



# Universidad Complutense de Madrid

## Departamento de Organización de Empresas y Marketing

<b>Nombre del profesor/a</b>	Miguel Llorens Marín
<b>Categoría académica</b>	Profesor Asociado
<b>Dedicación</b>	Tiempo parcial
<b>Cargo y empresa actual*:</b>	Bayes Forecast. Business Consultant and New Product Development
<b>Facultad:</b>	CC. Económicas y Empresariales
<b>Teléfono</b>	91 3942438
<b>Correo electrónico</b>	mllorens@ucm.es
<b>Docencia</b> Integrated Marketing Communications (English tuition); Marketing y Nuevas Tecnologías (Master Idemcon).	
<b>Líneas de investigación.</b> Comportamiento de consumidor (Marcas de distribuidor y productos ecológicos, desperdicio de alimentos). Nuevas tecnologías aplicadas al comercio minorista. Efecto de las promociones de venta y la publicidad. Economía colaborativa. Movilidad y transporte eléctrico	
<b>Grupos, proyectos y cátedras de investigación.</b> Miembro de Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente. UCM. "Incorporación de los procesos de foto-elicitación en la mejora del aprendizaje del alumnado y de la formación del profesorado universitario". 2018-2019 / Miembro del Proyecto de Investigación del MEC "Cibercampaña, Cyberperiodismo y Ciberactividad del Electorado". CSO2012-21799-C02-01 (subprograma CPOL). 2011-2012 / Miembro del PICAM "Diseño de un sistema de información sobre la oferta turística en la Comunidad de Madrid". CCG10-UCM/HUM-5148 . 2011y 2012 (24 meses).	
<b>Publicaciones destacadas (máximo 5).</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• "El factor de la percepción de control como determinante en la intención de compra de productos ecológicos". Innovar, 24(54), 139-152. 2014. ISSN: 0121-5051 (con Puelles M. y Talledo, H.)</li><li>• "Consumer behaviour and brand preferences in Organic Grocery Products. Store Brands vs Manufacturer Brands". Innovative Marketing Journal (ISSN 1814-2427). Vol. 7, Issue 3, 2011. (con M. Puelles y M. Manzano, R)</li><li>• " Retail Brand Building Through Promotional Communication: A Study That Focuses on Category Killers Promotional Flyers". Chinese Business Review, March 2011, Vol.10, Issue.3, 217-225.ISSN 1537-1506.(Manzano, R.; Ferrán, M. y Puelles, M)</li><li>• "Un modelo de análisis del efecto de la promoción de ventas en productos de gran consumo". Revista Portuguesa de Marketing. 021 (2007): 7-13. ISSN: 0873-2949 (con Martín-Dávila, M. y Lévy Mangin, J.P.)</li><li>• "El adelanto de la compra como efecto de la promoción de ventas en productos de gran consumo". Ciencia ergo sum. Vol. 13. Num. 1, marzo-junio 2006. 15-25. ISSN 1405-0269 (con Martín-Dávila M. y Lévy Mangin, J.P.)</li></ul>	
<b>Página web</b> <a href="http://es.linkedin.com/in/mllorens">http://es.linkedin.com/in/mllorens</a>	

\* En caso de dedicación a tiempo parcial.