



Datos personales

Julia M. Núñez Tabales	
Categoría Profesional:	Profesora Contratada Doctora
Departamento:	Estadística, Econometría, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada
Área de Conocimiento:	Organización de empresas
Teléfono:	957212688
Correo electrónico:	es2nutaj@uco.es
Página web personal:	Haga clic aquí para escribir texto.

Líneas de investigación

1	Gestión de Marca País
2	Análisis de estrategias de marketing en sectores específicos
3	Valoración de diferentes modalidades de inmuebles mediante técnicas econométricas

Proyectos de investigación

Desarrollo sostenible endógeno a través del emprendimiento (2011)
El turismo comunitario como herramienta de cooperación internacional (2010)
Valoración de bienes inmuebles (2006)
Haga clic aquí para escribir texto.
Haga clic aquí para escribir texto.
Haga clic aquí para escribir texto.

Publicaciones

Sánchez Cañizares, S. M., Castillo Canalejo, A. M., & Núñez Tabales, J. (2015). Stakeholders' perceptions of tourism development in Cape Verde, Africa. <i>Current Issues in Tourism</i> , 1-15.
Núñez Tabales, J., Fuentes García, F., & Sánchez Cañizares, S. (2014). Actitudes del residente hacia el impacto del desarrollo turístico: estudio empírico. <i>Revista Venezolana de Gerencia</i> , 19(66), 209-227.
Kilduff, K., & Núñez-Tabales, J. M. (2014). Country Image Management: Brand Spain in the United States (US). <i>Regional and Sectoral Economic Studies</i> , 14(2), 5-16.
Núñez Tabales, J., Caridad y Ocerin, J. M., Ceular Villamandos, N., & Fuentes Jiménez, A. M.. (2009). Estimación del precio de la vivienda mediante redes neuronales artificiales (RNA) en diferentes marcos temporales. <i>Metodología de Encuestas</i> , 11(1), 79-101.
Albán Cabaco, B., Núñez Tabales, J. y Sánchez Cañizares, S. (2015). El sector cervecero artesanal



Universidad de Córdoba

FICHA-CURRICULUM



Facultad de Derecho y
CC. EE. y empresariales

español y sus posibilidades de internacionalización. *Regional and Sectoral Economic Studies* 15(2), 145-156.

Kilduff, K. y Núñez Tabales, J. (2017). Country Branding and its effect on the consumer in the global market. *Cuadernos de Gestión* 17(1), 83-104.