

D. Joaquín Calvo Sánchez

Doctor en Economía Agraria, Estadística y Gestión de Empresas. Título de la Tesis Doctoral: El perfil de los consumidores de productos de comercio justo. Análisis de las variables que influyen en su intención de compra (2016) Calificación: Sobresaliente Cum Laude

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID, ESCUELA TECNICA SUPERIOR DE INGENIEROS AGRANOMOS DE MADRID, DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA, ESTADISTICA Y GESTIÓN DE EMPRESAS. ESPAÑA, 2016.

PostGrado

- MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION (MBA). ESCUELA SUPERIOR DE GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING (ESIC) (1989/1991)
- MASTER EN MARKETING ALIMENTARIO Y GRAN CONSUMO POR CESMA ESCUELA DE NEGOCIOS (1992/1993)

Formación Universitaria

- LICENCIADO EN FILOSOFÍA Y LETRAS. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID. ESPECIALIDAD: FILOSOFÍA PURA - ANTROPOLOGÍA FILOSÓFICA (1981-1987)

Experiencia Profesional

- ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL:
 - - 2017-ACT. DIRECTOR DE ESIC EXPERIENCE. ADJUNTO A LA DIRECCIÓN GENERAL
 - 2009-2017 VICEDECANO DEL ÁREA DE POSTGRADO
 - 2006-2009 DIRECTOR DE DEPARTAMENTO DE FORMACIÓN ABIERTA (EXECUTIVE EDUCATION)
 - 2016-ACT. PROFESOR DEL ÁREA DE UNIVERSITARIA
- EAE (ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS):AÑO 2005 DIRECTOR DE DESARROLLO CORPORATIVO DE EAE Y DIRECTOR DE EAE-MADRID.
- CESMA ESCUELA DE NEGOCIOS:
 -
 - 1996-2005. DIRECTOR COMERCIAL, MARKETING Y COMUNICACIÓN-ADJUNTO A DIRECCIÓN
 - 1993-1996. DIRECTOR ÁREA DE POSTGRADO – DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING
 - 1992-1993. COORDINADOR TÉCNICO
 - 1993-2005. PROFESOR DE GRADO Y POSTGRADO
- INSTITUCIONES PENITENCIARIAS (MINISTERIO DE JUSTICIA):
 - 1990-1991.BIBLIOTECARIO DE INSTITUCIONES PENITENCIARIAS.
- MODA GERTE: EMPRESA FAMILIAR DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE MODA Y COMPLEMENTOS.
 - 1988-1989 ADJUNTO A LA DIRECCIÓN.
 -
- FUNDESCO (GRUPO TELEFÓNICA)
 - 1987-1988 COLABORACIÓN EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING.

Experiencia Docente

- PROFESOR DEL ÁREA UNIVERSITARIA CESMA ESCUELA DE NEGOCIOS (1993-2005)
- PROFESOR DE ÁREA DE POSTGRADO CESMA ESCUELA D ENEOGOCIOS (1993-2005)
- PROFESOR DEL ÁREA UNIVERSITARIA ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL (2016-ACT.)
- PROFESOR DEL ÁREA DE POSTGRADO ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL (2006-2009)

Artículo

- Calvo Sánchez, Joaquín; Villa Perez, Aurelio y Ángel, José Luis (2014). Tipología de consumidores de productos de comercio justo y variables que inciden en su compra. "Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros"(n. 237); pp. 117-154. ISSN 1575-1198.

Tesis

- Calvo Sánchez, Joaquín (2016). El perfil de los consumidores de productos de comercio justo. Análisis de las variables que influyen en su intención de compra. Tesis (Doctoral), E.T.S.I. Agrónomos (UPM)

Libros

- Calvo Sanchez, Joaquín – Llano Fernandez, Felipe. Hoy es marketing: Los secretos de 21 grandes marcas. Noviembre 2007 Esic Editorial – 978-84-7356-509-7
- Calvo Sanchez, Joaquín – Llano Fernandez, Felipe. Hoy es marketing: Nuevos mercados, nuevos clientes, nuevas soluciones. Noviembre 2008 Esic Editorial – 978-84-7356-559-2
- Calvo Sanchez, Joaquín – Llano Fernandez, Felipe. Hoy es marketing. Nuevos tiempos: nuevos retos, nuevas oportunidades. Abril 2011 Esic Editorial – 978-84-7356-743-5

Congresos

- Tercer congreso anual de Economía Agraria, 9 al 11 de noviembre de 2011-Universidad Austral de Chile. Ponencia: Conocimiento, accesibilidad y sensibilización sobre comercio justo. Autores: Calvo Sánchez, Joaquín; Villa Pérez, Aurelio y Ángel Vega, José L. (2011)
- XXVII Congreso Anual AEDEM, 5, 6 y 7 de junio de 2013. Descubriendo nuevos horizontes en administración. Ponencia: Afinidad, solidaridad e intención de compra de productos de comercio justo. Autores: Calvo Sánchez, Joaquín; Villa Pérez, Aurelio y López Tenorio, Pablo J. (2013)
- IX Congreso de Economía Agraria: La innovación rural y alimentaria frente a la crisis. 3 al 5 de septiembre de 2013, Castelldefels, Campus Universidad Politécnica de Cataluña. Tipología de consumidores-compradores de productos de comercio justo e incidencia de las variables conocimiento de productos y accesibilidad al punto de venta en la intención de compra. Autores: Calvo Sánchez, Joaquín; Villa Pérez, Aurelio y Ángel Vega, José L. (2013)