

UNIVERSIA BusinessReview

**¿Influye la imagen de responsabilidad social en la intención de compra?
El papel de la identificación del consumidor con la empresa**

Enrique Bigne-Alcañiz y Rafael Currás-Pérez

Nº 19
Tercer trimestre
2008
ISSN:1698-5117

Unificación de las TIC y procesos de integración en las fusiones y adquisiciones horizontales

Esteban García-Canal, Alex Rialp-Criado y Josep Rialp-Criado

Análisis del Ciclo de Vida de la Franquicia en los sectores de moda y restauración

Victoria Bordonaba-Juste, Laura Lucía-Palacios y Yolanda Polo-Redondo

El diseño contractual de la relación de franquicia

Roberto Sánchez-Gómez, Isabel Suárez-González y Luis Vázquez-Suárez

A la búsqueda del nivel óptimo de contratación temporal en la industria española

Vicente Roca-Puig, Inmaculada Beltrán-Martín, Ana Belén Escrig-Tena, Juan Carlos Bou-Llusar y Mercedes Segarra-Ciprés

Efectos positivos de la implicación del consumidor en el desarrollo de nuevos servicios

Pilar Carbonell-Foulquié, Ana I. Rodríguez-Escudero y Devashish Pujari

Automatización del almacén y surtido en la distribución de productos de uso duradero

Irene Gil, Alejandro Mollá y María Eugenia Ruiz

