

JOSE MIGUEL PINA PEREZ



jmpina@unizar.es

Licenciado en Economía y Dirección de Empresas y Doctor en Comercialización e Investigación de Mercados por la Universidad de Zaragoza. Su tesis doctoral se tituló “Influencia de la Estrategia de Extensión de Marca sobre la Imagen de Marca”, habiendo obtenido el premio extraordinario de doctorado en marzo de 2007.

Actualmente es profesor titular del Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza, impartiendo su docencia en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Sus trabajos de investigación se centran en los temas de: imagen de marca, marcas corporativas, marcas on-line, marcas de lujo y análisis de las estrategias de extensión de marca y de las alianzas de marca. Es autor de numerosas publicaciones en revistas especializadas de prestigio, tanto internacionales (European Journal of Marketing, Journal of Business Research, Service Industries Journal...) como de carácter nacional (Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa...).

También ha participado en distintos proyectos de investigación con los centros Birmingham Business School (Inglaterra), Norwegian School of Economics and Business Administration (Noruega) y Kingston Business School (Inglaterra).