

CURRICULUM VITAE
DOCENCIA EXTERNA y AYUDAS A MOVILIDAD
CURSO 2018-2019

PROFESIONALES Y DOCENCIA EXTERNA

Alfonso Calatrava Fernández

Alfonso Calatrava es Marketing Science Regional Lead para Facebook en España y Portugal. Es responsable de proyectos de medición de eficacia publicitaria con un fuerte foco en el trabajo conjunto con el sector para mejorar los estándares de medición para medios digitales. Con más de 12 años de experiencia en investigación y análisis, Alfonso ha trabajado anteriormente en compañías tecnológicas líderes como Google y Twitter.

Ana M. González Fernández

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales y profesora Titular de Marketing en la Universidad de León. Directora del Grupo de Investigación MKTING RESEARCH. Como investigadora, sus principales áreas de interés en investigación se centran en el comportamiento del consumidor, segmentación de mercados, e-commerce y turismo. Participa o ha participado en Masters de diversas universidades como en la U. de León, U.de Cantabria, U. Complutense con la Fundación Ortega y Gasset o la U. de Vigo.

Ana Isabel Jiménez Zarco

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales y Postgrado en Construcción de Modelos en Ecología y Gestión de Recursos Naturales de la UPC. Profesora Titular del Área de Innovación y Marketing en la Universitat Oberta de Catalunya, y profesora Asociada en Marketing en ICADE-UP. Comillas. Investigadora Senior del I2TIC-IN3. Como investigadora, sus principales áreas de interés investigación se centran en emprendimiento, procesos de co-creación de valor, innovación empresarial y social, imagen e identidad de marca, y análisis de los procesos de adopción y difusión de la Tecnología.

Ángeles Carsí Lluc

Licenciada en Derecho y Empresariales (ICADE E-3) con más de 28 años de experiencia profesional en el área de marketing, ventas, estrategia de multinacionales de gran consumo (Procter&Gamble, Kodak, Diageo) o de retail (Aldeasa, Blockbuster). Investigadora en el área de Estrategia de la Universidad Complutense de Madrid. En la actualidad directora general de websa100, una agencia de marketing digital y de Triunfa con LinkedIn, una consultora especializada en el uso de LinkedIn como herramienta para conseguir empleo, clientes o visibilidad profesional. Su gran pasión es la formación en las áreas de marca personal, empleabilidad, talento, desarrollo profesional, competencias comerciales. Ha formado a más de 1.000 profesionales en el uso de LinkedIn e impartido formación en muchas empresas.

Carlos Moreno-Figueroa Sendino

Especialista en marketing digital, es Máster in Strategic Management por la Universitat Politècnica de Catalunya, Master en Marketing Management por CECO y Graduado en Marketing y Publicidad por CENP. En la actualidad es Director General de la empresa UPTOYOU Advertising. Su dilatada experiencia profesional se ha desarrollado desde los años 90 como Director de Marketing en empresas como Thomson, Electrolux, LG Electronics, Prometheus Electronic; Director General en Valmor Sports, Sappiencia Solutions, Circuit & Team Advisors, entre otras. Colabora en calidad de ponente o profesor en diversas entidades educativas y universitarias como ICEX-CECO, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, ESIC, Universidad Europea de Madrid, Escuela Universitaria del Real Madrid, Esade, Instituto de Empresa, CEU, E&S, Universidad de Alcalá de Henares, Universidad Politécnica de Cataluña, Universidad de Vigo, AEDEMO, Universidad Científica del Sur (Lima-Perú) y la Universidad Tecnológica del Perú (Arequipa-Perú).

David Torrejón Lechón

Es Director General de la FEDE (Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación), una de las asociaciones más implantadas del sector publicitario en toda España. Escritor, periodista y publicitario, ha trabajado en prácticamente todas las partes esenciales del sector publicitario: los anunciantes, las agencias y los medios de comunicación. A lo largo de su carrera profesional ha sido Director General de la Asociación Española de Anunciantes, director general de la agencia de publicidad Dimensión Madrid, editor de Anuncios y Marketing News, y fundador y director de la primera revista sobre marketing interactivo de España. Es también directivo de la Academia de la Publicidad, y ha publicado varias novelas.

Eugenia Calle Castro

Graduada en ADE por la Universidad Autónoma de Madrid. Empecé mi trayectoria profesional en Auditoría, donde hice las prácticas de Cooperación Educativa. Posteriormente, cambié a Marketing, departamento en el que he trabajado hasta marzo en empresas referentes del sector Cosmético. Actualmente trabajo en Ventas en una empresa dedicada al E- Commerce.

Fernando Rubio Ahumada

Community Manager especializado en comunicación estratégica en Redes Sociales, Marketing de Contenidos y Analítica Web. Soy el Jefe de estudios y profesor de Analítica Web y Social Media en [Aula CM](#), Escuela de Marketing Online, con sede en Madrid. Responsable de la comunicación en Redes Sociales de varias empresas de Marketing en España.

Francisco Gil Carmona

Licenciado en Filosofía y Letras. Doctor en Educación. Diplomado superior especialista en didáctica de las Ciencias Sociales. Máster en Investigación en didáctica de las Ciencias Sociales. Posgrado en Gestión de Museos. Ha sido profesor de bachillerato y formación profesional y ha dirigido varios centros educativos. En la actualidad, es Director del Museo del Chocolate de Barcelona y profesor asociado de la Universitat Autònoma de Barcelona, Esade Business School, Universitat Oberta de Catalunya y el Council on International Educational Exchange de Barcelona. Ha dirigido planes estratégicos de márketing para el FC Barcelona, Roca, Haribo, Melià Hoteles, Fundació Punt Cat, Mercado Central de Sabadell, entre otros.

Gerónimo Laseca

Profesional y apasionado de la Investigación de mercados en particular y del Marketing en general. Aprendiendo en las mejores multinacionales de Investigación de Mercados en una primera etapa y teniendo la suerte de aportar lo aprendido en empresas líderes de los grandes sectores empresariales (Farmacéutico, Energético y Gran Consumo), durante estos más de quince años de carrera profesional. “Siempre en continua formación y evaluación de mis habilidades profesionales”

Javier de la Chica

Experto en Marketing deportivo con 8 años como Responsable de Marca, Patrocinio, Licencias y desarrollo Corporativo de laLiga y 4 años como Director de Área de Negocio y Marketing de ACB, con 12 años de experiencia adicional en Grupo de Agencias de publicidad Delvico, y experiencia en Finanzas, auditoría, fiscalidad y Gestión empresarial. (iniciada en KPMG). Ha colaborado con entidades patrocinadoras o entidades televisivas de contenidos como BBVA, Telefónica, Movistar+, RTVE, Forta, Endesa, Caixabank, Huawei, Loterías y Apuestas, El Corte Inglés, Mahou, Nike, Kia, Toyota, Burger King, FAO, UNICEF... enfocado a la creación de nuevos contenidos para el desarrollo de las entidades en las que ha trabajado, siendo sus logros destacados la creación de ACBNext, programa escolar de valores del baloncesto, Campus LFP, Festival Internacional de Publicidad y fútbol LFP, ACB Academy, promociones como La Jornada de Tu Vida de BBVA, Los cromos de laLiga... Actualmente dando servicio en agencia propia.

Javier Gosende Grela

Consultor y Formador en Marketing Online especializado en SEO y SEM. 13 años de experiencia en la gestión de campañas de marketing online para diferentes empresas de España y Latinoamérica. Es profesor y ponente habitual en distintas instituciones formativas tales como Fundesem Business School, Coco School, El centro de emprendedores de Alicante, AulaCM,

Escuela Europea de Murcia, entre otras. Autor de varios libros de Marketing Online publicados con la editorial Anaya Multimedia.

Jorge García

Ayuda a empresas de base técnica y tecnológica a acelerar sus ventas. Colaborador de Investigación de la Cátedra de Excelencia Comercial de la U.A.M. Coach de Programa IPYME de la Unión Europea. Apasionado de las ventas convencido de que el método es la fórmula para vender de manera recurrente ganando dinero. Acelera las ventas complejas y alto valor añadido: consultoría, I+D, TI, materiales, tecnología, etc... Economista y MBA del IESE, adquirió rigor metodológico en Procter & Gamble para posteriormente liderar el desarrollo de negocio de ITENE Centro Tecnológico de referencia en I+D en packaging.

José Andrés Gabardo Vallejo

Licenciado en Matemáticas por la Universidad de Murcia. En 1988 empezó a trabajar en el mundo de la medición de audiencias dentro de la empresa Ecotel, que ganó el concurso convocado por Televisión Española para establecer el primer panel de audímetros de televisión en España. Entre 1992 y 1995 ocupó el puesto de Jefe del Departamento de Estudios de Ecotel-Sofres AM., donde asumió las responsabilidades de los nuevos informes, el control de calidad de la muestra del panel y la actualización de los marcos muestrales. En 1995 se incorporó a AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), donde ocupó el puesto de Jefe de Estudios de Audiencia hasta 2007, año en que fue nombrado Director Técnico de AIMC. Entre sus responsabilidades destacan las de definir el marco muestral, seleccionar la muestra, supervisar y controlar el trabajo de campo desarrollado por los diversos institutos, definir las nuevas salidas del informe y gestionar las relaciones con el centro de cálculo. Además colabora en el desarrollo de los demás estudios que se realizan dentro de AIMC.

Luis Sánchez Sánchez

Licenciado en Geografía e Historia por la Universidad Complutense de Madrid (con especialidad en Historia del Arte). En 1999 empezó a trabajar como documentalista en la academia de enseñanza musical Taller de Músicos de Madrid. De 2000 a 2003 trabajó como administrador de envíos en la empresa de transportes Guipuzcoana Euroexpress. En 2003 pasó a coordinar el servicio de atención al cliente en Amena. En mayo de 2004, se incorporó a ARCE MEDIA, donde ha trabajado hasta la fecha como técnico de investigación.

Oscar Bolea Delgado

Licenciado en Admon de Empresas por la UGR y Máster en Dirección de Marketing en la UAM, Está especializado en el área de Innovación. Tras su paso por varias multinacionales (Danone, Colgate Palmolive y ahora Schweppes Suntory) cuenta con más de 8 años de experiencia en el área de Marca e Innovación. Su curiosidad le lleva a estar día a día involucrado en multitud de proyectos transversales con el objetivo de lanzar productos relevantes para el consumidor español y aportar valor a sus vidas. Formado en Ideo en la metodología de Design Thinking, ha participado en la creación de un metodología única adaptada a Suntory y la pone en práctica en su día a día, con equipos multidisciplinares. Consumer Insight, Safari, Rapid Prototyping,

cheap failure y Test & Learn son unas de las palabras más habituales en su día a día. Con curiosidad por el mundo del emprendimiento, es el fundador de la marca de calcetines DOITOUTOFTHEBOX.

Raúl Carrión Rincón

Especialista en marketing digital, web y ecommerce. Lleva más de una década dedicándose al marketing digital. Ingeniero informático de educación, ha trabajado los últimos 12 años en prácticamente todas las disciplinas del Marketing online: Desarrollo web, Seo, Google Adwords, Hosting, gestión de proyectos y personas e incluso ha diseñado logos de empresas. Por el camino cofundó una empresa de hosting llamada Custom Professional Hosting y una tienda online de complementos para los amantes de los bulldogs franceses, Xidere.

Sergio Brabezo Carballo

Diplomado en Ciencias Empresariales, Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, E.Business program en UPenn. Diputado Autonómico Comunidad de Madrid. Con experiencia profesional como analista financiero en SEAT, ALSTOM y Schweppes. Profesor en la academia universitaria SOL y CONTEC de macroeconomía, historia económica de España y organización empresarial. Ponente en seminarios económicos para afiliados y simpatizantes de las propuestas económicas de Cs.

Rahul Sajiv Harjani

Es Ingeniero en Telecomunicaciones y máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, Sajiv ha desarrollado su carrera profesional trabajando con diferentes canales de ventas como el online, retail, venta directa o distribución en diferentes empresas, en su última etapa ha estado liderando los proyectos de transformación de los canales de distribución exclusiva y no exclusiva de Vodafone. Actualmente es el Manager de Ventas Empresas a nivel nacional en Thomson Reuters, y además docente en el Programa Gestión Comercial y Ventas (PGCV) en la UAM.

MOVILIDAD: SEMINARIOS DE INVESTIGACIÓN

Alicia Izquierdo-Yusta

Doctora en Economía por la Universidad de Burgos. Durante el periodo 1987-1999 desarrolló su actividad en la empresa privada, así estuvo trabajando 8 años en el sector del automóvil, dos en el sector papelerero y el resto lo desarrollo en el sector de la construcción. En septiembre del 1999, accedió mediante concurso público a la plaza de Ayudante en la Universidad de Burgos, en el área de Comercialización e investigación de mercados. Ha sido durante diez años Directora del área de comercialización e investigación de mercados, dos años Coordinadora del Grado en EDE y en estos momentos Coordinadora del Grado en Turismo. Ha publicado en revistas de investigación de ámbito internacional como Telematics and Informatics, Frontiers in Psychology, Service Business; European Journal of Marketing; Computers Human Behavior, Tourism Management, entre otras. Sus líneas de investigación son: comportamiento del consumidor en entornos offline y online, la formación de la imagen el sector turístico; experiencia del cliente y estudio de la satisfacción-lealtad en el retailing.

Álvaro Garrido Morgado

Doctor en Economía de la Empresa con mención internacional con la calificación de Sobresaliente Cum laude y Premio Extraordinario de Doctorado (USAL). Máster en Investigación en Economía de la Empresa (USAL) y en Gestión Comercial y Dirección de Marketing (ESIC Business & Marketing School). Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (USAL) y en Derecho (USAL). Actualmente ocupa la plaza de Profesor Ayudante Doctor del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Salamanca. Su principal área de investigación es el comercio minorista o retail, en el que cuenta con experiencia profesional en varias empresas multinacionales.

Iguácel Melero

Ayudante Doctor en el Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Está acreditada para Contratado Doctor desde marzo de 2015. Premio Extraordinario de Doctorado (2015) y Premio a la mejor Tesis Doctoral leída en el área de Comercialización e Investigación de Mercados (2015). Ha publicado 25 trabajos en revistas científicas, de los cuales 17 están indexados en el Social Sciences Citation Index, situándose siete de ellos en revistas pertenecientes al primer cuartil. Ha realizado varias estancias de investigación en las universidades de Groningen (Holanda), Munster (Alemania), Porto (Portugal) y Pablo de Olavide (Sevilla).

Jochen Reiner

Since February 2015, Jochen Reiner holds the Assistant Professor position in Marketing at the Goethe University Frankfurt. In July 2013, he completed his Ph.D. at the Strothoff Chair of Retailing at the Goethe University Frankfurt. Prior to his Ph.D. he studied in the Research Master program at the University of Groningen. Before that, he studied Industrial Engineering and

Business Administration & Engineering at the University of Applied Sciences Furtwangen. In his research he quantifies the (economic) incentives and effects of marketing activities in two connected directions within the field of retailing: pricing and economics of retail innovations. Jochen Reiner's research has been published (or is forthcoming) in international journals like International Journal of Research in Marketing, Journal of Management Information Systems, Journal of International Marketing, Interfaces, and in a number of conference proceedings (e.g., EMAC).

Juan Antonio Mondéjar Jiménez

Profesor Titular de Universidad del Área de Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) de la Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha, desde el año 2016 está acreditado como Catedrático de Universidad. Director y miembro del equipo de trabajo de proyectos de investigación, ha presentado más de un centenar de ponencias y comunicaciones en congresos nacionales e internacionales en su área de especialización. Su actividad investigadora ha sido reconocida con dos sexenios de investigación por la Comisión Nacional de Evaluación de la Actividad Investigadora (CNEAI). Desde el año 2004 es el Director del Observatorio Turístico de Cuenca, desarrolla las tareas de miembro de la Junta Directiva de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) y también ha sido Vicepresidente de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT).

Juan Carlos Gázquez Abad

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad de Almería. Sus líneas de investigación están centradas, fundamentalmente, en el ámbito del retailing y el comportamiento del consumidor. Es autor de un elevado número de publicaciones científicas nacionales e internacionales en revistas del ámbito del marketing y la dirección de empresas, así como de otros ámbitos. Igualmente, participa de manera habitual en los principales congresos académicos nacionales e internacionales de la especialidad. Es editor asociado de la International Journal of Business Environment y forma parte del Consejo Editorial de la European Retail Research. Igualmente, es co-chair de la conferencia internacional Research on National Brand & Private Label Marketing.

Luis Casaló

Profesor Titular de Universidad en el Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Sus principales líneas de investigación se centran en el estudio de las nuevas tecnologías y el comportamiento del consumidor, sobre todo analizando la influencia ejercida por las redes sociales en diferentes sectores como el turismo. Los resultados de su investigación se han publicado en más de 50 artículos en revistas de gran relevancia como Tourism Management, Journal of Business Research, International Journal of Hospitality Management, International Journal of Electronic Commerce, Psychology & Marketing, o Information & Management, que han sido citados en cerca de 4.000 trabajos (según Google Scholar). Ha recibido más de una docena de premios y reconocimientos por su investigación, es editor asociado y regional para Europa de la revista "Spanish Journal of

Marketing ESIC” desde 2015, y es miembro del comité editorial de la revista “Internet Research” desde 2011.

Miguel Ángel Gómez Borja

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia y doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Castilla-La Mancha, es Profesor Titular del Área de Comercialización de dicha universidad en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete desde 2002 y acreditado como Catedrático de Universidad desde 2016. Ha impartido docencia en diferentes materias de marketing en grado y posgrado incluyendo aspectos de comercio electrónico, comunicación y publicidad, marketing estratégico y digitalización de procesos comerciales. Desde hace 15 años es responsable del grupo de investigación de investigación MARKETIC, con líneas de investigación relacionadas con el impacto de las nuevas tecnologías en el comportamiento y procesos de decisión del consumidor, así como en las estrategias y acciones de marketing de las empresas.

Mónica Cortiñas Ugalde

Profesora y Doctora en Dirección de Empresas por la Universidad Pública de Navarra. Sus principales líneas de investigación son los canales electrónicos, el comercio electrónico y el comportamiento omnicanal, la productividad de las actividades de marketing, la gestión minorista y el análisis del valor de marca. Estas líneas se reflejan en múltiples publicaciones internacionales y nacionales en revistas de reconocido prestigio como Journal of Interactive Marketing, Journal of Quantitative Marketing and Economics, Electronic Commerce Research and Applications o Journal of Business Research. Actualmente, profesora Contratada Doctora y miembro del grupo de Investigación en Marketing de la Universidad Pública de Navarra. Es miembro vocal en la Junta Directiva de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional-AEMARK. En la actualidad es, además, Directora de Área de Planificación Estratégica de la Universidad Pública de Navarra.

Pilar Martínez Ruíz

Catedrática de la Universidad de Castilla La Mancha. 93 artículos publicados en revistas científicas, de los cuales 73 han aparecido en revistas indexadas con un índice de calidad relativa (41 JCR Clarivate [9 Q1, 10 Q2, 12 Q3, 10 Q4], 2 ESCI Clarivate y 16 SJR Scopus [1 Q1, 7 Q2, 6 Q3, 2 Q4], 14 IN-RECS [1 Q1, 2Q2, 3 Q3, 8 Q4]). El resto de artículos se publican en revistas con JQL (Journal Quality List), DICE (Editorial de difusión y calidad de las revistas españolas de humanidades y ciencias sociales), In-RECs y / o Dialnet indexados. Más de 70 ponencias presentadas en congresos, conferencias y seminarios. Varios premios recibidos: por ejemplo, EMERALD / EMRBI AWARD WINNING 2008/2009, el V PREMIO HERMES otorgado por la Federación de Comerciantes de Burgos, el premio RAMÓN ARECES FOUNDATION al mejor proyecto de investigación en distribución comercial y el Premio a la Mejor Tesis Doctoral. En 2005 en el XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Investigador principal de 5 proyectos de investigación y 5 becas de investigación, y colaborador de 16 proyectos de investigación financiados por diferentes agencias (nacionales, regionales y locales).

Sebastián Molinillo Jiménez

Profesor Titular de Marketing de la Universidad de Málaga desde 2003. Investigador responsable del grupo de investigación SEJ-567 Estrategias de Marketing Digital. Ha sido miembro del Consejo Andaluz de Comercio de la Junta de Andalucía, miembro de diversos comités de expertos de la Confederación de Empresarios de Comercio de Andalucía y Director del Observatorio de Comercio de Málaga. Ha publicado libros como *Online Brand Communities* (Springer) y *Distribución Comercial Aplicada* (ESIC). Sus artículos se encuentran en revistas internacionales como *Journal of Business Research*, *Electronic Commerce Research and Applications*, *Technological Forecasting and Social Change*, *Industrial Management & Data Systems*, entre otras.