



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# **GUIA DOCENT DE LOGÍSTICA I OPERACIONS 2024-25**

## DADES GENERALS

<b>Nom:</b>	Logística i Operacions
<b>Codi:</b>	801932 (MKCD)
<b>Curs:</b>	2023-24
<b>Titulació:</b>	Grau en Màrqueting i Comunicació Digital
<b>Nº de crèdits (ECTS):</b>	6
<b>Ubicació en el pla d' estudis:</b>	4t Curs, 1r. quadrimestre
<b>Departament:</b>	Ciències Socials a l' Empresa
<b>Responsable departament:</b>	Dra. Cristina Cáliz
<b>Data de l' última revisió:</b>	Juliol 2023
<b>Professor Responsable:</b>	Dr. Joan-Francesc Fondevila-Gascón

## 1. DESCRIPCIÓ GENERAL

---

El curs Logística i Operacions pretén oferir una visió general i aplicada dels conceptes que permeten a l'empresa desenvolupar una solució de comerç electrònic, partint d'una estructura sòlida de xarxa de dades (tant per a seu única com per a diverses delegacions) i de l'elecció de la tipologia de comerç electrònic més adequada, amb enfocament a resoldre les qüestions logístiques que sorgeixen (logística convencional o logística inversa).

El curs s'estructura en els següents grans apartats: càlcul de dades necessàries per dur a terme una estratègia de logística i operacions (Supply Chain Management); rellevància de la digitalització per a la logística (empreses analògiques i digitals); tipologies d '*e-commerce*' i tipus de logística més adequats; plataformes d '*e-commerce*' i implicacions logístiques; càlculs d' emmagatzematge i rotació d' existències en logística; eines de comunicació i posicionament per a *e-commerce* i connotacions logístiques; mètriques logístiques d '*e-commerce*'.

## 2. OBJECTIUS

---

En finalitzar el curs l' estudiant serà capaç de:

- Identificar els elements clau d' una estratègia de logística i operacions;
- Comprendre el caràcter essencial de la banda ampla per a la logística i les operacions;
- Aplicar la topologia i la tipologia de xarxa de banda ampla a l' empresa en logística i operacions;
- Analitzar i aplicar la tipologia de solucions de logística d '*e-commerce*';
- Analitzar i aplicar les plataformes disponibles de logística i operacions;

- Calcular taxes de reposició d' emmagatzematge, existències de seguretat, punt de reaprovisionament, rotació d' existències;
- Aplicar les modalitats de comunicació digital i posicionament per a la logística i les operacions;
- Calcular les mètriques principals (CPC, CPL, CPA, CPM, CTR, IDC, CPP...) de logística i operacions;
- Comprendre la rellevància dels continguts per a l' èxit de logística i operacions;
- Entendre el mercat global de logística i operacions i les tendències internacionals;
- Comprendre els indicadors que afecten el mercat global de logística i operacions;
- Analitzar la manera com les empreses diferencien i posicionen l' *e-commerce* com a avantatge competitiu;
- Determinar les millors estratègies per competir en un mercat global de logística i operacions.

### 3. CONTINGUTS

---

En l'assignatura, els estudiants obtindran una visió global sobre la logística. Logística i operacions a la Societat de la Banda Ampla, ja que en les tendències logístiques més avançades el lideratge l'assumeixen empreses de comerç electrònic (digitalitzades completament) o empreses analògiques que combinen mètode tradicional i digital. Per això necessiten xarxes que garanteixin la logística, l'enviament d'ordres, o el control de l'ERP i SCM.

També s'analitzaran les funcions de monitoratge, commutació i regeneració per a logística i operacions a l'empresa, i el multiplexat, senyalització i integració per a logística i operacions a l'empresa.

S'exposaran els vincles entre els tipus d' *e-commerce* que pot desenvolupar una empresa i la logística que utilitzen, segons terminis de lliurament, tipus de material o plataformes utilitzades.

Així mateix, s'expliquen eines per comunicar i comercialitzar solucions de logística, tant d'empreses del sector com transversalment.

Finalment, s'exposaran les mètriques de monetització d' *e-commerce*, de permanència i les mètriques principals (CPC, CPL, CPA, CPM, CTR, IDC, CPP...) de logística i operacions.

## BLOC 1: Tecnologia logística

### TEMA 1: Banda ampla i logística

#### Resultats de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Interpretar la importància de la banda ampla en l'estratègia de logística i operacions de l'empresa.
- Conceptualitzar de manera correcta les necessitats de velocitat i emmagatzematge.

- Determinar els tipus de xarxa més necessaris per a la logística i les operacions de l'empresa.
- Calcular les conversions perquè els usuaris d'*e-commerce* el portin a la pràctica correctament.
- Conèixer les tendències de topologia de xarxa logística i d'operacions.

## Contingut

- 1.1 Logística i operacions a la Societat de la Banda Ampla.
- 1.2 Legislació sobre flux de dades per a logística i operacions a l'empresa.
- 1.3 Cànons de velocitat i emmagatzematge per a logística i operacions a l'empresa.
- 1.4 Conversions per calcular la velocitat i l'emmagatzematge per a logística i operacions a l'empresa.
- 1.5 Topologia de flux de dades per a logística i operacions a l'empresa.
- 1.6 Tipologia de xarxes per a logística i operacions a l'empresa.

## BLOC 2: Logística i *e-commerce*

### TEMA 2: Digitalització i logística

#### Resultats de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Interpretar la importància del model digital davant l'analògic.
- Conceptualitzar de manera correcta el monitoratge, la commutació i la regeneració per a logística i operacions.
- Descobrir la integració de continguts digitals en l'*e-commerce* de l'empresa.

#### Contingut

- 2.1 Model digital en contrast amb l'analògic.
- 2.2 Monitoratge, commutació i regeneració per a logística i operacions a l'empresa.
- 2.3 Multiplexat, senyalització i integració per a logística i operacions a l'empresa.

### TEMA 3: Tipologies d'*e-commerce*

#### Resultats de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Determinar els tipus d' *e-commerce* que pot desenvolupar una empresa.
- Diagnosticar de manera correcta quin tipus d' *e-commerce* pot desenvolupar una empresa.
- Descobrir els avantatges i inconvenients dels principals tipus d' *e-commerce* de l' empresa.
- Analitzar les principals plataformes d'*e-commerce*.

## Contingut

- 3.1 Tipus d' *e-commerce*.
- 3.2 Avantatges i inconvenients dels principals tipus d' *e-commerce* de l' empresa.
- 3.3 Principals plataformes d'*e-commerce*....

## BLOC 3: Posicionament i mètriques per a la logística

### TEMA 4: Posicionament en logística

#### Resultats de l' aprenentatge

L' estudiant després d' estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Conèixer les eines per divulgar l' *e-commerce*.
- Diagnosticar els avantatges de blog i mitjans socials per divulgar un *e-commerce*.
- Descobrir els avantatges del SEO, SEM i SMM per a l'*e-commerce* de l' empresa.
- Determinar els criteris de Google per millorar les possibilitats de monetització de les plataformes d' *e-commerce*.

## Contingut

- 4.1. Eines de comunicació per divulgar l'e-commerce.
- 4.2. Avantatges de blog i mitjans socials per divulgar un e-commerce.
- 4.3. Avantatges del SEO, SEM i SMM per a l'e-commerce de l'empresa.
- 4.4. Criteris de Google per millorar les possibilitats de monetització de les plataformes d' *e-commerce*.

### TEMA 5: Mètriques en *e-commerce*

#### Resultats de l' aprenentatge

L' estudiant després d' estudiar el tema i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- Conèixer les mètriques de monetització d'*e-commerce*.

- Conèixer les mètriques de permanència d'*e-commerce*.
- Calcular les mètriques principals (CPC, CPL, CPA, CPM, CTR, IDC, CPP...) de logística i operacions.

## Contingut

- 3.4 Mètriques de monetització d '*e-commerce*.
- 3.5 Mètriques de permanència d '*e-commerce*.
- 3.6 Mètriques principals (CPC, CPL, CPA, CPM, CTR, IDC, CPP...) de logística i operacions.

## 4. METODOLOGIA D' ENSENYAMENT I APRENTATGE

### Grup presencial:

Es basa en classes expositives participatives complementades amb la lectura per avançat dels diferents temes. Amb les pràctiques a classe i els treballs a casa es espera reafirmar els conceptes i procediments que s'han presentat a la classe. Les principals activitats que es realitzaran són:

-Al llarg de l' assignatura es realitzaran activitats com a resolució de problemes, participació en debats i resolució de casos.

-Classe pràctica de resolució, amb la participació dels estudiants, de casos pràctics i/o exercicis relacionats amb els continguts de la matèria.

### Grup semipresencial:

-Es basa en classes de repàs participatives per consolidar la lectura de material didàctic, textos i articles relacionats amb els continguts de la matèria prèviament publicats al campus virtual. Amb les pràctiques a classe i els treballs a casa s'espera reafirmar conceptes i procediments que s' han presentat a la classe.

-Classe pràctica de resolució, amb la participació dels estudiants, de casos pràctics i/o exercicis relacionats amb els continguts de la matèria

-Treball en grup/cooperatiu sense presència del professor.

La metodologia es basa en classes expositives i pràctiques (exercicis sobre cada ítem de l'assignatura.

- a) Metodologia de sessions expositives:

- Anàlisi/estudi de casos sobre cada apartat analitzat;
- Exposició d' exemples reals en l' àmbit de l' empresa;
- Aprenentatge basat en problemes (PBL);
- Classes i sessions participatives complementades amb lectura de textos i articles científics indexats, actualitzats com es podrà comprovar en la bibliografia (alguns, obra del professor, perquè els estudiants puguin comprovar que el docent investiga i està al dia);
- Debat (cada 3 classes, un breu debat sobre els objectes d'estudi analitzats).

b) Metodologia de sessions pràctiques:

- Pràctiques: propostes aplicades;
- Exercicis: exercicis pràctics a classe i a casa.

Amb les pràctiques a classe i els treballs a casa s'espera reafirmar els conceptes i procediments.

## 5. AVALUACIÓ

---

D' acord amb el Pla Bolonya, el model premia l' esforç constant i continuat de l' estudiantat. Un 40% de la nota s'obté de l'avaluació contínua de les activitats dirigides i el 60% percentatge restant, de l' examen final presencial. L' examen final té dues convocatòries.

La nota final de l'assignatura (NF) es calcularà a partir de la següent fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 60% + Nota Avaluació Continuada x 40%**
- Nota mínima de l' examen final per calcular la NF serà de 40 punts sobre 100.
- L' assignatura queda aprovada amb una NF igual o superior a 50 punts sobre 100.

### Grup presencial:

Tipus d' activitat	Descripció	% Avaluació	
<b>Lliuraments:</b>			<b>40%</b>
	CAS - BLOC 1 TEMA 1	13%	
	CAS - BLOC 2 TEMA 2	12%	
	EXAMEN   BLOC 1 I 2 - TEMA 1 I 2	50%	
	CAS - BLOC 2 TEMA 3	12%	
	CAS - BLOC 3 TEMA 4	6%	
	CAS - BLOC 3 TEMA 5	7%	



<b>Examen final</b>		<b>60%</b>
	Examen final	100%

### Grup semipresencial:

Tipus d' activitat	Descripció	% Avaluació	
<b>Lliuraments:</b>			<b>40%</b>
	CAS - BLOC 1 & 2: TEMA 1 I 2	25%	
	EXAMEN   BLOC 1 I 2 - TEMA 1 I 2	50%	
	CAS - BLOC 3 TEMA 5	25%	
<b>Examen final</b>			<b>60%</b>
	Examen final	100%	

## 6. BIBLIOGRAFIA

---

- BANGEMANN, Martin (1994). Europa y la sociedad global de la información. Recomendaciones al Consejo Europeo. Bruselas: Consejo Europeo.
- DELORS, Jacques (1993). Libro Blanco. Crecimiento, competitividad, empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.  
<http://evalua.catedu.es/documentos/aragon/NormativaVarios/LB1993CrecimientoCompetitividadYEmpleoI.pdf>
- FIDLER, Roger (1997). Mediamorphosis: Understanding New Media. Journalism and Communications for a New Century. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2009). "El papel decisivo de la banda ancha en el Espacio Iberoamericano del Conocimiento". *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad-CTS*, 2 (julio de 2009): 1-15. Portafolio CTS.  
[http://www.revistacts.net/index.php?option=com\\_content&view=article&id=240:el-papel-decisivo-de-la-banda-ancha-en-el-espacio-iberoamericano-del-conocimiento&catid=80:articulos&Itemid=23#JOSC\\_TOP](http://www.revistacts.net/index.php?option=com_content&view=article&id=240:el-papel-decisivo-de-la-banda-ancha-en-el-espacio-iberoamericano-del-conocimiento&catid=80:articulos&Itemid=23#JOSC_TOP)
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2010). "El *cloud journalism*: un nuevo concepto de producción para el periodismo del siglo XXI". *Observatorio (OBS\*) Journal*, 4(1) (2010), 19-35. <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/315/321>
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís; BRAVO NIETO, Vanesa (2012). "Presencia y reputación digital en social media: comparativa en el

sector de la moda/Digital presence and reputation in social media: comparative in the fashion industry". Fonseca, *Journal of Communication*, 5, 92-116.

[http://fjc.usal.es/images/stories/fonseca/documents/articles/presencia\\_y\\_reputacin\\_digital\\_en\\_social\\_media.pdf](http://fjc.usal.es/images/stories/fonseca/documents/articles/presencia_y_reputacin_digital_en_social_media.pdf)

- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2014). "El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad". *ZER, Revista de Estudios de Comunicación (Journal of Communication Studies)*, 19(36), 55-76.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; LÓPEZ GARCÍA-NAVAS, Raúl (2015). "New Digital Production Models: The Consolidation of the Copyleft". En Dànielle Nicole DEVOSS y Martine COURANT RIFE, *Cultures of Copyright* (pp. 64-74). New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; SANTANA LÓPEZ, Eva; ROM RODRÍGUEZ, Josep; MATA, Judit; MASIP, Pere (2015). "El crowdfunding como fórmula de financiación de proyectos: análisis empírico". *Revista Científica Hermes-FIPEN*, 14: 24-47.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; MIR BERNAL, Pedro; ROM RODRÍGUEZ, Josep; SANTANA LÓPEZ, Eva (2017). "New Digital Metrics in Marketing: A Comparative Study on Social Media Use". En Francisco Campos Freire, José Rúas Araújo, Valentín A. Martínez Fernández, Xosé López García (Eds.): *Media and Metamedia Management, Colección Advances in Intelligent Systems and Computing* (pp. 343-350), Berlin: Springer.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2017). "Métricas y algoritmos sobre el impacto de los medios de comunicación en medios sociales: estado de la cuestión". *ICONO14*, 15(01), 21-41 | doi: 10.7195/ri14.v24i2.948.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; MIR BERNAL, Pedro; CORTIÑAS ROVIRA, Sergi; MARQUÉS, Joaquín; PUIGGRÒS ROMÁN, Elena; BERBEL GIMÉNEZ, Gaspar; SANTANA LÓPEZ, Eva; ROM RODRÍGUEZ, Josep; MUÑOZ GONZÁLEZ, Mònica (2017). "Redes sociales y promoción de atractivos turísticos urbanos: el caso del skateboarding". En HERRERO, Javier, y MATEOS, Concha, *Del verbo al bit* (pp. 1795-1815). La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social. DOI: 10.4185/cac116edicion2.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; MIR BERNAL, Pedro; ROM RODRÍGUEZ, Josep; MUÑOZ GONZÁLEZ, Mònica (2017). "Social media use of fast food companies". CISTI Workshops 2017 (Gestión de Empresa, Comunicación y Redes Sociales Digitales). Lisboa: 21-24 de junio de 2017.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; BOTEY LÓPEZ, Jordi; ROM RODRÍGUEZ, Josep; VILA, Fátima (2018). "Monetización en publicidad digital: interactividad para HbbTV".

Hipertext.net: Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva, 16, 22-31

- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; MARQUÉS-PASCUAL, Joaquín; MUÑOZ GONZÁLEZ, Mónica; POLO LÓPEZ, Marc (2019). "The impact of robotics on the tourism sector: the case of Barcelona". *Harvard Deusto Business Research*, 8(1), 49-61. doi:10.3926/hdbr.225.
- FONDEVILA-GASCÓN, Joan-Francesc; GUTIÉRREZ-ARAGÓN, Óscar; COPEIRO, Meritxell; VILLALBA-PALACÍN, Vicente; POLO-LÓPEZ, Marc (2020). "Influence of Instagram stories in attention and emotion depending on gender". *Media Education Research Journal*, 63(2), 41-50.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; ROM RODRÍGUEZ, Josep; POLO LÓPEZ, Marc; CRESPO, Javier L. (2020). "Marketing and Advertising: Trends of the Sector". En Francisco J. Martínez-López y Steven D'Alessandro (Eds.): *Advances in Digital Marketing and eCommerce*, Colección Springer Proceedings in Business and Economics-First International Conference (pp. 1-8), Cham (Switzerland): Springer.
- FONDEVILA-GASCÓN, Joan-Francesc; POLO-LÓPEZ, Marc; VIDAL-PORTÉS, Eduard (2023). A real case of digital twins applied to communication and technology. En Manuel José López Ruiz, Hanane Benali Taouis e Isabel Rodrigo Martín (Coordinadores). *Lenguajes comunicativos y comunicación de los lenguajes*. Colección 'Ediciones Universitarias' de la editorial TECNOS, Grupo Anaya (143-156).
- GILDER, George (2002). *Telecosm: The World After Bandwidth Abundance*. New York: Touchstone.
- KONG. X et altri (2020). Cyber physical ecommerce logistics system: An implementation case in Hong Kong. *Computers & Industrial Engineering*, 139. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.106170>.
- ONTSI (2016). *Estudio sobre comercio electrónico B2C*. Madrid: ONTSI. <http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/Informe%20B2C%202015%20%28Edici%C3%B3n%202016%29.pdf>
- RETAIL (2016). *Estudio evolución y perspectivas e-commerce para 2016*. Madrid: Retail. [http://www.acotex.org/wp-content/uploads/2016\\_evolucion\\_y\\_perspectivas\\_de\\_ecommerce\\_para\\_2016.pdf](http://www.acotex.org/wp-content/uploads/2016_evolucion_y_perspectivas_de_ecommerce_para_2016.pdf)
- Referencias Webs:  
<http://www.telecomunicacionesyperiodismo.com/>  
<https://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes>

---

- ANDERSON, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. Hyperion, New York.
- CHRISTOPHER, Martin (2015). *Logistics and Supply chain Management*. Cranfield: Cranfield University.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc (2012). "Connected Television: Advantages and Disadvantages of the HbbTV Standard". *Cuadernos de Información*, 32, 11-20.  
[http://www.erevistas.csic.es/ficha\\_articulo.php?url=oai:cuadernos.uc.cl:article/452&oai\\_iden=oai\\_revista597](http://www.erevistas.csic.es/ficha_articulo.php?url=oai:cuadernos.uc.cl:article/452&oai_iden=oai_revista597)
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; HERRANDO SORIA, Carolina; BERIAIN BAÑARES, Ana; DEL OLMO ARRIAGA, Josep Lluís (2013). "Social media y comercio electrónico. Pinterest como nueva herramienta comunicacional". *DOXA COMUNICACIÓN Revista Interdisciplinar de comunicación y ciencias sociales*, 16: 151-172.  
<http://www.doxacomunicacion.es/pdf/pginasdesdedoxa167.pdf>
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; BERIAIN, Ana (2013). "Social Media Interactivity: A Case Study". *The International Journal of Interdisciplinary Studies in Communication*, 7(1), 45-61.  
<http://ijicost.cgpublisher.com/product/pub.271/prod.8>
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; PERELLÓ SOBREPÈRE, Marc; MARQUÉS PASCUAL, Joaquim (2014). "L'aposta digital dels representants del poble de Catalunya: el Govern de la Generalitat i la participació ciutadana". A Generalitat de Catalunya y ACCIEP (Associació Catalana de Comunicació, Investigació i Estratègia Polítiques), *La comunicació i la regeneració democràtica i política* (pp. 175-217). Barcelona: Col·lecció Lexicon Papers, 9.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; BERBEL, Gaspar; MUÑOZ, Mònica; MIR BERNAL, Pedro; PUIGGRÒS, Elena (2015). Using smartphones reservations for hotels in Barcelona for a business segment: Empirical analysis. *Global Journal of Computer Sciences*, 5(2), 60-67.  
<http://dx.doi.org/10.18844/gjcs.v5i2>
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; PUIGGRÒS, Elena; MUÑOZ, Mònica; MIR BERNAL, Pedro; BERBEL, Gaspar; GUTIÉRREZ, Óscar; FELIU, Lluís; SANTANA LÓPEZ, Eva; ROM RODRÍGUEZ, Josep (2016). "Use of social networks for hotel reservations in young people: empirical analysis". *International Journal of Scientific Management and Tourism (IJOSMT)*, 2(1), 55-61.  
<http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/71/81>
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; BERBEL, Gaspar; MUÑOZ GONZÁLEZ, Mónica; MIR BERNAL, Pedro; PUIGGRÒS ROMÁN, Elena; SIERRA SÁNCHEZ, Javier; TENA LEÓN, Marta; SANTANA LÓPEZ, Eva; ROM RODRÍGUEZ, Josep; ORDEIX RIGO, Enric

- (2016). "Business tourist segment: empirical analysis in Spain about the influence of social media and smartphone in reservations for hotels". *Advances in Economics and Business*, 4(5): 261-267.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc; ROM RODRÍGUEZ, Josep; POLO LÓPEZ, Marc; CRESPO, Javier L. (2020). "Marketing and Advertising: Trends of the Sector". En Francisco J. Martínez-López y Steven D'Alessandro (Eds.): *Advances in Digital Marketing and eCommerce*, Colección Springer Proceedings in Business and Economics-First International Conference, 2020, (pp. 1-8), Cham (Switzerland): Springer.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-47595-6>
  - FONDEVILA-GASCÓN, Joan-Francesc; VILA, Fátima; ROM-RODRÍGUEZ, Josep; PERELLÓ-SOBREPERE, Marc (2020). Interactividad en la prensa online. Una comparativa en diarios regionales y de referencia en Cataluña. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1421-1431. <https://doi.org/10.5209/esmp.67033>
  - FONDEVILA-GASCÓN, Joan-Francesc; POLO-LÓPEZ, Marc; GUTIÉRREZ-ARAGÓN, Óscar; ROM-RODRÍGUEZ, Josep (2020). Movilidad e interactividad en el ámbito universitario: oportunidades para las apps. *Revista Comunicación*, 1(18), 39-65.  
<http://dx.doi.org/10.12795/Comunicacion.2020.i18.03>
  - FONDEVILA-GASCÓN, Joan-Francesc; VIDAL-PORTÉS, Edu; MUÑOZ-SÁNCHEZ, Omar; POLO-LÓPEZ, Marc (2021). Interactive Advertising on HbbTV: An Experimental Analysis of Emotions. *Sustainability*, 13, 7794.  
<https://doi.org/10.3390/su13147794>
  - FONDEVILA-GASCÓN, Joan-Francesc; BERBEL-GIMÉNEZ, Gaspar; VIDAL-PORTÉS, Eduard; HURTADO-GALARZA, Katherine (2022). Ultra-Processed Foods in University Students: Implementing Nutri-Score to Make Healthy Choices. *Healthcare*, 10(6), 984.  
<https://doi.org/10.3390/healthcare10060984>  
<http://www.hrpub.org/download/20160530/AEB6-11806656.pdf>
  - WANG, Gang et altri (2016). Big data analytics in logistics and supply chain management: Certain investigations for research and Applications. *International Journal of Production Economics*, 176, 98-110.