

D. José Manuel Ponzoa Casado

Doctor en Investigación Comercial y Marketing

Título de la Tesis Doctoral: "Programas de fidelización de clientes: Estudio empírico de la sobre la efectividad de los canales de comunicación directa e interactiva en la dinamización de ventas y relaciones". UCM. Dpto. Investigación Comercial y Marketing. ESPAÑA, 2007.

Formación Universitaria

- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas. UCM. ESPAÑA, 1989.
- Experto en Comunicación Financiera. UCM. ESPAÑA, 1990.

Experiencia Profesional

- Director de Marketing. Anekis, SA. (Grupo Santander). Desde 2006 hasta la actualidad.
- Director de Marketing. PMS, SA. (Grupo Santander). 1999-2006.
- Brand Marketing Manager. Carrefour, SA. 1997-1999.
- Consultor de Marketing. MSC, SL. 1991-1997.

Experiencia Docente

- ESIC. 2017 hasta la actualidad. Asignaturas impartidas: Digital Metrics and Analytics, Distribución Comercial, Análisis y Previsión de Ventas, Marketing Management, Política de Distribución, Dirección de Marketing.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE. 2007 hasta la actualidad. Asignaturas impartidas: Distribución Comercial, Plan de Marketing, Comercialización Turística, Marketing turístico, Marketing de Moda y Lujo, Marketing para emprendedores, Plan de Marketing Digital, Canales de Comunicación Interactivos, Marketing Digital.
- ESIC-ICEMD. 2004-2010. Asignatura impartida: Fidelización de clientes.
- UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. 2008-2010. Asignatura impartida: Plan de Marketing.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA. 2002-2008. Impartiendo la asignatura: Plan de Marketing.
- UNIVERSIDAD EUROPEA. 2001-2007. Impartiendo la asignatura: CRM.

Acreditaciones

- Acreditado Agencias Autonómicas (ACAP): Profesor Doctor de Universidad Privada.
- Acreditado Agencias Autonómicas (ACAP): Profesor Contratado Doctor.

Miembro de

- Marck2 – Grupo de investigación de la Universidad Complutense. 2010 hasta la actualidad.
- Director de la Cátedra UCM-LFP de Marketing y Patrocinio deportivo. 2012 a 2015.
- Miembro del "Observatorio de prácticas de Marketing UCM". 2010-2014.

Investigaciones realizadas

- Investigador del estudio sobre “Comportamiento de aficionados y socios del fútbol ante estímulos publicitarios”. Estudio basado en técnicas de neuromarketing financiado por la Cátedra UCM- LFP. 2014.
- Director del estudio anual sobre clasificación de los aficionados al fútbol en función de criterios socio-demográficos y comportamentales financiado por la Cátedra UCM-LFP.2012-2015.
- Investigador principal del estudio “Análisis Cross-Cultural de la percepción de marca de la liga de fútbol profesional española en países desarrollados y emergentes”. 2013
- Director del estudio comparativo (Benchmark) sobre programas de fidelización en España. 2007-2017.
- Director del estudio “Incidencia de los programas de Fidelización en la Dinámica promocional”. 2014-2017.
- Director del estudio comparativo sobre canales de comunicación directa e interactiva: SMS, App, Web, Telemarketing, Direct Mail, RRSS. De cuya basen se han extraído diferentes tesis doctorales, artículos científicos y trabajos fin de máster. 2007-2017.

Artículos

- Ponzoa, J.M. y Reinares, P. (2010): “Loyalty Programmes as a tourism service sales channel”, *Tourism Review*, Vol. 65, No. 3 pp. 35-45.
- Ponzoa, J.M., Gavilán, D. y Avello, M. (2010): “Patrocinio Deportivo: un juego limpio”. *MK Marketing+Ventas* Nº 255, Marzo 2010. Págs.54-61.
- Ponzoa, J.M. y Reinares, P. (2010): “Los Programas de Fidelización como plataforma de venta directa: clasificación de los titulares según la redención de billetes aéreos”, *Cuadernos de Gestión*, Vol. 20, número especial, pp. 197-213.
- Reinares, P. y Ponzoa, J. M. (2008): “Improving management of multi-sponsor loyalty programmes based on the rewards preferred by consumers”, *Journal of Customer Behaviour*, Vol.7, No. 2, pp.121-134.
- Reinares, P. y Ponzoa, J. M. (2008): “Evaluation of cost per contact and cost per response in interactive and direct media planning”, *Direct Marketing: An International Journal*, Vol.2, No. 3, pp. 159-173.
- Ponzoa, J.M. (2008): “Las claves de un buen programa de fidelización”, *MK Marketing +Ventas*, No. 238, Septiembre, pp.50-61.
- Ponzoa, J.M. (2008): “El pretexto comunicativo en el marketing de relaciones”, *Manager Magazine*, No. 19, marzo- abril, pp.25-31.

Participación en libros

- Reinares, P. y Ponzoa, J. M. (2004): Marketing Relacional (2ª edición), Prentice-Hall Financial Times, Madrid.
- Sieira, J. M. y Ponzoa, J.M. (previsto 2018): MK Retail, ESIC Editorial, Madrid.

Conferencias

- EMAC 2013, 42st Annual Conference: “Sports Values Transferred to Sponsor Brands: the Impact of Individual Attitudes towards Sports”. 4-7 June. Istanbul, Turkey.
- AEDEMO 2011, XXIII Congreso Nacional de Marketing: “La dinámica promocional en los programas de fidelización: análisis de las variables que incluyen en el índice de respuesta”. 14 al 16 de Septiembre. Castellón. España.
- AEMARK 2010, XXII Congreso Nacional de Marketing: “Análisis de los clientes de un programa de fidelización: ¿Aporta el programa clientes mejores que los propios?”. 22 al 24 de Septiembre. Oviedo. España.
- ESCP Europe 2010: “La redención de servicios turísticos en los programas de fidelización: investigación de los titulares mediante árboles de clasificación”. 21-23 January 2010. Venice. Italy
- MANAGER BUSINESS FORUM 2006: “Claves de éxito en la planificación de marketing”. 21 de junio. Valencia. España

Otros

- Executive Programme on “International Digital Business”. ISDI- RCC Harvard. Boston. USA. 2015
- Executive Programme on “Value Chain Strategy”. Rotterdam School of Management. Rotterdam. Netherlands. 2004.
- Executive Programme on “Marketing Management”. INSEAD. Fontainebleau. La France. 2003.
- Executive Programme on “Strategy and Implementation”. London School of Economics and Political Science. London. UK. 2001.
- Programa Superior en “Comercio Electrónico”. CEF. Madrid. España. 2000-2001.