research and Innovation (ICERI21).

*“Teaching innovation to improve student satisfaction in high-expectation contexts: active, project and team-based learning”*. Conference Paper, June 2021 VII International Congress on Applied Innovation: IMAT21.

*“Post-it mapping”*: analogical disruption in the classroom. Conference Paper, April 2020 6th International Conference on Higher Education (Head20)

*“Outlets malls of the future: an approach to customer’s expectations”*, conference paper, June 23 - 24, 2020, at the 11th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge (ACIEK20)