



Universidad Complutense de Madrid

Departamento de Organización de Empresas y Marketing

Nombre del profesor/a	Mónica Díaz-Bustamante Ventisca
Categoría académica	Profesora Contratada Doctor Interina
Dedicación	Tiempo completo
Facultad:	CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Teléfono	913943208 / 913947128
Correo electrónico	mdiaz-bu@ucm.es
Docencia actual en la UCM	
<ul style="list-style-type: none">- "Marketing Estratégico" - F. CC. de la Información y en F. Comercio y Turismo.- "Plan de Marketing" en el Máster en Administración y Dirección de Empresas (MBA) de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales- "Marketing e Innovación" en el Máster en Dirección de Marketing.- "Plan de Marketing" y "Estudios de Imagen y Posicionamiento" en el Máster en Advanced Analytics en Marketing Estratégico e Investigación Social.	
Líneas de investigación principales Sexualización infantil. Imagen y posicionamiento de marca. El comportamiento del consumidor de cosmética de lujo.	
Grupos, proyectos y cátedras de investigación principales Investigador en el Proyecto de I+D "Programa de Actividades sobre Vulnerabilidad Digital" (Grupo de Investigación de la Comunidad de Madrid en Ciencias Sociales y Humanidades-Fondo Social Europeo) / Miembro del grupo de investigación de la UCM y el Consejo General de la Abogacía Española (Art.83): "El estado de la publicidad de la abogacía en España: presente y futuro" / Directora del grupo de investigación de la UCM y Shiseido España (Art.83): "El Consumidor de Cosmética en el Mercado Selectivo Español" / Miembro del Observatorio "Comunicación y Sociedad". Centro Universitario Villanueva, UCM / Miembro del Observatorio para la "Evolución del Comercio Electrónico de Productos de Gran Consumo (FMCGs). ASEDAS.	
Publicaciones destacadas	
<ul style="list-style-type: none">- <i>La Publicidad de los Despachos de Abogados</i>. 2017, Valencia, Tirant lo Blanch.- "Empowerment or undermining of childhood on social networks? Perceptions of images of sexualized children on Instagram". <i>El Profesional de la Información</i>. 2017, enero-febrero, v. 26, n. 1, pp. 77-87.- "The sexualization of children through advertising, fashion brands and media". <i>Prisma Social</i>. Nº Especial 1-Mayo 2016: 156-189.- "Image of Luxury Brands: A Question of Style and Personality". <i>SAGE Open, USA</i>. April-June 2016: 1-15.- "Are consumers more rational and informed before purchases in recession periods? The role of Private Labels and retailing strategies". <i>International Review of Retail, Distribution and Consumer Research</i>. May 2016.	
Página web	