



Almudena Eizaguirre Zarza

Formación académica

Dra. en Administración y Dirección de Empresas y Master en Gestión Avanzada (MEGA) por la Universidad de Deusto.

Biografía

Profesora Titular del Departamento de Marketing. Imparte las asignaturas de grado "Fundamentos de Marketing", "Marketing Operativo", "Marketing Avanzado" y "Marketing en sectores específicos", así como clases en distintos cursos *in-company*, programas de postgrado y programas de doctorado de distintas instituciones. Ha sido profesora visitante en la Audencia Nantes Ecole de Management y en la Czech University of Life Sciences de Praga.

En la actualidad es Vicedecana de Profesorado de la Facultad de Administración y Dirección de Empresas, habiendo desempeñado otros cargos de responsabilidad con anterioridad: vicedecanato, dirección del departamento de marketing, miembro de la junta de facultad... Es además Coordinadora del Plan de Desarrollo de Habilidades Directivas y Coaching de la Facultad desde sus inicios, así como miembro del equipo coordinador de Innovación Pedagógica y miembro del equipo de tutores.

Ha dirigido y codirigido ocho tesis doctorales y formado parte de varios tribunales de tesis. Participa de manera habitual en congresos y reuniones científicas relacionadas con sus áreas de interés, tanto en calidad de ponente, como de conferenciante y comunicante. Ha participado en distintos proyectos de investigación con financiación externa, pública y privada, y formado parte de diversos comités científicos y jurados profesionales.

Actualmente es miembro de los equipos de investigación de línea prioritaria para la UD "CREAM-Creative blended mentoring for cultural managers" financiado por la Comisión Europea e "ITINERE-Formación para un ocio experiencial valioso a lo largo de la vida: contribución de los itinerarios de ocio al envejecimiento satisfactorio" del Plan Nacional de I+D+I.

Áreas de interés

- ✓ Marketing aplicado a servicios turísticos y de ocio
- ✓ Estrategia y marketing en sectores específicos
- ✓ Desarrollo de personas, equipos y organizaciones
- ✓ Innovación pedagógica y docente

Publicaciones recientes

Libros:

- EIZAGUIRRE, A. y LONGO, A. (2012): *El arte circular. Cómo vivir los negocios, más allá de los éxitos y las dificultades*. Ed. Plataforma. ISBN: 978-84-15115-87-8.

Capítulos de libro:

- GARCÍA FEIJOO, M. y EIZAGUIRRE, A. (2012): "Virtualware", *Siete experiencias de participación: luces y sombras en el caminar*, págs. 85-102. Coordinado por Josune Baniandrés y Miguel Ángel Larrínaga. Bizkaiko Foru Aldundia. ISBN 978-84-96543-83-6.
- GARCÍA FEIJOO, M. y EIZAGUIRRE, A. (2011): "El aprendizaje en el nuevo marco de Bolonia", *Fundamentos de Marketing*, págs. 61-68. Coordinado por María García Feijoo y Almudena Eizaguirre. Segunda edición. Pearson Custom Publishing. ISBN 978-1-78016-076-4.
- GARCÍA FEIJOO, M. y EIZAGUIRRE, A. (2011): "La relación entre el marketing, la ética y la responsabilidad social de las empresas", *Marketing Operativo*, págs. 367-382. Coordinado por María García Feijoo y Almudena Eizaguirre. Pearson Custom Publishing. ISBN 978-0-85776-453-9.
- EIZAGUIRRE, A. y GARCÍA FEIJOO, M. (2010): "El marketing en las organizaciones sin ánimo de lucro", *Fundamentos de Marketing*, págs. 39-47. Coordinado por Almudena Eizaguirre y María García Feijoo. Pearson Custom Publishing. ISBN 978-1-84959-983-2.
- EIZAGUIRRE, A. y GARCÍA FEIJOO, M. (2010): "El modelo de creencias, conductas y emociones aplicado al marketing", *Fundamentos de Marketing*, págs. 49-70. Coordinado por Almudena Eizaguirre y María García Feijoo. Pearson Custom Publishing. ISBN 978-1-84959-983-2.
- EIZAGUIRRE, A., GARCÍA FEIJOO, M. y YÁBAR, J. (2009): "¿Es posible diferenciar productos y servicios turísticos añadiendo valores de ocio y entretenimiento?", *Innovación, creatividad y nuevos modelos de gestión en turismo*, Tirant lo Blanch, Valencia. ISBN 978-84-9876-211-2.
- EIZAGUIRRE, A., GARCÍA FEIJOO, M. y YÁBAR, J. (2008): "Online atmospherics: Classification and comparison between British and Spanish consumers", *Marketing and Management Sciences. Proceedings of the International Conference on ICMMS 2008*. Editores: D. P. Sakas y N. Konstantopoulos. Imperial College Press. ISBN-13 978-1-84816-509-0.
- EIZAGUIRRE, A., GARCÍA FEIJOO, M. y YÁBAR, J. (2007): "El ocio como

herramienta de diferenciación de la propuesta de valor de las empresas de productos y servicios", *El ocio en la investigación actual: una lectura desde ámbitos, disciplinas, grupos de población y contextos geográficos, Documentos de Estudios de Ocio*, nº 32, págs. 187-204. Coordinadora: María Jesús Monteagudo. Universidad de Deusto, Departamento de Publicaciones, Bilbao. ISBN: 978-84-9830-073-4.

Revistas científicas:

- BANIANDRÉS, J., EIZAGUIRRE, A. y GARCÍA FEIJOO, M. (2011): "El coaching como herramienta de apoyo en los procesos de aprendizaje", *Boletín de Estudios Económicos-Revista de Investigación Económica*, Vol. LXVI, nº 203. ISSN: 0006-6249.
- GARCÍA FEIJOO, M. y EIZAGUIRRE, A. (2010): "La gestión de las variables ambientales en el entorno de compra virtual", *Boletín de Estudios Económicos-Revista de Investigación Económica*, Vol. LXV, nº 199. ISSN: 0006-6249.

Reconocimientos y premios

V Premio Internacional de Seguros Julio Castelo Matrán a la tesis doctoral titulada "Análisis de las condiciones para el desarrollo comercial de un seguro colectivo privado de dependencia para personas mayores en España a la vista de las experiencias de EE. UU. y Francia" dirigida por la Dra. Almudena Eizaguirre y la Dra. María García Feijoo (dotación del premio: 35.000 euros).

Otras actividades

Miembro del Patronato de la Fundación Latino Grameen (www.funlag.org)