

D. César Duch Martorell

Máxima cualificación académica en 3 líneas

Doctorado/a en Ciencias Económicas. Especialidad: Investigación de Mercados Industriales

Centro: Universidad de Barcelona. Facultad de Ciencias Económicas Año inicio/fin: 1989/1993

Calificación: Cum laude

Formacion Universitaria

Doctorado/a en Ciencias Económicas.

Especialidad: Investigación de Mercados Industriales

Centro: Universidad de Barcelona. Facultad de Ciencias Económicas

Licenciado/a en Derecho

Centro: Universidad de Barcelona

Año inicio/fin: 1972/1977

Licenciado/a en Ciencias Económicas

Centro: Universidad de Barcelona

Año inicio/fin: 1969/1974

idiomas

Inglés, Frances,, Italiano, Castellano, Catalán

Experiencia Profesional

- Director/a General en Columnea SL
-
- Sector: Construcción
- Tipo de relación: Por cuenta propia
- Responsabilidades: Gestión de alojamientos urbanos en Barcelona y Sitges para clientela internacional
- Fecha inicio/fin: Octubre-2006/actualmente
- Dedicación horaria semanal: 9h
-
-

- Director/a de Area en Roy Business Consultants
- Sector: Otros
- Tipo de relación: Por cuenta propia
- Responsabilidades: Asesoramiento y Consultoría en Marketing, Comunicación y Dirección a nivel de estrategias empresariales de crecimiento orgánico
- Fecha inicio/fin: Octubre-2003/Julio-2006
- Dedicación horaria semanal: 20h
-
- Director/a General en Esmatur
- Sector: Enseñanza e investigación
- Tipo de relación: Por cuenta propia
- Responsabilidades: Reestructuración funcional y organizativa, modificando la trayectoria a una expansión rentable para los accionistas
- Fecha inicio/fin: Septiembre-1993/Junio-2003
- Dedicación horaria semanal: 40h
-
- Director/a General en Group de Bissy Formation
- Sector: Enseñanza e investigación
- Tipo de relación: Por cuenta ajena
- Responsabilidades: Adaptar los productos formativos al mercado español, diseñar estrategias de crecimiento, mejorar la eficiencia de los procesos
- Fecha inicio/fin: Junio-1991/Junio-1993
- Dedicación horaria semanal: 40h
-
-
-
- Jefe departamento en European Paper Packaging Corporation...
- Sector: Industria del papel
- Tipo de relación: Por cuenta ajena
- Responsabilidades: Realizar Estudios de Mercado Industrias, Gestión de Cuentas de Clientes Industriales, Exportación a Mercados Internacionales
- Fecha inicio/fin: Octubre-1976/Mayo-1991
- Dedicación horaria semanal: 40h
-
- Técnico/a en Macrometrica
- Sector: Enseñanza e investigación
- Tipo de relación: Por cuenta ajena
- Responsabilidades: Realización de estudios de Mercado en el sector Consumo, Industrial y servicios
- Fecha inicio/fin: Septiembre-1973/Julio-1976
- Dedicación horaria semanal: 35h

Experiencia Docente

EXPERIMENTAL SCIENCES AND TECHNOLOGY DE LA UNIVERSIDAD DE VIC –
UNIVERSIDAD CENTRAL DE CATALUNYA

Co Director Tesis , Jose Norte Sousa (Argentina- Cordoba)(2018)
Methodology of measuring the economic value for the company of its
followers in Social Networks “
“Metodología de medición del valor económico para la empresa de sus
seguidores en las Redes Sociales”

Universidad de Vic. Master MBA

Área de conocimiento: Economía y Empresa

Asignatura: Proyecto Final

Modalidad: Semi-presencial

Tipo de relación: Por cuenta propia

Categoría profesional: Profesor/a asociado/a

Curso inicio/fin: 2015/actualmente

Dedicación horaria semanal: 2h

Universidad de Vic. Postgrado en Marketing Digital

Área de conocimiento: Área de Comunicación

Asignatura: Proyecto Final

Modalidad: Semi-presencial

Tipo de relación: Por cuenta propia

Categoría profesional: Profesor/a asociado/a

Curso inicio/fin: 2016/2017

Dedicación horaria semanal: 2h

Universidad de Vic. Grado en Marketing y Comunicación..

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Dirección de Marketing Estratégico y Operativo

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2014/2015

Dedicación horaria semanal: 6h

Universidad de Vic. Grado en ADE

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Dirección Comercial I

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2014/2015

Dedicación horaria semanal: 6h

Universidad de Vic. Grado en ADE

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Marketing innovation

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2014/2015

Dedicación horaria semanal: 4h

Universidad de Vic. Postgrado en Dirección Estratégica...

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Modelos de Estrategia Corporativa

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2013/2014

Dedicación horaria semanal: 2h

Universidad de Vic. Postgrado en Marketing Digital...

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Plan de Marketing Digital

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2013/2014

Dedicación horaria semanal: 2h

Universidad de Vic. Master MBA

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Proyecto Final de Master

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2012/2015

Dedicación horaria semanal: 3h

Universidad de Vic. Postgrado en Negocios Internacionales..

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Proyecto Final del Postgrado

Modalidad: Semi-presencial

Tipo de relación: Por cuenta propia

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2012/2015

Dedicación horaria semanal: 2h

Universidad de Vic. Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas.

Área de conocimiento: Área de Comunicación

Asignatura: Global Communication Strategies

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2012/2014

Dedicación horaria semanal: 6h

Universidad de Vic. Postgrado en Dirección Internacional...

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: La Comunicación Internacional

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2012/2013

Dedicación horaria semanal: 2h

Universidad de Vic. Licenciatura de Publicidad y Relaciones Publicas .

Área de conocimiento: Área de Comunicación

Asignatura: Teoría y Estructura de la Comunicación Empresarial

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2009/2010

Dedicación horaria semanal: 4h

Universidad de Vic. Grado ADE

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Investigación Comercial

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2009/2010

Dedicación horaria semanal: 4h

Universidad de Vic. Licenciatura de Publicidad y Relaciones Publicas...

Área de conocimiento: Área de Comunicación

Asignatura: Creación de Empresas de Periodismo

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2005/2006

Dedicación horaria semanal: 6h

Universidad de Vic. Grado en ADE

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: International Marketing

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2004/2015

Dedicación horaria semanal: 10h

Universidad de Vic. Licenciatura de Publicidad y Relaciones Publicas...

Área de conocimiento: Área de Comunicación

Asignatura: Investigación de la Comunicación Empresarial

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2004/2011

Dedicación horaria semanal: 5h

Universidad Ramón Llull (URL) . Master in Global Marketing

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Marketing Internacional

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta propia

Categoría profesional: Profesor/a asociado/a

Curso inicio/fin: 2004/2009

Dedicación horaria semanal: 2h

Universidad de Vic. Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas.

Área de conocimiento: Área de Comunicación

Asignatura: La Comunicación a las Pequeñas y Medianas Empresas

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 2004/2006

Dedicación horaria semanal: 6h

Universidad de Gerona. Diplomatura en Turismo

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Marketing Turístico

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta propia

Categoría profesional: Profesor/a asociado/a

Curso inicio/fin: 1993/2003

Dedicación horaria semanal: 6h

Universidad Autónoma de Barcelona. Diplomatura Empresariales...

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Marketing

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 1982/1993

Dedicación horaria semanal: 6h

Universidad Autónoma de Barcelona. Diplomatura Empresariales...

Área de conocimiento: Economía y Empresa_

Asignatura: Técnico Publicitaria

Modalidad: Presencial

Tipo de relación: Por cuenta ajena

Categoría profesional: Profesor/a titular

Curso inicio/fin: 1982/1993

Dedicación horaria semanal: 4

Acreditaciones

- ACREDITADO AGENCIAS AUTONÓMICAS (AQU 2006) PROFESOR CONTRATADO DOCTOR.de UNIVERSIDAD PRIVADA

Miembro de

- Colegio de Abogados de Barcelona.
- Club de Marketing de Barcelona

Líneas de Investigación

Análisis de Flujos cuantitativos en un Centro Comerciales...

Tipo de proyecto: Investigación informática

Año de concesión: 2008

Entidad financiadora: Ayuntamiento de Barcelona

Duración del proyecto: 9 meses

Tipo de colaboración: Investigador principal

Duch, C (2008) Quantitative analysis of Visitors in a commercial center¿ sponsored by Barcelona Town Hall .

Usos Lingüísticos en el Pequeño Comercio

Tipo de proyecto: Investigación informática

Año de concesión: 2006

Entidad financiadora: Secretaria Política Lingüística

Duración del proyecto: 6 meses

Tipo de colaboración: Investigador principal

La Investigación de Mercados en las 2000 Mayores Empresas Españolas...

Tipo de proyecto: Investigación informática

Año de concesión: 1999

Entidad financiadora: Club de Marketing de Barcelona

Duración del proyecto: 6 meses

Tipo de colaboración: Investigador principal

El uso de Internet en las Empresas Españolas

Tipo de proyecto: Investigación informática

Año de concesión: 1996

Entidad financiadora: Club de Marketing de Barcelona

Duración del proyecto: 6 meses

Tipo de colaboración: Investigador principal

El Nivel de Marketing y Comunicación en las 5000 Mayores Empresas Españolas...

Tipo de proyecto: Investigación informática

Año de concesión: 1986

Entidad financiadora: Club de Marketing de Barcelona

Duración del proyecto: 5 meses

Tipo de colaboración: Investigador principal

Observaciones : (1986) Market and Communication in 5.000 leading Spanish Companies.
Journal of International Marketing and Marketing Research Vol.11 No. 2, pp 73-87.

Perfil del Directivo de Marketing

Tipo de proyecto: Investigación informática

Año de concesión: 1984

Entidad financiadora: Club de Marketing de Barcelona

Duración del proyecto: 5 meses

Tipo de colaboración: Investigador principal

Observaciones: Duch, C. (1984) Profile Marketing Executives. Barcelona Marketing Association. No. 135 , pp. III-X.

El Perfil del Profesional de Marketing

Tipo de proyecto: Investigación informática

Año de concesión: 1984

Entidad financiadora: Club de Marketing de Barcelona

Duración del proyecto: 5 meses

Tipo de colaboración: Ayudante de investigación

Observaciones: (Març- Abril 1984): Coautor con Jordi Guixá de ¿Perfil del Profesional de Marketing Socio del Club de Marketing de Barcelona¿, pp. III-X Revista MARKERAMA Club de Marketing de Barcelona Núm. 135.

Artículos

- Más de 200 artículos publicados en Revistas Técnicas y Diarios Económicos
- Colaborador del Diario Económico Catalán “,Dossier Economic,” en la sección de Emprendedores) años 2003-2004
-

Libros

Podnikatel (Entrepreneurship)

Tipo de publicación: Libro

Título en que se incluye: Empreneduria

Tipo de colaboración: Autor en colaboración

Editorial: Velryba. Praga. Republica Checa

Año: 2001, ISBN 80-85860-12-0

El Plan de Marketing

Tipo de publicación: Libro

Título en que se incluye: Marketing

Tipo de colaboración: Autor único

Editorial:Velryba

Año : 1999

El Pla de Mercado

Tipo de publicación: Libro

Título en que se incluye: Empreneduria

Tipo de colaboración: Autor único

Editorial: Colección Autoempresa, Dpt de Treball, Generalitat de Catalunya

Año: 1999

Marketing Internacional

Tipo de publicación: Libro

Título en que se incluye: Marketing

Tipo de colaboración: Autor único

Editorial: ESMA

Año: 1988, ISBN 84-404-3129-5

Las Compañías Trading

Tipo de publicación: Libro

Título en que se incluye: Comercio Internacional

Tipo de colaboración: Autor único

Editorial: Cámara Oficial de Comercio e Industria de Sabadell (Barcelona)

Año: 1988, ISBN: 84-86636-03-5

Los medios Publicitarios

Tipo de publicación: Libro

Título en que se incluye: Publicidad

Tipo de colaboración: Autor único

Editorial: Universidad Autónoma de Bellaterra (Barcelona)

Año: 1986, ISBN 84-7488-136-6

Dirección de Traducción:

Traducción al español del libro del profesor holandés Geert Hofstade “ “Software of the Mind “. Alianza Editorial. ISBN 84-206-6762-9

Conferencias

. - Jollas Instituutti from Finland (Barcelona) 2001, 2002, 2003. Guest lecturer. “The Commercial Centers and Retails Channels..

- Winthrop University (South Carolina) Barcelona 2001, 2003.2006 Guest lecturer. The Consumer Behaviour in Spain and European Union.

-ISCET(Portugal) 2003,to 2008 y 2019 .Guest Lecturer in International Marketing

- Amsterdam School of Business (Amsterdam 1998, 1999, 2000). Guest lecturer. “The European Market Research. The Market in Spain.”

- Orebro University (Sweden 1998, 1999, 2000). Guest lecturer. "The European Market Research. The Market in Spain."

- . Delegation des Chambres de Commerce et D' Industrie du Languedoc-Roussillon de Barcelona . (1999).Marketing in Spain.

- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey campus de Toluca (Mexico).1996. (International Simposium).How advertising works in Europe «

- Ecole Supérieure du Commerce Extérieur (ESCE), Leonardo da Vinci University.1988-1989-1990-1991-1992.Marketing in Spain.

- Ecole Européenne des Affaires.(EAP) Paris. 1999 « Le Marketing Européen » in the seminar « Nouvelles voies du Marketing en Europe »

Barcelona (2019) Ohio University "Spanish successful cases on International Marketing «

Barcelona (2019) Cincinnati University « Case Study: Uber in Spain”

Barcelona (2018) University of Mississippi “ The current State of the Spanish Economy “

Barcelona(2018) “University of Utah – David Eccles School of Business “How The Fed, the European Central Bank and the Bank of Spain work “

Barcelona (2018) Heller University “Foreign Investment in Spain

Barcelona (2018) University of Tennessee Knoxville , Haslam College of Business.” Trade in Spain and the EU «

Barcelona(2017) Heller University “Foreign Investment in Spain “

Barcelona(2017) Roosevelt University “Spain Economic outlook: a very attractive country for investors “

Barcelona(2016) Seminole State College “*How businesses function globally; Imports and exports in Spain, International Economics, Cultural Differences* .

Bern University of Applied Sciences. Guest Speaker International Marketing in Spain. Switzerland March 2013

Otros

EXPERIENCIA en FORMACION IN COMPANYY PARA EMPRESAS

AGFA (2000-2003, Barcelona, Valencia, Bilbao, Sevilla, Santiago, Madrid),

AGFA Argentina (2001, Buenos Aires),

Laboratorios DENTAID (2001-2002, Barcelona, Valencia, Bilbao, Sevilla, Madrid, Oviedo),

Laboratorios PHB (2002, Barcelona),

BENETEAU Francia (2003 Dakar, Senegal),

CHUPA CHUPS (2003, Lleida)

SATI (2004)

General Electric (2004)

Durero Packaging (2004)

Fritch Ravich (2005)

Grup Catala(2005)

Whitney Reino Unido y Whitney España (Sector Inmobiliario).Londres 2004 y Barcelona 2005

Principales Áreas Docentes

Detallistas (Micro Marketing, Promoción de Ventas, Merchandising, Publicidad y Atención al Cliente)

Concesionarios: La creación de Valor en el Servicio

Fuerza de Ventas: Técnicas de Venta, Atención al Cliente, Habilidades Directivas.