



**FERNANDO JAVIER
FASTOSO BOGLIOLO**

Ph.D.

fernando.fastoso@york.ac.uk

<http://www.york.ac.uk/management/staff/fernando-fastoso/>

The York Management School - University of York - Freboys Lane - Heslington - York YO10 5GD
0044 1904 325056

SNI

Ciencias Sociales / Economía y Negocios
Categorización actual: Nivel I (Asociado)

Fecha de publicación: 05/10/2018
Última actualización SNI: 05/10/2018

Datos Generales

INSTITUCIÓN PRINCIPAL

University of York / Gran Bretaña

DIRECCIÓN INSTITUCIONAL

Institución: University of York / Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior
Dirección: The York Management School - University of York York / YO10 5GD / York , Inglaterra
Teléfono: (1904) 325056
Correo electrónico/Sitio Web: fernando.fastoso@york.ac.uk
<http://www.york.ac.uk/management/staff/fernando-fastoso/>

Formación

Formación académica

CONCLUIDA

DOCTORADO

Doctor of Philosophy (Ph.D.) (2002 - 2006)

University of Bradford , Inglaterra
Título de la disertación/tesis: NEW PROPOSITIONS IN INTERNATIONAL ADVERTISING RESEARCH: THE PROCESS OF STANDARDISATION IN THE MERCOSUR
Tutor/es: Prof. Jeryl Whitelock (Ph.D.)
Obtención del título: 2007
Palabras Clave: International Advertising Strategy Latin America Mercosur Regionalizacion
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing y publicidad en Latinoamerica

GRADO

Bachelor in International Business Administration (1999 - 2000)

University of Northumbria at Newcastle , Inglaterra
Título de la disertación/tesis: Would a transference of Spees German brand positioning strategy be successful in Britain?
Tutor/es: Prof. Paul Copley (Ph.D.)
Obtención del título: 2000
Palabras Clave: International Branding
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Políticas de marca internacionales

Diplom Betriebswirt (FH) (1997 - 2001)

University of Applied Sciences Dusseldorf , Alemania
Título de la disertación/tesis: Werbstandardisierung am Beispiel der Waschmittelwerbung
Tutor/es: Prof. Helmut Quack (Ph.D.)
Obtención del título: 2001
Palabras Clave: International Advertising
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad internacional

Formación complementaria

CONCLUIDA

POSDOCTORADOS

Research Assistantship in International Branding beyond fast-moving consumer goods (FMCG) (2005 - 2008)

Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford , Inglaterra

Palabras Clave: International Branding Arts branding

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Políticas de marca en el área de las artes

Idiomas

Español

Entiende muy bien / Habla muy bien / Lee muy bien / Escribe muy bien

Alemán

Entiende muy bien / Habla muy bien / Lee muy bien / Escribe muy bien

Inglés

Entiende muy bien / Habla muy bien / Lee muy bien / Escribe muy bien

Italiano

Entiende bien / Habla regular / Lee regular / Escribe regular

Áreas de actuación

CIENCIAS SOCIALES

Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing y publicidad internacionales

Actuación profesional

SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - INGLATERRA

University of York

VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

Funcionario/Empleado (10/2013 - a la fecha)

,40 horas semanales / Dedicación total

SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/ENSEÑANZA SUPERIOR - INGLATERRA

University of Bradford

VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

Funcionario/Empleado (11/2008 - 10/2013)

Profesor investigador (Lecturer) ,40 horas semanales / Dedicación total
Profesor investigador de marketing.

Funcionario/Empleado (11/2005 - 10/2008)

Investigador Postdoctoral ,40 horas semanales / Dedicación total
Fui contratado a nivel postdoctoral para conducir investigación con la Prof. Jeryl Whitelock (Ph.D.) sobre el tema de políticas de marca fuera del área de los productos de consumo (fast-moving consumer goods). La investigación se focalizó en el área de las artes, de los musicales específicamente, y derivó en la presentación de trabajos en tres congresos internacionales (peer-

reviewed) así como también un artículo en un journal de nivel internacional (peer-reviewed) . Las referencias de los trabajos presentados en congresos son: 1) Whitelock, J. and Fastoso, F. (2008). Global Brand Image Strategies in the Creative Industries - developing a scale for measurement from the consumer perspective. Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference (ANZMAC), Sydney, Australia, December. 2) Whitelock, J. and Fastoso, F. (2008). International Branding in the Arts. Proceedings of the European Institute of Retailing and Services Studies Conference (EIRASS), Zagreb, Croatia, July. 3) Whitelock, J., and Fastoso, F. (2007). International Branding - Analysis and implications of three decades of past research. Proceedings of the Consortium for International Marketing Research (CIMaR) Conference, Manchester, UK, May [CD-ROM] Adicionalmente, se publicó un artículo en un journal de nivel internacional, International Marketing Review, que forma parte del Social Sciences Citation Index así como del Journal Citation Reports (www.isiknowledge.com): Whitelock, J. and Fastoso, F. (2007). Understanding International Branding: Defining the Domain and Reviewing the Literature. International Marketing Review, Vol. 24 No. 3, pp. 252-270.

SECTOR EXTRANJERO/INTERNACIONAL/OTROS - ALEMANIA

Stoehr DDB Brand Communications

VÍNCULOS CON LA INSTITUCIÓN

Funcionario/Empleado (09/1995 - 09/2005)

Account manager and strategic planner ,40 horas semanales
Trabaje en esta agencia de publicidad y comunicacion mientras curse mis estudios universitarios.

CARGA HORARIA

Carga horaria de docencia: 16 horas
Carga horaria de investigación: 16 horas
Carga horaria de formación RRHH: Sin horas
Carga horaria de extensión: Sin horas
Carga horaria de gestión: 8 horas

Producción científica/tecnológica

Hasta ahora, mi investigación se ha focalizado en dos áreas: 1) La estrategia de publicidad a nivel internacional, 2) Las políticas de marca a nivel internacional.

En relación al tema nro. 1, conduje el primer análisis de políticas de publicidad en Latinoamérica y el Mercosur específicamente. En detalle, analicé las tendencias de regionalizar publicidad así como las diferentes opciones procesales que las multinacionales toman para estandarizar su comunicación. En base a este trabajo publiqué 10 artículos en proceedings de conferencias internacionales desde 2003, entre ellos dos en la conferencia de la American Marketing Association (2008 y 2009). Adicionalmente, he publicado un artículo en la International Marketing Review, un peer-reviewed journal de nivel internacional incluido en el Social Sciences Citation Index (SSCI) así como en el Journal Citation Reports (JCR, www.isiknowledge.com). Finalmente, quiero mencionar que tengo un segundo artículo aceptado para ser publicado a principios del 2010 pero que el sistema no me dejó ingresar: Fastoso, F., and Whitelock, J. (2010, forthcoming). Regionalization vs Globalization in Advertising Research: Insights from Five Decades of Academic Study. Journal of International Management.

En relación al área nro. 2, el foco de mi trabajo fue analizar a nivel postdoctoral las políticas de marca en ámbitos poco estudiadas dentro del marketing internacional: las artes. En detalle, nos focalizamos en analizar cómo las tendencias hacia la globalización afectan las percepciones de consumidores respecto a marcas en el área de los musicales, como Les Misérables, Cats y varios otros de Andrew Lloyd Webber. El resultado de esta investigación han sido tres papers en conferencias internacionales y otro artículo en la International Marketing Review (todos peer-reviewed).

En este momento estoy trabajando en dos nuevos proyectos. El primero es un estudio en colaboración con la universidad de Murcia (con el Prof. Ruiz de Maya) en el que analizamos el efecto de la publicidad sobre los valores de consumidores españoles. Adicionalmente he comenzado un proyecto junto al Prof. Mohr (Bradford) que analiza la tendencia hacia la regionalización - en lugar de globalización - de empresas multinacionales.

Siendo un investigador uruguayo joven trabajando en un contexto altamente influido por la literatura anglosajona, tengo como meta continuar focalizando mi investigación al estudio de las

políticas de marketing a nivel internacional pero especialmente dentro de Latinoamérica y Uruguay en particular. De este modo pretendo combinar el estudio de una región geográfica que me interesa personalmente con la expansión del conocimiento en el área de marketing (entiéndase conocimiento en la definición académica-anglosajona).

Me gustaría pasar a ser parte del SNI para poder tener mejores posibilidades de colaborar con investigadores en Uruguay. Creo que las colaboraciones entre el mundo anglosajón e investigadores en países como Uruguay es importante como modo de acercar a nuestros investigadores a un sistema de hacer y especialmente presentar (publicar) investigación que tiene sus particularidades y al que no es fácil ingresar cuando se viene de otros contextos culturales y económicos. En ese sentido me veo como alguien que puede aportar su experiencia como uruguayo pero desde afuera.

Producción bibliográfica

ARTÍCULOS PUBLICADOS

ARBITRADOS

The impact of repeated ad exposure on spillover from low fit extensions to a global brand (Completo, 2015)

Lane, Vicki , FASTOSO, FERNANDO
International Marketing Review, 2015
Palabras clave: Brand extensions Global brands Spillover
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising
Medio de divulgación: Papel
ISSN: 02651335
Scopus **WEB OF SCIENCE**

Testing the regional performance of MNEs in the retail sector: the moderating effects of timing, speed and experience (Completo, 2014)

MOHR, ALEX, FASTOSO, FERNANDO , WANG, CHENGANG , SHRIDODKAR, VIKRANT
British Journal of Management, 2014
Palabras clave: Regionalizacion
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising
Medio de divulgación: Papel
ISSN: 10453172
Scopus **WEB OF SCIENCE**

The implementation of international advertising strategies: An exploratory study in Latin America (Completo, 2012)

FASTOSO, FERNANDO , Jeryl Whitelock
International Marketing Review, v.: 29 2 , p.:313 - 335, 2012
Palabras clave: International Marketing International Advertising Latin America Regionalisation
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising
Medio de divulgación: Papel
Lugar de publicación: Reino Unido
ISSN: 02651335
Scopus **WEB OF SCIENCE**

Why is so little marketing research on Latin America published in high quality journals and what can we do about it?: Lessons from a Delphi study of authors who have succeeded (Completo, 2011)

FASTOSO, FERNANDO , Jeryl Whitelock
International Marketing Review, v.: 28 4 , p.:435 - 449, 2011
Palabras clave: International Marketing Research
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising
Medio de divulgación: Papel

Lugar de publicación: Reino Unido
ISSN: 02651335

Scopus® WEB OF SCIENCE™

Regionalization vs Globalization in Advertising Research: Insights from Five Decades of Academic Study (Completo, 2010)

FASTOSO, FERNANDO

Journal of International Management, v.: 16 1 , p.:32 - 42, 2010

Palabras clave: International Advertising Regional advertising Advertising standardisation measurement

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

Medio de divulgación: Papel

ISSN: 10754253

www.elsevier.com/locate/intman

Scopus® WEB OF SCIENCE™

International advertising strategy: the standardization question in manager studies - patterns in four decades of past research and directions for future knowledge advancement (Completo, 2007)

FASTOSO, FERNANDO

International Marketing Review, v.: 24 5 , p.:591 - 605, 2007

Palabras clave: International Advertising Strategy

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad internacional

Medio de divulgación: Papel

Lugar de publicación: Reino Unido

ISSN: 02651335

[http://info.emeraldinsight.com/products/journals/journals.htm?](http://info.emeraldinsight.com/products/journals/journals.htm?PHPSESSID=9qe8r7nhb5qh9qubqcqvmuonn0&i)

[PHPSESSID=9qe8r7nhb5qh9qubqcqvmuonn0&i](http://info.emeraldinsight.com/products/journals/journals.htm?PHPSESSID=9qe8r7nhb5qh9qubqcqvmuonn0&i)

Scopus® WEB OF SCIENCE™

Understanding International Branding: Defining the Domain and Reviewing the Literature (Completo, 2007)

FASTOSO, FERNANDO

International Marketing Review, v.: 24 3 , p.:252 - 270, 2007

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Políticas de marca a nivel internacional

Medio de divulgación: Papel

Lugar de publicación: Reino Unido

ISSN: 02651335

[http://info.emeraldinsight.com/products/journals/journals.htm?](http://info.emeraldinsight.com/products/journals/journals.htm?PHPSESSID=9qe8r7nhb5qh9qubqcqvmuonn0&i)

[PHPSESSID=9qe8r7nhb5qh9qubqcqvmuonn0&i](http://info.emeraldinsight.com/products/journals/journals.htm?PHPSESSID=9qe8r7nhb5qh9qubqcqvmuonn0&i)

Scopus® WEB OF SCIENCE™

LIBROS

Handbook of Research in International Marketing (Participación , 2011)

Jeryl Whitelock , FASTOSO, FERNANDO

Edición: ,

Editorial: ,

Palabras clave: International Advertising Advertising Standardisation

Áreas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

Medio de divulgación: Papel

ISSN/ISBN: 9781849803021

Capítulos:

International advertising strategy: some thoughts on subjectivity and decision-making in the standardization decision

Organizadores: Subhash C. Jain and David A. Griffith

Página inicial 179, Página final 189

PUBLICACIÓN DE TRABAJOS PRESENTADOS EN EVENTOS

Do consumers in developing countries prefer global brands because they are global or because they are foreign? (2015)

Completo
FASTOSO, FERNANDO , 1

Evento: Internacional
Descripción: Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress
Ciudad: Bari
Año del evento: 2015
Publicación arbitrada
Palabras clave: Global branding Foreign branding
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising
Medio de divulgación: Internet

How an Individuals Self-Construals, Cosmopolitan and Local Orientation Affect the Impact of the Four Self-Congruity Types on Brand Attitude (2015)

Completo
FASTOSO, FERNANDO , Gonzalez, Héctor , Fukukawa, Kyoko

Evento: Internacional
Descripción: Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress
Ciudad: Bari
Año del evento: 2015
Publicación arbitrada
Palabras clave: Self-congruity Cosmopolitanism
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising
Medio de divulgación: Internet

How an Individuals Self-Construals, Cosmopolitan and Local Orientation Affect the Impact of the Four Self-Congruity Types on Brand Attitude (2014)

Completo
Gonzalez, Héctor , FASTOSO, FERNANDO , Fukukawa, Kyoko

Evento: Internacional
Descripción: Global Marketing Conference
Ciudad: Singapore
Año del evento: 2014
Publicación arbitrada
Palabras clave: Self-congruity Cosmopolitanism Self-construals
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

Unveiling unsophistication: the use of theory in international advertising research in the top three advertising journals 2002-2012. (2013)

Completo
FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional
Descripción: Academy of Marketing Science (AMS) Conference
Ciudad: Monterey, USA
Año del evento: 2013
Publicación arbitrada
Palabras clave: International Advertising theory
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

Is marketing research on Latin America publishable? Lessons on how to do it from those who have dared to conduct it, who have succeeded in publishing it, and who lived to tell the tale (2011)

Resumen expandido

FASTOSO, FERNANDO , Jeryl Whitelock

Evento: Internacional

Descripción: Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress

Ciudad: Reims, Francia

Año del evento: 2011

Publicación arbitrada

Palabras clave: Latin America International Marketing Research

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

Medio de divulgación: CD-Rom

How bonding are Latin Americas cultural and economic bonds? The case of international advertising standardization in the Mercosur (2010)

Completo

FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional

Descripción: Academy of Marketing Science Cultural Perspectives in Marketing Conference

Ciudad: Lille, Francia

Año del evento: 2010

Publicación arbitrada

Palabras clave: International marketing and advertising

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

Medio de divulgación: CD-Rom

Think regionally, act regionally? An empirical study of international advertising standardization in the Mercosur. (2009)

Resumen expandido

FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional

Descripción: American Marketing Association Summer Educators Conference

Ciudad: Chicago EEUU

Año del evento: 2009

Publicación arbitrada

Palabras clave: Globalizacion, Regionalismo en marketing

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad regional

Medio de divulgación: CD-Rom

<http://www.marketingpower.com/Community/ARC/Pages/Connections/Conferences/Summer2009/Co>

Global Brand Image Strategies in the Creative Industries - developing a scale for measurement from the consumer perspective (2008)

Completo

FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional

Descripción: Australian New Zealand Marketing Academy Conference

Ciudad: Sidney, Australia

Año del evento: 2008

Anales/Proceedings: Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference

Publicación arbitrada

Palabras clave: Políticas de marca a nivel internacional Globalizacion

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Políticas de marca en el area de las artes

Medio de divulgación: CD-Rom

<http://www.anzmac.org/Default.aspx?page=2071>

Regional Advertising Standardization: Substantive and methodological issues (2008)

Completo

FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional

Descripción: Australian and New Zealand Marketing Academy Conference

Ciudad: Sidney, Australia

Año del evento: 2008

Anales/Proceedings: Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference

Publicación arbitrada

Palabras clave: Regionalizacion Publicidad internacional

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad internacional

Medio de divulgación: CD-Rom

<http://www.anzmac.org/Default.aspx?page=2071>

International Branding in the Arts (2008)

Completo

FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional

Descripción: European Institute of Retailing and Services Studies Conference (EIRASS)

Ciudad: Zagreb, Croacia

Año del evento: 2008

Anales/Proceedings: Proceedings of the European Institute of Retailing and Services Studies Conference (EIRASS)

Publicación arbitrada

Palabras clave: Politicas de marca a nivel internacional Politicas de marca en el area de las artes

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Politicas de marca en el area de las artes

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Politicas de marca a nivel internacional

Medio de divulgación: CD-Rom

http://w3.bwk.tue.nl/nl/onderzoek/urban_planning/eirass/

Standardization with Respect to What? A Conceptualization of Advertising Standardization Measurement in Past Research (2008)

Resumen expandido

FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional

Descripción: American Marketing Association Winter Educators Conference

Ciudad: Austin Texas EEUU

Año del evento: 2008

Anales/Proceedings: Proceedings of the AMA Winter Educators conference

Publicación arbitrada

Palabras clave: Estandarizacion de publicidad internacional

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Estandarizacion de publicidad internacional

Medio de divulgación: CD-Rom

<http://www.marketingpower.com/Community/ARC/Pages/Connections/Conferences/default.aspx>

International Branding - Analysis and implications of three decades of past research. (2007)

Completo

FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional

Descripción: Consortium for International Marketing Research (CIMaR) Conferenc

Ciudad: Manchester, UK

Año del evento: 2007

Publicación arbitrada

Palabras clave: Branding internacional

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Politicas de marca internacional

Medio de divulgación: CD-Rom
<http://global.broad.msu.edu/cimar/>

International Advertising Strategy in the Mercosur: the Process of Standardization (2007)

Completo
FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional
Descripción: Latin American Strategic Management Conference
Ciudad: Santiago de Chile
Año del evento: 2007
Publicación arbitrada
Palabras clave: Mercosur Publicidad international
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad internacional
Medio de divulgación: CD-Rom
<http://lbslibrary.typepad.com/bizresearch/2008/05/strategic-manag.html>

The Standardization of Advertising in the Mercosur (2006)

Completo
FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional
Descripción: International Conference on Research in Advertising
Ciudad: Bath, UK
Año del evento: 2006
Publicación arbitrada
Palabras clave: Publicidad international
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad internacional
Medio de divulgación: CD-Rom
<http://www.europeanadvertisingacademy.org/conference/>

International Advertising Standardization: The Mercosur case - Preliminary findings (2005)

Completo
FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional
Descripción: Australian and New Zealand Marketing Academy Conference
Ciudad: Freemantle, Australia
Año del evento: 2005
Publicación arbitrada
Palabras clave: Publicidad international
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad internacional
Medio de divulgación: CD-Rom
<http://www.anzmac.org/>

Policies and Practices of International Advertising Standardization in the Mercosur (2005)

Completo
FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional
Descripción: Cross Cultural Research Conference
Ciudad: Dorado, Puerto Rico
Año del evento: 2005
Publicación arbitrada
Palabras clave: Publicidad international
Areas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad internacional
Medio de divulgación: CD-Rom
<http://marketing.byu.edu/htmlpages/ccrs/proceedings05/index.html>

International Advertising Standardization in the Mercosur. (2005)

Completo
FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional
Descripción: Academy of Marketing Conference
Ciudad: Dublin, Ireland
Año del evento: 2005
Publicación arbitrada
Palabras clave: Publicidad internacional
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad internacional
Medio de divulgación: CD-Rom
<http://www.academyofmarketing.info/>

Potentials for International Advertising Standardization in the Mercosur. (2005)

Completo
FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional
Descripción: European Academy of Management (EURAM) Conference
Ciudad: Munich, Alemania
Año del evento: 2005
Publicación arbitrada
Palabras clave: Publicidad internacional
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Publicidad internacional
Medio de divulgación: CD-Rom
<http://www.euram2005.de/>

A re-evaluation of global positioning frameworks: An integration of the Anglo-Saxon and German Literatures. (2003)

Completo
FASTOSO, FERNANDO

Evento: Internacional
Descripción: European International Business Association (EIBA) Conference
Año del evento: 2003
Publicación arbitrada
Palabras clave: Posicionamiento de marcas internacional
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Posicionamiento de marcas internacional
Medio de divulgación: CD-Rom
<http://www.eiba-online.org/r/default.asp?ild=JIEIK>

Evaluaciones

EVALUACIÓN DE PUBLICACIONES

COMITÉ EDITORIAL

International Journal of Advertising (2013 / 2015)

Tipo de publicación: Revista
Editorial: Taylor and Francis
Cantidad: Menos de 5

REVISIONES

International Marketing Review (2006 / 2012)

Tipo de publicación: Revista
Cantidad: De 5 a 20
Actuo como reviewer para publicacion mencionada arriba desde 2006.

Journal of International Marketing (2006 / 2015)

Tipo de publicación: Revista
Cantidad: Menos de 5
Actuo como reviewer para publicacion mencionada arriba desde 2006.

Journal of Marketing Communications (2006 / 2015)

Tipo de publicación: Revista
Cantidad: Menos de 5
Actuo como reviewer para publicacion mencionada arriba desde 2006.

EVALUACIÓN DE EVENTOS Y CONGRESOS

American Marketing Association Conference 2008 (2008)

Estados Unidos

Fui reviewer para esta conferencia.

AM (Academy of Marketing) Conference 2008 (2008)

Inglaterra

Fui reviewer para esta conferencia

CIMaR Conference 2007 (Consortium for International Marketing Research) (2007)

Inglaterra

Fui reviewer para esta conferencia

AM Conference (Academy of Marketing) 2007 (2007)

Inglaterra

Fui reviewer para esta conferencia

EVALUACIÓN DE PREMIOS

Premio a la mejor tesis de carrera y excelente nota final (1997 / 2001)

Alemania

Cantidad: Menos de 5
Fachhochschule Duesseldorf (University of Applied Sciences)
La Fundacion de la University of Applied Sciences, Dusseldorf, Germany, me premio por la mejor tesis de carrera y una excelente nota final. El premio estaba dotado de 1.000 Euros.

Formación de RRHH

TUTORÍAS CONCLUIDAS

POSGRADO

Corporate activity on Social Media Channels: Influence on Customer Buying Decisions (2013)

Tesis de maestria
Sector Extranjero/Internacional/Otros / University of Bradford , Inglaterra
Programa: MSc Management
Nombre del orientado: Cornelis Diederik (Koen) van Luxemburg

País/Idioma: Inglaterra, Inglés

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

To what extent does the brand name of the medicine affect patient choice of OTC brands? (2012)

Tesis de maestría

Sector Extranjero/Internacional/Otros / University of Bradford , Inglaterra

Programa: MSc Management

Nombre del orientado: Anastasia Siankouri

País/Idioma: Inglaterra, Inglés

Palabras Clave: Branding

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

Targeting strategy and strategic positioning of Microsoft Communication Server 14 in the fast growing US market (2011)

Tesis de maestría

Sector Extranjero/Internacional/Otros / University of Bradford , Inglaterra

Programa: MSc Management

Nombre del orientado: Hao Chen

País/Idioma: Inglaterra, Inglés

Palabras Clave: International Marketing

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

Targeting strategy and strategic positioning of Microsoft Communication Server 14 in the fast growing US market (2010)

Tesis de maestría

Sector Extranjero/Internacional/Otros / University of Bradford , Inglaterra

Programa: MBA

Nombre del orientado: Selcuk Timur Demirag

País/Idioma: Inglaterra, Inglés

Palabras Clave: International Marketing

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

Brand Management in Pakistan vs. the Western World (2009)

Tesis de maestría

Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford , Inglaterra

Programa: MBA

Nombre del orientado: Wajeeh Sumbal

Medio de divulgación: Papel

País/Idioma: Inglaterra, Inglés

Web: <http://www.brad.ac.uk/library/>

Palabras Clave: International Branding Developing world Pakistan

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing internacional

SMS advertising in India (2009)

Tesis de maestría

Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford , Inglaterra

Programa: MBA

Nombre del orientado: Vinod Singhani

Medio de divulgación: Papel

País/Idioma: Inglaterra, Inglés

Web: <http://www.brad.ac.uk/library/>

Palabras Clave: SMS advertising New media India

Areas de conocimiento:

Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing internacional

Sampling strategies for FANTA in the German market (2009)

Tesis de maestría
Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford , Inglaterra
Programa: MBA
Nombre del orientado: Matthias Blume
Medio de divulgación: Papel
País/Idioma: Inglaterra, Inglés
Web: <http://www.brad.ac.uk/library/>
Palabras Clave: Sampling strategies Germany
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing internacional

Should multi-national companies standardise their public relations in Asia? (2007)

Tesis de maestría
Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford , Inglaterra
Programa: MBA
Nombre del orientado: Chun-Huei Chang
Medio de divulgación: Papel
País/Idioma: Inglaterra, Inglés
Web: <http://www.brad.ac.uk/library/>
Palabras Clave: Public Relations Standardisation Asia
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing internacional

Entry mode selection: a case study of Tesco in the Indian retail market (2007)

Tesis de maestría
Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford , Inglaterra
Programa: MBA
Nombre del orientado: Calvin Chirairo
Medio de divulgación: Papel
País/Idioma: Inglaterra, Inglés
Web: <http://www.brad.ac.uk/library/>
Palabras Clave: Market Entry Strategies Retailing Tesco
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing internacional

Brand Positioning Strategies for Bewleys in the Chinese Market (2006)

Tesis de maestría
Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford , Inglaterra
Programa: Masters in Marketing Management
Nombre del orientado: Ming-Hua Gao
Medio de divulgación: Papel
País/Idioma: Inglaterra, Inglés
Web: <http://www.brad.ac.uk/library/>
Palabras Clave: Posicionamiento de marcas internacional Tea industry China
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Políticas de marca internacional

A recommended Market Entry Strategy for River Island into the Chinese fashion market (2006)

Tesis de maestría
Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford , Inglaterra
Programa: Masters in Marketing Management
Nombre del orientado: Qian Zhou
Medio de divulgación: Papel
País/Idioma: Inglaterra, Inglés
Web: <http://www.brad.ac.uk/library/>
Palabras Clave: Market Entry Strategies China Fashion Industry
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing internacional

TUTORÍAS EN MARCHA

POSGRADO

PhD (2014)

Tesis de doctorado
Sector Extranjero/Internacional/Otros / University of York, Inglaterra
Programa: PhD in Marketing
Tipo de orientación: Tutor único o principal
Nombre del orientado: Hector Gonzalez Jimenez
País/Idioma: Inglaterra, Inglés
Palabras Clave: Self-congruity
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / International marketing and advertising

International Brand Loyalty (2009)

Tesis de doctorado
Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford, Inglaterra
Programa: Doctor of Philosophy (Ph.D.)
Nombre del orientado: Jo-Ting Huang
Medio de divulgación: Papel
País/Idioma: Inglaterra, Inglés
Web: <http://www.brad.ac.uk/library/>
Palabras Clave: Brand loyalty Internationalisation
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Marketing internacional

Brand-Image and Beyond: Towards Describing Consumption Experiences (2008)

Tesis de doctorado
Sector Extranjero/Internacional/Enseñanza superior / University of Bradford, Inglaterra
Programa: Doctor of Philosophy (Ph.D.)
Nombre del orientado: Michael Woodward
Medio de divulgación: Papel
País/Idioma: Inglaterra, Inglés
Web: <http://www.brad.ac.uk/library/>
Palabras Clave: Brand image Consumption experiences
Áreas de conocimiento:
Ciencias Sociales / Economía y Negocios / Negocios y Administración / Políticas de marca internacional

Indicadores de producción

PRODUCCIÓN BIBLIOGRÁFICA	27
Artículos publicados en revistas científicas	7
Completo	7
Trabajos en eventos	19
Libros y Capítulos	1
Capítulos de libro publicado	1
EVALUACIONES	8
Evaluación de eventos	4
Evaluación de publicaciones	4
FORMACIÓN RRHH	14
Tutorías/Orientaciones/Supervisiones concluidas	11
Tesis de maestría	11
Tutorías/Orientaciones/Supervisiones en marcha	3
Tesis de doctorado	3