

Dr. 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".

Universidad Complutense de Madrid. Dpto. Investigación Comercial y Marketing. ESPAÑA, 2007.

Postgrado

- PROGRAMME ON "INNOVATION & ENTREPRENEURSHIP". MIT. BOSTON. USA. 2019.
- DIGITAL BUSINESS EXECUTIVE PROGRAMME (DIBEX). ISDI. MADRID. 2018.
- PROGRAMME ON "INTERNATIONAL DIGITAL BUSINESS". ISDI- RCC HARVARD. BOSTON. USA. 2015.
- 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". LSE. LONDON. UK. 2001.
- PROGRAMA SUPERIOR EN "COMERCIO ELECTRÓNICO". CEF. MADRID. ESPAÑA. 2000-2001.

Formación Universitaria

- LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. UCM. ESPAÑA, 1989.
- EXPERTO EN COMUNICACIÓN FINANCIERA. UCM. ESPAÑA, 1990.

Experiencia Profesional

- DIRECTOR DE MARKETING. DIFERENTES EMPRESAS GRUPO SANTANDER. 1999-2017
- BRAND MARKETING MANAGER. CARREFOUR, SA. 1997-1999.
- CONSULTOR DE MARKETING. MSC, SL. 1991-1997.

Experiencia Docente

- ESIC. DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MARKETING Y PROFESOR DEL ÁREA DE GRADO Y POSTGRADO. ACTUALMENTE Y DESDE 2017. ASIGNATURAS: *DIGITA MARKETING:L METRICS AND ANALYTICS*, DISTRIBUCIÓN COMERCIAL, ANÁLISIS Y PREVISIÓN DE VENTAS, *MARKETING MANAGEMENT*, POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN, *BUSINESS ANALYTICS*, MARKETING DIGITAL INTEGRADO.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE. PROFESOR. 2007 A 2018. ASIGNATURAS: 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.
- UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. PONENTE. 2008-2010. ASIGNATURA: PLAN DE MARKETING.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA. 2002-2008. PONENTE. ASIGNATURA: PLAN DE MARKETING.
- UNIVERSIDAD EUROPEA. 2001-2007. PONENTE. ASIGNATURA: CRM.

Acreditaciones

- ACREDITADO AGENCIAS AUTONÓMICAS (ACAP): PROFESOR AYUDANTE DOCTOR.
- ACREDITADO AGENCIAS AUTONÓMICAS (ACAP): PROFESOR DOCTOR DE UNIVERSIDAD PRIVADA.
- ACREDITADO AGENCIAS AUTONÓMICAS (ACAP): PROFESOR CONTRATADO DOCTOR.

Miembro de

- I.P. DEL EQUIPO DE PROYECTO GIMED PARA LA INVESTIGACIÓN DEL MARKETING Y LA ECONOMÍA DIGITAL. ESIC 2020.
- I.P. DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN MARKCO2 DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. 2010-2017
- DIRECTOR DE LA CÁTEDRA UCM-LFP DE MARKETING Y PATROCINIO DEPORTIVO. 2012-2015.
- MIEMBRO DEL "OBSERVATORIO DE PRÁCTICAS DE MARKETING UCM". 2010-2014.
- MIEMBRO DEL PATRONATO DEL MUSEO ESTABAN VICENTE (SEGOVIA).

Líneas de Investigación

- MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES.
- TRANSFORMATION DIGITAL.
- INNOVACIÓN EDUCATIVA.
- CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES.

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* N° 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, pp.50-61.
- Ponzoa, J.M. (2008): "El pretexto comunicativo en el marketing de relaciones", *Manager Magazine*, No.19, pp.25-31.
- Ponzoa, J.M. (2008): "Esto no es Spam", *Marketing Estratégico y Experiencial Organiza*, No. 8 (2008), pp.58-59.
- Ponzoa, J.M. (2007): "Fidelizar sin presupuesto para premios", *Manager Magazine*, No. 14 (2007), pp.30-34.
- Ponzoa, J.M. (2003): "¿Quién dijo miedo? Vamos a poner en marcha un CRM", *Staff Empresarial*, año XIII, pp.49.
- Reinares, P. y Ponzoa, J.M. (2003): "Es preciso decir no a los clientes" *MK Marketing + Ventas*, No.179, pp. 26-31.
- Ponzoa, J.M. y Rodríguez, A. (2002): "Calidad y Fidelización de clientes" *Forum de Calidad*, No. 135, oct., pp. 36-41

Libros

- Reinares, P. y Ponzoa, J. M. (2004): *Marketing Relacional* (2ª edición), Pearson, Madrid.
- Seira, M. y Ponzoa, J.M. (2018): *MK Retail*, ESIC Editorial, Madrid.

Conferencias

- ACIEK 2020. 11th ACIEK Conference: "Digital Inbound Marketing: Measuring the economic performance of grocery e-commerce in Europe and the USA". 23-24 June. Madrid.
- 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, XXIII 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. Venice. Italy
- International Academy of Management and Business Conference 2010, 8st Annual Conference: "La redención de estancias hoteleras en los Programas de Fidelización: Propuesta de un modelo de categorización de hoteles y clasificación de titulares" 20-24 mayo. Madrid. España.
- AEMARK 2009 XXII Congreso Nacional de Marketing AEMARK "Los programas de Fidelización como canal de promoción y venta de servicios turísticos: el caso de un programa multisponsor español". Bilbao. España.
- AEDEM European Academy 2007: "Evaluación del coste por contacto y coste por respuesta efectiva en la planificación de medios directos e interactivos". Madrid. España