

Dña. Susana Fernández Lores

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales

Título de la Tesis Doctoral: "Compromiso Afectivo con la Marca del Empleador: Diseño de una escala para su medición."
COMPLUTENSE DE MADRID, Dpto: COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. ESPAÑA, 2012.

PostGrado

- MASTER, DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING
IE BUSINESS SCHOOL. ESPAÑA, 1992.

Formación Universitaria

- PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN, COMPLUTENSE. ESPAÑA, 1991.

Experiencia Profesional

- CONSULTORA Y FORMADORA
VALL2011. 2015-2017.
- CONSULTORA DE LA DIRECCIÓN DE CUENTAS
ATWORK DISEÑO Y COMUNICACIÓN. 2006-2014.
- DIRECTORA DE CUENTAS Y SERVICIOS AL CLIENTE
ATWORK DISEÑO Y COMUNICACIÓN. 2000-2006.
- RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE CUENTAS
M&G COMUNICACIÓN, AGENCIA DE PUBLICIDAD. 1994-1998.
- DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO CUENTAS
PUBLIGRAM, DIVISIÓN BTL DE GRUPO BARRO. 1993-1998.
- EJECUTIVA DE CUENTAS
PUBLIGRAM, DIVISIÓN BTL DE GRUPO BARRO. 1991-1993.

Experiencia Docente

- UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO. MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONAL. 2012-2013; 2013-2014; 2014-2015; 2015-2016; 2016-17; 2017-18.
- UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA UNIR. MASTER UNIVERSITARIO EN COMERCIO ELECTRONICO Y MARKETING DIGITAL. PLAN DE MARKETING GLOBAL Y ESPECIALIZADO. 2014-2015; 2015-2016; 2016-17.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. MASTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MARKETING Y CONTABILIDAD. MARKETING TURISTICO. 2014-2015.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. MASTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MARKETING Y CONTABILIDAD. COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGIAS. 2016-17; 2017-18.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN MARKETING APLICADO AL PERIODISMO. 2014-2015; 2015-2016.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES FUNDAMENTOS DE MARKETING. 2012-2013; 2013-2014; 2014-2015; 2016-17.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES INVESTIGACIÓN COMERCIAL. 2017-18.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN MARKETING PROMOCIONAL. 2013-2014; 2015-2016; 2016-17; 2017-18.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN MARKETING POLITICO Y SOCIAL. 2012-2013; 2013-2014.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DIRECCIÓN COMERCIAL. 2012-2013.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. ESCUELA UNIVERTITARIA DE ESTUDIOS EMPRESARIALES INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS. 2011-2012.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN MARKETING APLICADO A LA PUBLICIDAD. 2011-2012; 2015-16.
- ESIC. ESIC POZUELO.
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN APLICADOS A LA COMUNICACIÓN. 2012-2013; 2013-2014; 2014-2015; 2015-2016; 2016-17; 2017-18.
- ESIC. ESIC POZUELO
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. 2012-2013.
- ESIC. ESIC POZUELO
INVESTIGACIÓN COMERCIAL II. 2010-2011; 2011-2012; 2013-14.

- ESIC. ESIC POZUELO INVESTIGACIÓN COMERCIAL I. 2017-2018.
- ESIC. ESIC POZUELO MARKETING RELACIONAL, DIRECTO E INTERACTIVO. 2017-2018.
- ESIC. ESIC POZUELO POLÍTICA DE COMUNICACIÓN. 2016-17; 2017-18.
- ESIC. ESIC POZUELO INVESTIGACIÓN COMERCIAL II. 2010-2011; 2011-2012; 2013-14.
- ESIC. ESIC POZUELO DIRECCION DE COMUNICACIÓN 2015-2016.
- ESIC. ESIC POZUELO GESTION DE LA COMUNICACIÓN. 2015-2016; 2016-17; 2017-18.

Acreditaciones:

- PROFESOR CONTRATADO DOCTOR Y TITULAR UNIVERSIDAD PRIVADA ANECA (MAYO 2018)
- FELLOW DE LA HIGHER EDUCATION ACADEMY (FEBRERO, 2020)

Líneas de Investigación

- MARKETING Y COMUNICACIÓN
- METODOS CUANTITATIVOS
- BRANDING / EMPLOYER BRANDING
- MARKETING DE CONTENIDOS

Artículos

- Diana Gavilan Bouzas; et al. 2019. The influence of Online Ratings on Film Choice: Decision Making and Perceived Risk Communication & Society. Universidad de Navarra. 32-2, pp.45-57.
- DIANA GAVILAN BOUZAS; MARIA GEMA MARTINEZ NAVARRO; SUSANA FERNANDEZ LORES. (/3). 2018. Comunicación en el sector turístico. Puntuaciones y comentarios de usuarios como variables estratégicas. .REVISTA DE COMUNICACION VIVAT ACADEMIA. ISSN 1575-2844.
- Bouzas, D. G., Navarro, G. M., y Lores, S. F. (2018). Influencia social en las comunidades de cine: filmaffinity como caso de estudio. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24(1), 551-565. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59966>
- Navarro, G. M., Bouzas, D. G., y Lores, S. F. (2017). El papel social de la televisión ante el bullying. Análisis de la campaña "se buscan valientes" de Mediaset/The social role of television against the bullying. Analysis of Mediaset's campaign "se buscan valientes". *Revista de Comunicación de la SEECI*, (44), 53-72. <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2017.44.53-72>
- Gavilan, D., Martín Navarro, G., y Fernández Lores, S. (2017). Universitarios y redes sociales informativas: Escépticos totales, moderados duales o pro-digitales. *COMUNICAR. REVISTA CIENTIFICA DE EDUCOMUNICACION*, (53), 61-70. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-06>
- Gavilan, D., Martínez-Navarro, G., y Fernández-Lores, S. (2017). Influencia social online: nuevas tecnologías en la comunicación del sector turístico. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 15(2), 138-167. <https://doi.org/10.7195/ri14.v15i2.1065>
- Fernandez-Lores, S; Avello, M.; Gavilan, D.; Blasco, F. "Affective commitment to the employer brand: development and validation of a scale". *Business Research Quarterly BQR*. (<http://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2015.06.001>).
- Gavilán, D.; Fernández Lores, S.; Avello, M. y de Andrés, E. "Un trabajo para disfrutar". *Capital Humano*, Nº 295, Febrero 2015, pág. 14-15.
- Fernández-Lores, S. y de Garcillán López-Rúa, M. "Publicidad nativa, una nueva oportunidad para las empresas". *Ipmark: Información de publicidad y marketing*, Nº 807, Octubre 2014, pág. 50.
- Blasco López, M. F., Fernández-Lores, S. y Rodríguez-Tarodo, A. "Employer branding: estudio multinacional sobre la construcción de la marca del empleador". *Universia Business Review*, Nº44, Cuarto Trimestre 2014, pág. 34-53.

- Gavilán, D.; Avello, M.; Fernández Lores, S. y de Andrés, E. "*Medir el compromiso, el nuevo must de los Recursos Humanos*". ORH Observatorio de Recursos Humanos, Nº 95, Noviembre 2014, pág. 32-36.
- Fernández-Lores, S., Avello, M., Gavilán, D. y Blasco, F. (2014) "*18 años de Employer Branding: hacia una definición más precisa*". AdReserach, Nº 10 Vol. 10, Segundo semestre julio-diciembre 2014, pág. 32-51.
- Fernández-Lores, S.; Gavilán, D. y Blasco, F.: "*Aplicación estratégica de la marca del empleador: el caso Santander*". Revista del Colegio de Economistas de Madrid. Nº 137, Noviembre 2013, págs. 113-119.
- Gavilán, D.; Avello, M. y Fernández Lores, S.: "*Employer Branding: la experiencia de la marca empleadora y su efecto sobre el compromiso afectivo*". AdResearch ESIC Revista Internacional de Investigación en Comunicación. Nº 7 Vol. 7, Primer semestre enero-junio 2013, págs. 58 a 75.

Libros

- Fernández-Lores, S. "*Innovación con Nuevas Tecnologías como factor de éxito en los estudiantes universitarios*" en *Perspectivas formativas Universitarias*, 2018, 1º edición, Editorial Tecnos.
- Fernández-Lores, S. "*Fuentes de Información*" en *Plan de Comunicación on y off en la Práctica* de Monfort, A. y Alard, J., 2017, 1ª edición. Esic Editorial.
- Fernández-Lores, S. y de Garcillán López-Rúa, M. "*Comunicación y Marketing de contenidos*" en *Nuevas tendencias en comunicación* de Pintado Blanco, T. y Sanchez Herrera, J., 2014, 3ª edición. Esic Editorial.

Conferencias

- Gavilán, D., Fernández-Lores, S. y Martínez-Navarro, G. (2020). "*VIVIDNESS OF NEWS PUSH NOTIFICATIONS AND USERS' RESPONSE*". Ponencia presentada en 11th Academy of Innovation, Entrepreneurship and Knowledge ACIEK, Madrid.
- Fernández-Lores, S., Martínez-Navarro, G. y Gavilán, D. (2020). "Factores de éxito en las webs de contenidos audiovisuales. Un estudio con análisis cualitativo comparado". Ponencia presentada en el I Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales en la Sociedad de la información, Madrid.
- Fernández-Lores, S., Villaverde, S. y Marquez, J.A. (2019). "*La digitalización de los Seniors: Un estudio exploratorio de la comunicación móvil y el uso de apps*". Ponencia presentada en el IV Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento, Sevilla..
- Fernández-Lores, S. (2018). "*Observatorio de la Comunicación y Publicidad Institucional!*". Ponencia presentada en el XIX Foro de Investigación en Comunicación, Salamanca.
- Gavilán, D., Martínez, G. y Fernández-Lores, S. (2017). "*Los Universitarios ante las Redes Sociales Informativas. Un Análisis Mediante Tipología*". Ponencia presentada en el I Congreso Internacional de Innovación y Tendencias Educativas INNTEd 2017, Sevilla.
- Fernández, S., Avello, M. y Gavilán, D. y Blasco, F. (2014) "*Measuring Affective Committed To The Employer Brand*". Ponencia 43th European Marketing Academy (EMAC), Valencia.
- Gavilán, D., Avello, M., Blasco, F., y Fernández, S.: "*Living and Loving the Employer Brand: The Role of Employer Brand Experience on Affective Commitment*". Ponencia presentada en la 42th European Marketing Academy Annual Conference en Estambul (Turquia), Junio 4-7, 2013.
- Fernández, S., Blasco, F., Gavilán, D. y Avello, M.: "*Commitment to the Employer Brand: Developing a Measurement Tool*". Ponencia presentada en la 8th Global Brand Conference en Oporto (Portugal), del 3-5 abril, 2013.
- Avello, M., Gavilán, D., Fernández, S. y Blasco, F.: "*Committed To The Employer Brand*". Poster presentado en el 41th European Marketing Academy Congress en Lisboa (Portugal), Mayo 22-25, 2012.
- Gavilán, D., Avello, M., Blasco, F. y Fernández, S.: "*Are employees Committed to the Brand? Developing a Measurement Tool*". Ponencia presentada en el 12th International Academy of Management and Business – IAMB- Congreso en la Universidad de Vistula (Varsovia), del 23-25 Abril, 2012.

Otros

- Directora del Grado Oficial en Marketing /Bachelor's Degree in Marketing de ESIC.
- Miembro del Comité de Redacción y Editor de la revista académica aDResearch ESIC.
- Investigadora Principal en el Proyecto de Investigación "Seniors & Digitalización".
- Investigadora Principal en el proyecto de investigación denominado "*Desarrollo de un modelo con fundamento en la experiencia, sobre el compromiso afectivo de la persona con la organización*" para la consultora TATUM de 2013-2015.
- Co-autora del "Modelo Experiencial del Compromiso Afectivo del Talento". M-004146/2014.