



Mª Francisca Blasco López

DNI 25664799L

Profesora Titular

Escuela Universitaria de Estudios Empresariales  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

## CURRICULUM VITAE

Nombre	[ BLASCO LÓPEZ, Mª FRANCISCA ]
N.I.F.	25 664 799 L
Nombre Organización	Universidad Complutense de Madrid
Dirección	[MADRID, Avenida Filipinas 3 28003]
Teléfono	91 394 67 48
Fax	91 394 67 51
Correo electrónico	fblasco@emp.ucm.es

## FORMACIÓN ACADÉMICA

- Títulos oficiales y nombre de la institución que expidió la acreditación  
**Doctor en Ciencias de la Información (2000).** Sobresaliente 'Cum Laude'. Universidad Complutense de Madrid. Programa de Marketing: Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Título Tesis: "Aprendizaje en Marketing: El juego de simulación como forma de aprendizaje en marketing"
- **Licenciado en Ciencias de la Información (1988-1993)**  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. Especialidad: Publicidad y RR.PP.

## EXPERIENCIA DOCENTE

- Fechas 1994-Actualidad  
• **Nombre de la Universidad, Centro de Formación** **UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
• Puesto o cargo ocupados **Profesor Titular**, Profesor Ayudante, Profesor Asociado  
• Nivel Profesoras de Grado y de Postgrado (Master y Doctorado)  
• Principales asignaturas impartidas Investigación Comercial, Plan de Marketing, Dirección Comercial, Mapas de Posicionamiento, Método Científico y Diseño Experimental, Contratación de Hpts. Básicas en Marketing.
- Fechas 1994-2000  
• **Nombre de la Universidad, Centro de Formación** **UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID-CEES**  
• Puesto o cargo ocupados Profesor Titular, Profesor Asociado.  
• Nivel Cursos de Grado  
• Principales asignaturas impartidas Investigación Comercial, Dirección Comercial, Simulación Comercial.
- Fechas 1994-Actualidad  
• **Cursos** **Profesora de distintos Programas de Postgrado**  
• Universidades o Centros de Formación U. Carlos III, Escuela Superior de Investigación Comercial-ESIC, CECO...

## TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS

<p>Doctorado en Marketing Fac. CC Económicas y Emp-UCM</p>	<p>Francisco López Sánchez (2007): "Proceso de Decisión del Consumidor: aplicación a los Planes de Pensiones Individuales". Directora: M<sup>a</sup> Francisca Blasco López.</p>
<p>Doctorado en Marketing Fac. CC Económicas y Emp-UCM</p>	<p>Leslier Maureen Valenzuela Fernández: "Las Gestión del Valor de la Cartera de Clientes y su Efecto en el Valor Global de la Empresa. Diseño de un Modelo Explicativo como una Herramienta para la Toma de Decisiones Estratégica de Marketing". Directores: Jesús G<sup>a</sup> de Madariaga y M<sup>a</sup> Francisca Blasco López.</p>
<p>Doctorado en Marketing Fac. CC Económicas y Emp-UCM</p>	<p>M<sup>a</sup> Luisa López Hernández (2005): "La Gestión por Categorías: Sistemas de Soporte de Decisiones y su Implementación Tecnológica". Directora: M<sup>a</sup> Francisca Blasco López.</p>

## PUBLICACIONES

<p>Autores</p> <p>• Nombre de la Publicación y Referencia</p> <p>• Título del Capítulo</p>	<p>M<sup>a</sup> Francisca Blasco López y Víctor Molero Ayala Revista Portuguesa de Marketing Aceptada y Pendiente de Publicación ISBN: 0873-2949 <i>"Los sistemas reguladores de las emociones en la decisión de compra: planteamiento de estudio experimental con resonancia magnética funcional (fmri)"</i></p>
<p>Autores</p> <p>• Nombre de la Publicación y Referencia</p> <p>• Título del Capítulo</p>	<p>Francisco López Sánchez y M<sup>a</sup> Francisca Blasco López ESIC-MARKET Aceptada y Pendiente de Publicación ISSN: 0212-1867 <i>"Use Of Heuristic Decision Rules In Complex Financial Products"</i></p>
<p>Autores</p> <p>• Nombre de la Publicación y Referencia</p> <p>• Título del Capítulo</p>	<p>M<sup>a</sup> Francisca Blasco López y Víctor Molero Ayala Capítulo I de "Manual de Marketing" (M<sup>a</sup> Dolores Sánchez y otros). Editorial ESIC. 2008 ISBN: 9788473565776 <i>Capítulo I: Introducción al Marketing</i></p>
<p>Autores</p> <p>• Nombre de la Publicación y Referencia</p> <p>• Título del Artículo</p>	<p>Francisco López Sánchez y M<sup>a</sup> Francisca Blasco López Haverd Deusto Marketing &amp; Ventas Vol 87, 2008. ISSN: 1133-7672 <i>"Cuentas mentales en la toma de decisiones de los consumidores"</i></p>
<p>Autores</p> <p>• Nombre de la Publicación y Referencia</p> <p>• Título del Artículo</p>	<p>M<sup>a</sup> Francisca Blasco López y Francisco López Sánchez Analistas Financieros Internacionales Último Trimestre, 2007. ISSN: 1130-8753 <i>"Los planes de pensiones individuales: razón de ser y elementos esenciales"</i></p>
<p>Autores</p> <p>• Nombre de la Publicación y Referencia</p> <p>• Título del Artículo</p>	<p>Valenzuela, L., G<sup>a</sup> de Madariaga, J. y Blasco, F. Panorama Socioeconómico (ISSN 0716-1921) Octubre, 2007. ISSN: 0716-1921 <i>"Orientación al valor del cliente y las nuevas métricas de marketing, revisión y análisis"</i></p>
<p>Autores</p> <p>• Nombre de la Publicación y Referencia</p> <p>• Título del Artículo</p>	<p>Valenzuela, L., G<sup>a</sup> de Madariaga, J. y Blasco, F. Actas de CLADEA- AMERICA LATINA &amp; UNIÓN EUROPEA: OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS. Montpellier, Francia, 2006. <i>"Gestión del valor del cliente: fuente de ventaja competitiva para el futuro desarrollo del</i></p>

		sector empresarial turístico”
	Autores	Valenzuela, L., G <sup>a</sup> de Madariaga, J. y Blasco, F.
• Nombre de la Publicación y Referencia		Actas de los Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing. Almería. España. 2006
• Título del Artículo		“Efectos de la gestión del valor del cliente sobre el valor de la empresa: aplicación al sector de las agencias de viajes”
	Autores	Valenzuela, L., G <sup>a</sup> de Madariaga, J. y Blasco, F.
• Nombre de la Publicación y Referencia		Theoria Vol. 15 (2): 99-105, octubre, 2006. ISSN: 0495-4548
• Título del Artículo		“Evolución del marketing hacia la gestión orientada al valor del cliente: revisión y análisis”
	Autores	Francisco López Sánchez y M <sup>a</sup> Francisca Blasco López
• Nombre de la Publicación y Referencia		Analistas Financieros Internacionales, Último Trimestre, 2004. ISSN: 1130-8753
• Título del Artículo		“El Comportamiento del Consumidor en los Planes de Pensiones Individuales”
	Autores	M <sup>a</sup> Francisca Blasco López y Mario Martínez Tercero
• Nombre de la Publicación y Referencia		ESIC MARKET, Vol. 110, Sept-Dic., 2001 ISSN: 0212-1867
• Título del Artículo		“La estabilidad de las escalas psicológicas de intervalo: una aplicación sobre la medida de la actitud”
	Autores	Amador Villar Castejón y M <sup>a</sup> Francisca Blasco López
• Nombre de la Publicación y Referencia		ANALES-ICAI Volumen LXXV, Fascículos V-VI, 1998. ISSN: 0003-2506
• Título del Artículo		“La negociación en la venta de productos de gran consumo”

## APORTACIONES A CONGRESOS

Sept. de 2008	AEMARK 2008. Gran Canaria (17-19 de septiembre). “Los sistemas reguladores de las emociones en la decisión de compra: planteamiento de estudio experimental con resonancia magnética funcional (fmri)”.
Sept. de 2008	AEMARK 2008. Gran Canaria (17-19 de septiembre). “Gestión del valor del cliente como fuente de ventaja competitiva: propuesta de un modelo explicativo”.
Sept. de 2008	AEMARK 2008. Gran Canaria (17-19 de septiembre). “Propuesta de un modelo explicativo de los estilos de tiempo en la conducta de compra y desarrollo de las escalas de medida”.
Marzo de 2008	INTED 2008. Valencia (3-5 de marzo). “An Experimental Study of Business Simulation Games as a Marketing Learning Method”
Noviembre de 2007	XXIII Encuentro Nacional de Facultades de Administración y Economía (ENEFA). Chile. (27 al 29 de noviembre). “Orientación al valor del cliente como fuente de ventaja competitiva. Propuesta de un modelo explicativo de gestión de agencias de viaje en España”.
Mayo de 2005	III CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING PÚBLICO Y NO LUCRATIVO “Propuesta Empírica de Aplicación del Modelo de Sheth al Marketing Social”

Septiembre de 2003	XIV ENCUETRO DE PROFESORES DE MARKETING DE ESPAÑA "Las Escalas de Medida con Punto de Referencia en Marketing"
Noviembre de 2001	VIII JORNADAS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. U. Málaga "El Marketing Hospitalario"
Noviembre de 2001	IV FORUM INTERNACIONAL SOBRE LAS CIENCIAS, LAS TÉCNICAS Y EL ARTE APLICADAS AL MARKETING. Academia y Profesión. UCM. "Las escalas de medida en marketing: una revisión de la estabilidad de sus resultados"
Septiembre de 2000	PRIMER CONGRESO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE ENCUESTAS U. SEVILLA "Desarrollo de una estrategia de marketing de relaciones: estudio de evaluación de la adecuación al consumidor en mercados de gran consumo"

## PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN RECIENTES

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fechas</li> <li>• Título del Proyecto</li> <li>Investigador Principal</li> <li>• Participantes</li> <li>• Entidad</li> </ul>	<p>NOV-2007 Actualidad <b>Grupo Internacional en Investigación de Marketing y Competitividad</b> <b>Jaime Rivera Camino</b> <b>Mª Francisca Blasco López y otros 9 profesores de países de Europa, Asia, América del Norte y América del Sur.</b> Universidad Carlos III de Madrid</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fechas</li> <li>• Título del Proyecto</li> <li>• Participantes</li> <li>• Entidad</li> </ul>	<p>OCT 2006-OCT 2007 <b>La Toma de Decisiones del Consumidor: un Enfoque basado en la Neurobiología de las Emociones y los Marcadores Somáticos.</b> Mª Francisca Blasco y Mikel Alonso Universidad Complutense de Madrid</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fechas</li> <li>• Título del Proyecto</li> <li>• Participantes</li> <li>• Entidad</li> </ul>	<p>OCT 2005-OCT 2007 <b>Lanzamiento de Nuevos Productos en el Sector Cinematográfico</b> Mª Francisca Blasco y Beatriz Parra Universidad Complutense de Madrid</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fechas</li> <li>• Título del Proyecto</li> <li>• Participantes</li> <li>• Entidad</li> </ul>	<p>OCT 2003- JUNIO 2004 <b>La Fijación de Precio Internacional: Aplicación en las Exportaciones de Puerto Rico</b> Mª Francisca Blasco y Carlos Fonseca Universidad Complutense de Madrid</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fechas</li> <li>• Título del Proyecto</li> <li>• Participantes</li> <li>• Entidad</li> </ul>	<p>OCT 2003-JUNIO 2004 <b>Marketing Social</b> Mª Francisca Blasco y Andrés Otero Universidad Complutense de Madrid</p>

## EXPERIENCIA PROFESIONAL

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fechas</li> <li>• EMPRESA</li> <li>• Puesto o cargo ocupados</li> </ul>	<p>1994-1997 <b>Consultora Universitaria MKC-UCM</b> Consultor Senior</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fechas</li> <li>• EMPRESA</li> <li>• Puesto o cargo ocupados</li> </ul>	<p>1994 <b>GRUPO SOFRES- Dym Panel</b> Asistente Técnico de Investigación de Mercados Sector Panel</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fechas</li> <li>• EMPRESA</li> <li>• Puesto o cargo ocupados</li> </ul>	<p>1993 <b>PRIETO COMUNICACIÓN</b> Asistente de Investigación de Mercados</p>

## OTROS DATOS DE INTERÉS

Grado En Gestión Comercial EUE Empresariales	Presidenta de la Comisión del Plan de Estudios del Grado.
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE Centro Superior de Estudios de Gestión, Análisis y Evaluación	Directora del Título Propio de la UCM: Magister en Dirección de Marketing
International Academy of Management and Business IAMB Journal Revista ESIC MARKET	Associate Editor Miembro del Comité Científico
Asociación Internacional de Marketing Público y No Lucrativo	Subsecretaria

## IDIOMAS

	[ESPAÑOL]	[INGLÉS]
• Lectura	[ nativo]	[ Bien]
• Escritura	[ nativo]	[ Bien]
• Expresión oral	[ nativo]	[ Bien]

## EXPERIENCIA INTERNACIONAL

<b>Fecha</b>	AGOSTO-SEPTIEMBRE 2007
Unviersidad	Windsor, Canadá
Actividad desarrollada	Curso "Marketing Simulation Games as a Learning Method" de 12 horas de duración a los profesores del Departamento de Marketing de la Windsor University. Participación en proyecto de investigación sobre el desarrollo de "Marketing Simulation Games", dirigido por el profesor A. Faria.