

JOSÉ MANUEL PONZOA CASADO

Universidad Complutense de Madrid.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
Edificio 6, Despacho 38. Tfno. 91 394 25 32
jmponzoa@ccee.ucm.es jmponzoa@hotmail.com

DATOS ACADÉMICOS

- Profesor Titular Interino del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad Complutense de Madrid.
- Profesor Asociado en el ESIC de Madrid.
- Profesor en cursos de post-grado:
 - Master en Dirección Marketing: Universidad Complutense.
 - Master en Gestión de Empresas Hoteleras: Universidad Complutense.
 - Master en Marketing: Universidad de Valencia-Escuela de Negocios Luis Vives.
 - Master en Marketing Relacional: ESIC-ICEMD.
- Doctor en Investigación Comercial y Marketing. Universidad Complutense de Madrid.
- Licenciado en Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.
- Estudios de Post-grado:
 - Comunicación Financiera. Universidad Complutense, Madrid.
 - Competitive Advantage. RSM, Rotterdam.
 - Marketing Strategy. INSEAD, Fontainebleau.
 - Strategy and Implementation. LSE, London.

DATOS PROFESIONALES

- 1991-1997: Consultor de Marketing en MS-C, SA.
- 1997-1999: Brand Marketing Manager en C.C. Carrefour, SA.
- 1999-2007: Marketing Manager en Turyocio (Grupo Santander)
- 2007-Actual: Marketing Manager en ANEKIS Marketing Relacional, SA (Grupo Santander)

ÚLTIMAS PUBLICACIONES EN REVISTAS

- Ponzoa, J.M. y Reinares, P. (2010): "Loyalty Programmes as a tourism service sales channel", *Tourism Review*, Vol. 65, No. 3 pp. 35-45.
- Ponzoa, J.M. y Reinares, P. (2010): "Los Programas de Fidelización como plataforma de venta directa: clasificación de los titulares según la redención de billetes aéreos", *Cuadernos de Gestión*, Vol. 20, número especial, pp. 197-213.
- Reinares, P. y Ponzoa, J. M. (2008): "Improving management of multi-sponsor loyalty programmes based on the rewards preferred by consumers", *Journal of Customer Behaviour*, Vol.7, No. 2, pp.121-134.
- Reinares, P. y Ponzoa, J. M. (2008): "Evaluation of cost per contact and cost per response in interactive and direct media planning", *Direct Marketing: An International Journal*, Vol.2, No. 3, pp.159-173.

LIBROS PUBLICADOS

Marketing Relacional: Un nuevo enfoque para la seducción y fidelización del cliente (2004). Pearson Educación, Madrid. Coautor junto a Pedro Reinares Lara.

LINEAS DE INVESTIGACIÓN

Marketing Turístico. Marketing Relacional. Fidelización y Lealtad del cliente. Marketing Directo. Distribución Comercial. Marcas del Distribuidor. Identidad Corporativa. Marketing deportivo.