

CV Mercedes Rozano Suplet



Mercedes Rozano Suplet es Licenciada en CC. de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Master en Comunicación Corporativa y Publicitaria por la Universidad Complutense de Madrid y doctora en CC. Económicas por la Universidad Autónoma de Madrid.

Desde 1989 hasta 1996 desarrolló su carrera profesional como directora de marketing y comercial en diferentes empresas. A partir de esa fecha inicia la carrera docente en distintas universidades y centros de enseñanza: Universidad Europea de Madrid, Universidad de Castilla la Mancha, Universidad Carlos III y Cámara de Comercio e Industria de Madrid, entre otros. Desde el año 2004 ejerce como profesora (primero asociada y posteriormente ayudante) de Comercialización e Investigación de Mercados en el Departamento de Financiación e Investigación Comercial de la Universidad Autónoma de Madrid. Las asignaturas impartidas son: Economía de la Empresa: Comercialización y Dirección Comercial I (Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas); Innovación y Desarrollo de Nuevos Productos (Licenciatura de Investigación y Técnicas de Mercado); Introducción al Marketing, Innovación y Otras formas de Comunicación (Master de Marketing UAM); Investigación de Mercados y Márketing Internacional (Programa Citius: Comercio Exterior); Lanzamiento de un nuevo producto (Master en Dirección de Empresas MBA Universidad Politécnica).

Entre sus publicaciones destacan capítulos de libros y diversos artículos sobre marca de distribuidor, marketing deportivo, marketing social, e-bussiness, comportamiento del consumidor, medicamentos genéricos. También ha presentado numerosas ponencias en diversos foros académicos, entre los que se encuentran AEDEM, EMAC, AEMARK, IAPNM. Ha sido coordinadora del Master en Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid.

Entre las principales líneas de investigación se destacan: Marca de distribuidor, Mercado de medicamentos genéricos, Responsabilidad social, Inmigración y consumo, comportamiento del consumidor. Siendo los proyectos de investigación en los que participa actualmente: El marketing de relaciones: del capital de marca al valor del cliente, Estudio sobre los inmigrantes en Madrid, Satisfacción del usuario de instalaciones deportivas del Ayuntamiento de Madrid.

• Publicaciones:

Artículos:

Autores/ Título	Revista	año	páginas
• Gómez, M.; Rozano, M. "Las marcas de distribuidor: análisis del espacio en el lineal por categorías y enseñas".	<i>Cuadernos de Gestión</i> , Vol 9, nº 1.	2009	81-88.
• Rozano, M., Gómez, M. y Díaz, A. "Customer perceptions of perceived risk in generic drugs: the Spanish market"	<i>Innovar</i> , Vol. 19, 34	2009	53-64
• Rozano, M. Intention to purchase generics drugs in a young market.	<i>UAM Marketing Research Paper Series</i> . Vol. 4	2009	42-62
• Gómez, M.; Rozano, M. (2008). "La influencia del aroma en la percepción del establecimiento comercial".	<i>Revista Portuguesa de Marketing</i> , nº 23	2008	59-68
• Fernández, A.; Rebollo, A.; Rozano, M. "Factores de competitividad de los centros comerciales".	<i>Distribución y Consumo</i> , nº 95 (sep.-oct.)	2007	5-14
• Luna, R.; Rozano, M. "La dirección estratégica en centros deportivos".	<i>Portal Deportivo</i> , nº 1, (julio-agosto)	2007	2-35.

Autores/ Título	Revista	año	páginas
• Méndez, J.L.; Oubiña, J.; Rozano, M. "Opciones estratégicas de las Marcas de Distribuidor en Europa: especial consideración al caso de Suiza, Alemania y Reino Unido".	<i>Alta Dirección</i> , nº 229	2003	52-62
• Méndez, J.L.; Oubiña, J.; Rozano, M. "Influencia de las Marcas de distribuidor en las relaciones fabricante-distribuidor".	<i>Distribución y Consumo</i> , nº 53.(nov-dic)	2000	55-74

Capítulos de libro

Autores/ Título	Publicación	Año
• Rozano, M. (2008). "Marketing social corporativo", en J.M. Cubillo y J. Cerviño (coord.).	Marketing sectorial, Madrid: ESIC.	2008
• Esteban, A.; Reinares, P; Rozano, M. (1998). "Theory and practice about risk in the incorrect Management associations between store image and private label products in Spanish supermarkets". C. Zopounidis y P.M. Pardalos (Eds.)	Managing in uncertainty: Theory and Practice, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.	1998

Congresos:

Autores/ Título	Congreso	Año
• Gómez, M.; Rozano, M.; Rubio, N. "Lealtad y actitud hacia las marcas de distribuidor: un modelo de ecuaciones simultáneas".	AEMARK XXI Congreso Nacional de Marketing, Bilbao (España)	2009
• Rozano, M. Riesgo percibido en medicamentos genéricos: Comportamiento del consumidor en el mercado español.	AEMARK XXI Congreso Nacional de Marketing, Bilbao (España)	2009
• Rubio, N.; Gómez, M.; Rozano, M. "Store Brand Attitude and Loyalty: A Simultaneous Relationship".	Conference EMAC, Nantes (France)	2009
• Rozano, M., Gómez, M. y Gómez, A. "Interrelaciones entre las dimensiones de riesgo percibido: aplicación al mercado español de medicamentos genéricos"	XIX Jornadas Hispano Lusos de Gestión Científica, Jaén (España)	2009
• Rozano, M., Gómez, M. y Díaz, A. "Customer perceptions of perceived risk in generic drugs: the spanish market"	VIII International Congress IAPNM, Valencia (España)	2009
• Gómez, M.; Rozano, M. "La influencia del aroma en la percepción del establecimiento comercial".	AEMARK XX Congreso Nacional de Marketing, Gran Canaria (España)	2008
• Bleckmann, D., Gómez, M. y Rozano, M. "Internet como instrumento de marketing para PYMES"	I Encuentro Iberoamericano de finanzas y sistemas de información, Jerez de la Frontera (España)	2000
• Bleckmann, D., Gómez, M. y Rozano, M. "Proceso integral de planificación estratégica de Internet para la PYME"	I Encuentro Iberoamericano de finanzas y sistemas de información, Jerez de la Frontera (España)	2000
• Carcelén, S.; Rozano, M. "La evolución de las marcas de distribuidor en Europa como elemento de fidelización. Especial consideración al caso de Suiza, Alemania y Gran Bretaña".	AEDEM VIII International Conference, São Leopoldo (Brasil)	1999

• Participación en Proyectos de Investigación:

Título del Proyecto	Entidad Financiadora	Duración	Investigador principal
• "El Marketing de relaciones de relaciones del capital de marca al valor del cliente" (ECO2008-00488).	MINISTERIO DE EDUCACIÓN	2009 a 2011	María Jesús Yagüe Guillén

Título del Proyecto	Entidad Financiadora	Duración	Investigador principal
• Satisfacción del usuario de instalaciones deportivas del Ayuntamiento de Madrid	Ayuntamiento de Madrid y Excelenium	15-09-2009 a 15-12-2009	Mónica Gómez
• "Estudio de los Inmigrantes en Madrid"	EMA 4 PROYECTOS S.L.	1-05-2008 a 15-02-2008	Angel Fernández y Mónica Gómez
• Rozano, M. Intention to purchase generics drugs in a young market.	UAM Marketing Research Paper Series. Vol. 4	2009	42-62

• OTROS CURSOS Y SEMINARIOS IMPARTIDOS

Curso/Institución	Módulo/Asignatura	Año
• MBA Executive en Dirección General. Universidad Antonio de Nebrija.	Cómo construir la reputación a través de la marca.	2006
• Master de Gestión Aeronáutica. IADE UAM.	Comunicación	2003
• Marketing .IADE UAM.	Comportamiento del consumidor.	2003
• (MBA) Organización y Gestión empresarial. Fundación IDEOR y Cámara de Comercio de Córdoba.	Plan de Marketing	2003
• Técnico Administrativo Contable. IMEFE.	Comunicación Interna, Técnicas de archivo y Sistemas Organizativos	2003
• Técnico auxiliar en logística de empresas. IMEFE.	Distribución comercial, Planificación de la distribución comercial y Función logística	2003
• Técnico Comercial de servicios financieros. IMEFE.	Curso completo	2002
• Seminario: Creación de Empresas. Francisco de Vitoria.	Dirección Estratégica	2001-2002
• Gestión y Administración del Deporte	El Deporte como Marketing de Servicios.	2001
• Postgrado de Estudios avanzados de Edición. Oxford Brooks University.	Marketing Editorial	2001-2002
• Postgrado Marketing. UAM	Planificación estratégica y comunicación	1999