

D. Julio Alard Josemaría

Doctor en Economía de la Empresa.

TÍTULO DE LA TESIS DOCTORAL: "INFLUENCIA DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL EN LAS VENTAS DE MARCAS DE FABRICANTE VERSUS MARCAS DE DISTRIBUCIÓN. UNA APLICACIÓN A LA CATEGORÍA DE BEBIDAS ENERGÉTICAS". CALIFICACIÓN: SOBRESALIENTE CUM LAUDEN.

Formación Universitaria

- UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS DE MADRID, DEPARTAMENTO: COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. ESPAÑA, 2010

Post Grado

- DIPLOMA DE ESTUDIOS AVANZADOS (D.E.A.) UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. "NUEVAS TENDENCIAS DE MARKETING". ESPAÑA, 2003

Formación Universitaria

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN, SECCIÓN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. ESPAÑA, 1987

Experiencia Profesional

- DIRECTOR GENERAL. COMUNICACIÓN INTEGRAL MOSAICO. MADRID. DESDE 2003 HASTA 2014.
- ADJUNTO A DIRECCIÓN. RESPONSABLE DE CUENTAS. CENTRO PRODUCCIÓN PUBLICITARIA. DESDE 1992 HASTA 2003.
- RESPONSABLE DE PRODUCCIÓN PUBLICITARIA, EDICIONES Y RELACIONES CON LA AGENCIA, EN EL DEPARTAMENTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD. CITRÖEN, GRUPO PSA. DESDE 1989 HASTA 1992.
- KEY ACCOUNT MANAGER DIVISIÓN GRAN CONSUMO. CPC (CORN PRODUCT COMPANY) KNORR SUIZA. DESDE 1987 HASTA 1989.
- DIRECTOR DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN, ESIC. DESDE 2013 HASTA ACTUALIDAD.
- DIRECTOR DE LA COMISIÓN DE SEGUIMIENTO DEL TÍTULO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. ESIC. DESDE 2014 HASTA ACTUALIDAD.
- MIEMBRO DE LA COMISIÓN DEL SEGUIMIENTO DEL MASTER UNIVERSITARIO GESTIÓN COMERCIAL (OGC) ESIC. DESDE 2014 HASTA ACTUALIDAD.
- MIEMBRO DEL CONSEJO ACADÉMICO DE ESIC, DESDE 2010 HASTA ACTUALIDAD.
- EDITOR ADRESEARCH ESIC, REVISTA INTERNACIONAL INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN, DESDE 2009 HASTA ACTUALIDAD.
- CONSEJO REDACCIÓN ADRESEARCH, REVISTA INTERNACIONAL INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN, DESDE 2009 HASTA ACTUALIDAD.
- RESPONSABLE DEL AULA MULTIMEDIA ESIC. DESDE 2011 HASTA ACTUALIDAD.

Experiencia Docente

- UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA (USIL). LIMA (PERÚ). ASIGNATURA: DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN. DESDE 2014 HASTA ACTUALIDAD.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA DE GRADO). GRADO OFICIAL EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS.
- ASIGNATURAS: TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN; COMUNICACIÓN MULTIMEDIA. DESDE 2001 HASTA ACTUALIDAD.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA DE GRADO). GRADO OFICIAL EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE COMERCIAL.
- ASIGNATURAS: MARKETING PROMOCIONAL. MARKETING RELACIONAL, DIRECTO E INTERACTIVO. MARKETING Y DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN. DESDE 2005 HASTA ACTUALIDAD.

- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA DE GRADO). GRADO OFICIAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
- ASIGNATURAS: MARKETING PROMOCIONAL. MARKETING RELACIONAL, DIRECTO E INTERACTIVO. MARKETING Y DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN. DESDE 2005 HASTA ACTUALIDAD.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA DE GRADO). TÍTULO SUPERIOR EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL.
- ASIGNATURAS: PUBLICIDAD; DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN. DESDE 2013 HASTA ACTUALIDAD.
- CEU (INSTITUTO SUPERIOR DE ESTUDIOS PROFESIONALES). CICLO FORMATIVO EN MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL.
- ASIGNATURA: CREATIVIDAD PUBLICITARIA. DESDE 2000 HASTA 2007.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA DE POSTGRADO). MASTER EN PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.
- ASIGNATURAS: ENTORNO COMPETITIVO DE LA PUBLICIDAD; GESTIÓN DE CUENTAS; PANORAMA DE MEDIOS. DESDE 2001 HASTA ACTUALIDAD.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA DE POSTGRADO). MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL (OGC).
- ASIGNATURAS: COMUNICACIÓN ESTRATEGIA Y PERSUASIVA; COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.; MARKETING PROMOCIONAL. DESDE 2011 HASTA ACTUALIDAD
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA DE POSTGRADO). MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS (DCNT).
- ASIGNATURA: ENTORNO COMPETITIVO DE LA PUBLICIDAD L. DESDE 2014 HASTA ACTUALIDAD.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA DE POSTGRADO). MASTER EXECUTIVE MANAGEMENT BUSINESS ADMINISTRATION (EMBA).
- ASIGNATURA: POLÍTICA DE COMUNICACIÓN. DESDE 2014 HASTA ACTUALIDAD.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA DE POSTGRADO). MASTER EN DIGITAL BUSINESS.
- ASIGNATURA: HISTORIA DE INTERNET Y DE LOS NEGOCIOS DIGITALES. DESDE 2010 HASTA 2012
- INSTITUTO DE DIRECTIVOS DE EMPRESA (IDE-CESEM. MÁSTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING.
- ASIGNATURA: CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA. DESDE 2001 HASTA 2005.
- INSTITUTO EUROPEO DE DESIGN (IED). MÁSTER EN CREATIVIDAD PUBLICITARIA.
- ASIGNATURA ANUNCIANTES Y AGENCIAS: EL PROCESO DE CREACIÓN PUBLICITARIA. DESDE 2001 HASTA 2003.
- THE COMMUNICATIONS ARTS INSTITUTE (TRACOR). MASTER UNIVERSITARIO (CEU). MASTER EN ARTES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (MACC).
- ASIGNATURA: PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL. DESDE 2001 HASTA 2005.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA EXECUTIVE EDUCATION). PROGRAMAS ABIERTOS: COORDINADOR DEL PROGRAMA: "GESTIÓN EFICAZ DE LAS CAMPAÑAS DE MARKETING". ASIGNATURA: NUEVOS ESCENARIOS DE LAS COMUNICACIONES DE MARKETING. DESDE 2010 HASTA 2010.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA EXECUTIVE EDUCATION). PROGRAMA SUPERIOR DE PRODUCT MANAGER (PSPM).
- ASIGNATURAS: POLÍTICA DE COMUNICACIÓN. MARKETING PROMOCIONAL. DESDE 2010 HASTA ACTUALIDAD.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA EXECUTIVE EDUCATION). FORMACIÓN IN COMPANY
- EMPRESAS: BANKINTER, FRANCE TELECOM (ORANGE); TELEFÓNICA DIGITAL, INGETEAM; BAYER CROP SCIENCE; SUAVINEX, TELECOR, MARKETINET. DESDE 2010 HASTA ACTUALIDAD.
- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (ÁREA EXECUTIVE EDUCATION). FORMACIÓN IN COMPANY . DIRECTOR ACADÉMICO DEL PROGRAMA SUPERIOR DE MARKETING PARA IBERIA (GRUPO IAG). CAMPUS IBERIA DESDE 2014 HASTA 2014.

Acreditaciones

- Acreditado Agencias Autonómicas: Profesor Ayudante Doctor 2010.

Miembro de

- AEMARK España, 2007-actualidad.

Líneas de Investigación

- Sistema de Inteligencia Aplicada Marca España. Director de la Célula Productos Identitarios en el Sistema de Inteligencia Marca España (MESIAS).

Artículos

- Revista Capital Humano. (2013) "Comunicación de Crisis: Cuando lo que puede salir mal sale mal".
- Revista aDResearch ESIC (2010). Efectos de la promoción de ventas en el largo plazo en marcas de fabricante y marcas de distribución en la categoría de bebidas energéticas.

Libros

- Alard, J. (2011) Influencia de la Promoción Comercial en las ventas de Marcas de Fabricante versus Marcas de Distribución. Una aplicación a la categoría de bebidas energéticas. Editorial ESIC. Colección Tesis Doctorales.

Conferencias

- Ayuntamiento de Aranjuez. Colegio Salesianos Loyola. "Nuevas tendencias en Creatividad y Comunicación". 2004.

Otros

- Alard, J. (2015). Estrategia de Marketing y Comunicación Operadora de Telefonía Móvil Colaborativa SUOP. Casos de Empresa. Editorial. ESIC Business & Marketing School.
- Alard, J. y Mazo, M.E. (2015). Estrategia de Comunicación UNICEF España. Casos de Empresa. Editorial. ESIC Business & Marketing School.
- Congreso Anual AEDEM XXVIII (junio 2014). Retos actuales: La conquista de nuevos mercados. Gestionar los museos de manera competitiva. El caso del Mali – Perú.