

Dra. M^a Pilar Llopis Amorós

Doctora en Marketing

Título de la Tesis Doctoral: "Valor de Marca de un Evento. Propuesta de un modelo de antecedentes y consecuentes desde la visión del asistente".

UNIVERSIDAD DE VALENCIA. DPTO.: COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. ESPAÑA. 2016.

DEA obtenido en Marketing

UNIVERSIDAD DE VALENCIA - DOCTORADO INTERUNIVERSITARIO EN MARKETING, Dpto: COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. ESPAÑA, 2010.

PostGrado

- MASTER, DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
UNIVERSIDAD DE VALENCIA. ADEIT. ESPAÑA, 1990.

Formación Universitaria

- LICENCIADA EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES, RAMA DE EMPRESARIALES
FACULTAD DE ECONOMÍA, UNIVERSIDAD DE VALENCIA. ESPAÑA, 1990.

Experiencia Profesional

- PROFESIONAL AUTÓNOMA
PROFESIONAL AUTÓNOMA. 2005-2012.
- ADMINISTRADORA
AMAC`C SERVEIS INMOBILIARIS, S.L. 2004-2005.
- TÉCNICO EN MARKETING
EMISE, S.L. 1995-1996.
- EMPLEADA ADMINISTRATIVA
CAJA RURAL SAN JOSÉ DE BURRIANA. COOP. DE CRÉDITO V. 1991-1992.

Experiencia Docente

- ESIC. VALENCIA
SIMULADOR DE MARKETING. 2016-ACTUALIDAD
- ESIC. VALENCIA
PLAN DE MARKETING. 2016-ACTUALIDAD
- ESIC. VALENCIA
PLANIFICIACIÓN DE MARKETING.2016-ACTUALIDAD
- ESIC. VALENCIA
MARKETING. 2017-2016-ACTUALIDAD
- ESIC. VALENCIA
INTRODUCCIÓN AL MARKETING. 2016-ACTUALIDAD
- ESIC. VALENCIA
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II. 2008-2018
- ESIC. VALENCIA
FUNDAMENTOS DE MARKETING. 2014-ACTUALIDAD
- ESIC. VALENCIA
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I. 2012-2018
- ESIC. VALENCIA
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. 2008-2018.

- ESIC. VALENCIA
INVESTIGACIÓN COMERCIAL CUALITATIVA. 2012-2013
- ESIC. VALENCIA
INTRODUCCIÓN AL MARKETING. 2012-2013.
- UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID. CENTRO ADSCRITO VALENCIA
INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO I. 2011-2012.
- UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID. CENTRO ADSCRITO VALENCIA
MARKETING DE PRECIOS. 2011-2012.
- ESIC. VALENCIA
ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS. 2010-2012.
- ESIC. VALENCIA
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN INFORMACIÓN. 2009-2012.
- UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID. CENTRO ADSCRITO VALENCIA
GESTIÓN DE GRANDES EVENTOS. 2009-2011.
- UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID. CENTRO ADSCRITO VALENCIA
FUNDAMENTOS DE MARKETING. 2009-2012.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA. FACULTAD DE ECONOMÍA. DPTO. DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS
TÉCNICAS DE VENTA Y PROMOCIÓN. 2008-2012.
- ESIC. VALENCIA
INVESTIGACIÓN COMERCIAL. 2008-2013.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
GESTIÓN DE GRANDES EVENTOS. 2008-2010.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA. FACULTAD DE ECONOMÍA. DPTO. DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS
DIRECCIÓN COMERCIAL I. 2007-2011.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA. FACULTAD DE ECONOMÍA. DPTO. DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS
INVESTIGACIÓN COMERCIAL. 2007-2008.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA. FACULTAD DE ECONOMÍA. DPTO. DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS
DIRECCIÓN COMERCIAL II. 2006-2010.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA. FACULTAD DE ECONOMÍA. DPTO. DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS
MARKETING TURÍSTICO. 2006-2009.
- ESIC. VALENCIA
SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO. 2006-2008.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA. FACULTAD DE ECONOMÍA. DPTO. DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS.
ESTRATEGIA DE MARKETING. 2005-2006.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
RELACIONES PÚBLICAS. 2005-2009.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL. 2004-2005.

- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
LA FRANQUICIA: UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO. 2003-2008.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
PROMOCIÓN DE VENTAS. 2003-2006.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA: EL MERCHANDISING. 2002-2008.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
MARKETING TURÍSTICO. 2001-2002.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
GESTIÓN COMERCIAL I. 2001-2010.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
GESTIÓN COMERCIAL II. 2001-2010.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
CANALES COMERCIALES Y REDES DE VENTAS. 2000-2001.
- FUNDACIÓN ESTEMA. VALENCIA
MARKETING FERIA PARA EXPOSITORES Y VISITANTES. 2000-2008.
- UNIVERSIDAD ANTONIO DE NEBRIJA. VALENCIA
CANALES COMERCIALES Y REDES DE VENTAS. 1999-2001.
- AFIC, COVACO, ASOC. DE COMERCIANTES, CÁMARA DE VALENCIA, COEV,... EN LOS RESPECTIVOS
FORMACIÓN CONTINUA. 1995-2006.
- CONSELLERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y EMPLEO. DIFERENTES CENTROS COLABORADORES
FORMACIÓN OCUPACIONAL. 1994-2010.

Acreditaciones

- ACREDITADO AGENCIAS AUTONÓMICAS: PROFESOR COLABORADOR.

Miembro de

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MARKETING ACADÉMICO Y PROFESIONAL. ESPAÑA, 2013-ACTUALIDAD
- CENTRO DE INNOVACIÓN DE MARKETING EN EMPRESAS TURÍSTICAS (INMETUR) INTEGRADO EN ESIC VALENCIA. ESPAÑA 2012-2013.
- MIEMBRO DE InDoEsVal, GRUPO DE INVESTIGACIÓN DE ESIC VALENCIA. ESPAÑA. 2017-ACTUALIDAD

Líneas de Investigación

- MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL.
- INNOVACIÓN DOCENTE

Artículos

- Llopis-Amorós, M. P., Gil-Saura, I., Ruiz-Molina, M. E., & Fuentes-Blasco, M. (2019). Social media communications and festival brand equity: Millennials vs Centennials. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40, 134-144.
- Llopis-Amorós, M^a Pilar, Roger-Monzó, Vanessa y Castelló-Sirvent, Fernando (2019). "Análisis de la percepción de utilidad en alumnos y docentes sobre el uso de Moodle en el EEES". REDU Revista de Docencia Universitaria, 17(1), 139-152.
- Llopis-Amorós, M.P.; Gil-Saura, I. y Ruiz-Molina, M.E. (2018). The Role of Marketing Communications in Generating Brand Equity for an Event. *Event Management*, 22 (5), 825-848. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599518X15241431917142>

- Novejarque, J.; Pisá, M. y Llopis, M.P. (2017): "Un análisis del sector hotelero: La importancia de la cuenta de explotación". AECA, Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Vol. 117, pp. 42-44.
- Pisá, M.; Novejarque, J. y Llopis, M.P. (2017): "El nuevo concepto de turismo colaborativo: La comunidad couchsurfing.com". International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST), 2(1), pp. 47-58.
- Llopis Amorós M.P. y Gil Saura, I. (2011) *Un gran evento deportivo: Perspectiva de los residentes de la ciudad de acogida*. Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas. Nº 4, pp. 31-61
- Llopis Amorós M.P.; Calderón García, H. y Gil Saura, I. (2009) *Expectativas frente al evento America's Cup. Una perspectiva desde el comercio y la restauración*. Estudios Turísticos, Nº 182, pp. 111-135. Inst. de Estudios Turísticos-Inst. de Turismo de España

Capítulos en libros

- Llopis-Amorós, M.P.; Gil-Saura, I.; Ruiz-Molina, M.E. y G.Gallarza, M. (2018). Marketing Destination Through Events: Research of Satisfaction and Loyalty in Festivals. En Gursoy, D. y Chi, C.G. (Eds.) *The Routledge Handbook of Destination Marketing* (pp. 133-153). London and New York. Routledge Handbooks. Taylor & Francis Group.
- Llopis Amorós, M^a P.; Roger Monzó, V., Martí Sánchez, M. y Guijarro García M. (2013) "La calidad de servicio online y de su recuperación a través de dispositivos fijos: una comparación entre los jóvenes portugueses y españoles". En: Ramos, C.; Correia, M.; Serra, F.; Santos, J. y Águas, P. (Eds.) *Competitividade, Marketing e Tecnologias de Informação e Comunicação no Turismo*. Algarve: UAIGH ESGHT, pp. 343-355. ISBN: 978-989-8472-42-7.

Congresos

- Roger-Monzó, Vanessa; Llopis-Amorós, María Pilar y Castelló-Sirvent, Fernando. *La percepción de los alumnos sobre Moodle: Una aproximación exploratoria mediante QCA*. VI Simposio Internacional de Innovación Aplicada. IMAT 2019. ESIC Business & Marketing School. Valencia.
- Llopis-Amorós, M.P.; Gil-Saura, I. y Ruiz-Molina, M.E. Perceptions of Marketing Communication of a Live Music Festival by Millennials and Centennials. International Marketing Trends Conference –IMTC 2018. ESCP Europe Business School. Venecia. Italy.
- Ruiz Molina; María Eugenia; Llopis Amorós, María Pilar; Roger Monzó; Vanessa y Castelló Sirvent, Fernando. *La utilidad de Moodle como Instrumento de Aprendizaje*. VII Jornadas de Innovación Docente en la Educación Superior. IDES 2018. Valencia. España.
- Ruiz Molina, María Eugenia; Marín García, Antonio y Llopis Amorós, María Pilar. *Moodle: The more you use it, the more you love it? Evidence about perceived usefulness of Moodle from International Business students*. International Conference The Future of Education 8TH Edition. FOE 2018. Florence. Italy.
- Llopis Amorós, María Pilar; Roger Monzó, Vanessa y Castelló Sirvent, Fernando. "Perceived usefulness and learning in a virtual learning environment: Evidence from the use of Moodle in undergraduate university students". INTED 2018. 12th Annual International Technology, Education and Development Conference. Valencia. Spain.
- Rui- Molina, María Eugenia; Marín-García, Antonio y Llopis-Amorós, María Pilar. *Social Media to involve international students in the receiving university life: A case study*. INTED2018. 12th Annual International Technology, Education and Development Conference. Valencia. España.
- Llopis-Amorós, María Pilar; Gil-Saura, Irene y Ruiz-Molina, María Eugenia. *Comunicaciones de Marketing y Valor de Marca de un Festival Musical*. XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2017. Sevilla. España.
- Llopis-Amorós, María Pilar; Fuentes-Blasco, María; Gil-Saura, Irene y Ruiz-Molina, María Eugenia. "La Influencia de las Comunicaciones en Redes Sociales sobre el Valor de Marca de un Festival de Música en Vivo: Millennials vs. Centennials". XXX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2018. Barcelona. España.
- Llopis Amorós, María Pilar y Ruiz Molina, María Eugenia. *Desarrollo y evaluación de una propuesta didáctica de la metodología docente en la asignatura de Trabajo Fin de Grado en los estudios de Empresa*. X Jornadas de Investigación en Innovación Docente de la UNED. "Innovación educativa en la era digital". Vicerrectorado de Metodología e Innovación y el Instituto Universitario de Educación a Distancia (IUED) de la UNED.
- Josefina Novejarque Civera, M^a Isabel Pisa Bó, María Pilar Llopis Amorós. *Un análisis del sector hotelero: La importancia de la cuenta de explotación*. XVII Encuentro AECA – Bragança 2016. Portugal.
- Mabel Pisa Bó, Josefina Novejarque Civera, María Pilar Llopis Amorós. *El Turismo Colaborativo P2P. El caso couchsurfing.com*. XI Congreso Internacional de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones". TURITEC 2016. Málaga.

- Mabel Pisa Bó, Josefina Novejarque Civera, María Pilar Llopis Amorós. *El Turismo Colaborativo P2P. El caso couchsurfing.com*. XIX Congreso de AECIT". Adeje. Tenerife.
- Llopis Amorós, María Pilar y Roger Monzó, Vanessa. *Análisis de la Percepción sobre la Utilidad de los Entornos Virtuales de Aprendizaje en el EEES*. IV Simposio Internacional de Innovación Aplicada. IMAT 2017. ESIC Business & Marketing School. Valencia.
- Mabel Pisa Bó, Josefina Novejarque Civera, María Pilar Llopis Amorós. *El turismo p2p ha venido para quedarse*. Ponencia presentada en el III Simposio Internacional Innovación en Marketing Turístico IMAT 2016. Inmetur. ESIC Business & Marketing School.
- Mabel Pisa Bó, María Pilar Llopis Amorós, Cristina Santos Rojo. *Un análisis cuantitativo del sector hotelero, antes y durante la crisis económica*. Ponencia presentada en el II Simposio Internacional Innovación en Marketing Turístico IMAT 2015. Inmetur. ESIC Business & Marketing School.
- Llopis Amorós, M.P.; Roger Monzó, V.; Martí Sanchez, M. y Guijarro Garcia, M. *La calidad del servicio online y de su recuperación a través de dispositivos fijos: una comparación entre los jóvenes portugueses y españoles*. Tourism & Management Studies International Conference - TMS ALGARVE 2013. Faro. Portugal.
- Guijarro Garcia, M; Llopis Amorós, M.P.; Roger Monzó, V. y Martí Sanchez, M. *El valor percibido de los clientes de las Agencias de viajes con canal híbrido: un análisis cluster*. Ponencia presentada en el XXV Congreso Nacional de Marketing- AEMARK 2013. Barcelona, España.
- Guijarro Garcia, M.; Llopis Amorós, M.P.; Martí Sanchez, M. y Carrilero Castillo, A. *Clasificar clientes: un análisis de la calidad de la oferta hotelera*. Ponencia presentada en el XXV Congreso Nacional de Marketing- AEMARK 2013. Barcelona, España.
- Carrilero, A.; Llopis, M.P. y Guijarro, M. (2012). *Cómo mejorar el valor percibido del cliente en el hotel*. Ponencia presentada en el XXIV Congreso Nacional de Marketing- AEMARK 2012. Palma de Mallorca, España.
- Alejandro Mollá-Descals; María Pilar Llopis-Amorós; María Eugenia Ruiz-Molina y Haydée Calderón-García. *Autoevaluación del aprendizaje y el seguimiento clases teóricas: experiencia asig Dir Comer*. II Trobades d'Innovació Educativa de la UV, 2011.
- Alejandro Mollá-Descals; María Pilar Llopis-Amorós; María Eugenia Ruiz-Molina y Haydée Calderón-García. *Self-Assessment of Student Learning Process: An Experience in a Marketing Course*. ICERI 2011.
- *Asistente de investigación. Proyecto "Elaboración del estudio del impacto de la AC en Valencia"*. Instituto de Economía Internacional. Universidad de Valencia. España. 2006.

Otros

- Revisora de artículos en Congresos Internacionales desde 2019.
- Responsable de la comisión encargada de realizar los estudios de reconocimientos de créditos en ESIC Valencia desde el curso 2016-2017 hasta la actualidad.
- Coordinadora de Trabajos de Fin de Grado (TFG) del área de Marketing desde el curso 2014-2015 hasta el curso 2018-2019.