

- Hyder, A. & Bigné, (2016). Website Engagement, In Brodie, R.; Hollebeek, L.D. & Conduit, J. *Customer Engagement: Contemporary issues and challenges*. Routledge, New York.
- Bigné, E. & Díaz-Martin, A. (2016) Realidad Virtual, realidad aumentada y realidad mixta en turismo. In *La Actividad Turística en España en 2015*, AECIT, Ed. Centro Universitario Ramón Areces, Madrid. 415-418
- Bigné, E. (2016). El marketing urbano. In Boira, J.V. *Turismo y Ciudad. Reflexiones en torno a València*. Universitat de Valencia, Valencia, 73-82.
- Bigné, E.; Llinares, M.C; Guixeres, J.; Torrecilla, C. and Alcañiz, M. (2015). Integración de la realidad virtual y la neurociencia en la compra en el punto de venta. In *La piel del cliente: escuchar, atraer, retener*. In Juan A. Trespalacios Gutiérrez; Rodolfo Vázquez Casielles; Eduardo Estrada Alonso; Celina González Mieres (Coordinadores). Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial. Pgs. 211-228. ISSN 978-84-8367-503-8.
- Bigné, E. (2015). Neuro turismo: transpórtate a la nueva investigación en turismo. In Olivares D. *Turismo y Movilidad. Interrelaciones y Nuevas Oportunidades*. Tirant Lo Blanch, Valencia.
- Bigné, E. and Belloch, A. (2015), La distribución municipal del comercio minorista. In *Atlas de los Recursos Territoriales Valencianos*, Eds Hermsilla, J. and Iranzo-García, E. Universitat de València, Valencia, 120-127.