



# Universidad Complutense de Madrid

## Departamento de Organización de Empresas y Marketing

<b>Nombre del profesor/a</b>	Belén Rodríguez Cánovas
<b>Categoría académica</b>	Profesor ayudante doctor
<b>Dedicación</b>	Tiempo completo
<b>Facultad:</b>	Facultad de Comercio y Turismo
<b>Teléfono</b>	91-394.67.44
<b>Correo electrónico</b>	brcanovas@ucm.es
<b>Docencia</b> Investigación de mercados turísticos, grado en turismo. Investigación comercial, grado en comercio. Fundamentos de empresa y marketing, grado en estadística. Investigación de mercados, grado en ADE.	
<b>Líneas de investigación</b> Valor de marca, RSC y sostenibilidad, modelos predictivos	
<b>Grupos, proyectos y cátedras de investigación</b>	
<b>Publicaciones destacadas (máximo 5)</b> Illia, L., Romenti, S., Rodríguez-Cánovas, B., Murtarelli, G. & Carroll, C. (2017). Exploring corporations' dialogue about CSR in the digital era. <i>Journal of Business Ethics</i> , 1-20. Abril, C. & Rodríguez-Cánovas, B. (2017). It is not the awareness but the familiarity! Revisiting private label's brand equity: an abstract. <i>Proceedings of the 2016 Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress</i> , 12. Abril, C. & Rodríguez-Cánovas, B. (2016). Marketing mix effects on private labels brand equity. <i>European Journal of Management and Business Economics</i> , 25(3), 168-175. Illia, L., Zygliopoulos, S.C., Romenti, S., Rodríguez-Cánovas, B. & Del Valle, A.G. (2013). Communicating corporate social responsibility to a cynical public. <i>MIT Sloan management review</i> , 54 (3), 2. Bonaiuto, M., De Dominicis, S., Illia, L., Rodríguez-Cánovas, B. & Lizzani, G. (2013). Managing employer brand attributes to attract potential future leaders. <i>Journal of Brand Management</i> , 20(9), 779-792.	
<b>Página web</b>	