

Nombre: **Miguel Llorens Marín**

Contacto: mllorens@cc.ee.ucm.es

FORMACION ACADÉMICA

- **Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.** **1998- 2003**
Sobresaliente 'Cum Laude'. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de CC. Económicas y Empresariales. Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Título Tesis: 'El Impacto Promocional en Productos de Gran Consumo'.
- Diploma postgrado 'Chartered Institute of Marketing'. Reino Unido **1995**
- **Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.** **1987-1992**
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. Especialidad Comercialización.
- Licenciado en Ciencias Empresariales, Especialidad Marketing. **1991-1992**
MIDDLESEX UNIVERSITY, Londres, Reino Unido. Beca ERASMUS.
- Diplomado en Relaciones Laborales. Escuela Social de Madrid. **1990-1994**

EXPERIENCIA DOCENTE

- Profesor Asociado. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de CC.EE. y Empresariales. Dpto Comercialización e Inv. de Mercados. Cursos de 03-04 a actual.
- Cursos de doctorado impartidos en 08-09 y 09-10. UCM. Fac.CC.EE.yEE.
- Profesor Asociado. Universidad Carlos III de Madrid. Dpto de Economía de la Empresa. Asignatura Gestión del Marketing Internacional. Cursos de 04-05 a 07-08.
- Co-director del Master de Gestión de Hoteles con Carácter. Universidad Europea de Madrid (2004-2008). Profesor del módulo de marketing turístico.
- Profesor del MBA de Turismo de "Vatel International Business School". Asignatura: Estrategia de Comunicación y Promoción en la Hostelería". 15h. Curso 10/11.
- Profesor de módulo de Técnicas y estrategias promocionales en el 'Master de Marketing Promocional' de la U. Complutense de Madrid. Cursos 04/05 y 05/06.
- Profesor del Módulo de Marketing Promocional en 'Master de Marketing'. Centro Superior de Estudios de Gestión, Análisis y Evaluación (U. Complutense de Madrid). (Desde curso 01/02 hasta 07/08).

EXPERIENCIA INVESTIGADORA

- 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". 2011/2012
- Artículo (en última revisión noviembre 2012): "Aplicación de la Teoría del Comportamiento Planificado en la detección de diferencias en la intención de compra de productos ecológicos entre Marcas de fabricante y Marcas de distribuidor". Innovar - Revista de Ciencias administrativas y sociales. ISSN: 0121-5051
- Evaluador de la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP), para evaluar la calidad científico-técnica de los proyectos que solicitan financiación pública. 2012.
- Artículo: "Consumer Patterns and brand preferences in Organic Grocery Products. Store Brands vs Manufacturer Brands". Innovative Marketing Journal (ISSN 1814-2427). Vol. 7, Issue 3, 2011
- Artículo: "Retail Brand Building Through Promotional Communication: A Study That Focuses on Category Killers Promotional Flyers". Chinese Business Review, ISSN 1537-1506 March 2011, Vol. 10, No. 3, 217-225.

- Coautor del libro: Marcas de distribuidor (MDD). Concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos. Ediciones Pirámide. 2011. ISBN: 978-84-368-2467-4
- Ponencia presentada en 11º Forum Internacional de Marketing de la UCM. "Understanding consumer patterns and brand preferences in organic grocery products. Store brands vs. manufacturer brands". Noviembre 2010.
- Ponencia presentada en 11º Forum Internacional de Marketing de la UCM. "Understanding integrated communication at retailing. A study that focuses on category killer promotional flyers". Noviembre 2010.
- Miembro del comité organizador del 11º Forum Internacional de Marketing de la UCM. Noviembre 2010
- Ponencia presentada en 8ª Conferencia Internacional de la IAMB (International Academy of Management and Business). "Brand relevance for organic food. Analysis of consumer attitude and perception towards manufacturers brands vs. store brands". Madrid 28-30 junio 2010.
- Presentación de comunicación en VI Jornada Campus Virtual UCM. "Diseño y aplicación al Campus Virtual de casos multiasignatura como medio para incentivar el aprendizaje y participación del profesorado". Seleccionada para poster. 2010. Ref. Revista/Libro: Electrónico En Campus Virtual UCM. ISBN: 978-84-694-4095-7
- Miembro de Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente. UCM. "Adaptación de la metodología docente en marketing al EEES y al mercado laboral: Elaboración de Casos reales de empresa y administración con apoyo de las nuevas tecnologías". Libro de casos prácticos en preparación. 2009/2010.
- Coautor del Libro: La investigación de promoción de ventas en España. Edit Netbiblo, 2007. ISBN 978-84-9745-065-2.
- Artículo: "Un modelo de análisis del efecto de la promoción de ventas en productos de gran consumo". Revista Portuguesa de Marketing 2. 021 (2007): 7-14.
- Artículo: "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.
- Ponente en Forum Internacional de Marketing de la UCM, Madrid (2005); Ponencia publicada por la UCM. 'El efecto de la promoción de ventas en categorías maduras de Gran Consumo'
- Ponente en Forum Internacional de Marketing de la UCM, Madrid (2001); Ponencia publicada por la UCM. 'La Medición del Impacto Promocional en el Gran Consumo'
- Evaluador de trabajos, miembro del comité científico. XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, Madrid 2005.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

BAYES FORECAST, Modelos predictivos de venta. (www.bayesforecast.com)

- **Customer Service Manager. Análisis de inteligencia de negocio.** *Abril 2011 – actualidad*

Cliente "The Coca Cola Company" en: Rusia, Italia, Polonia, Grecia, Suiza, Argentina, Chile, Perú, India, Tailandia, etc.

ECOOO, Energía Solar Fotovoltaica. (www.ecooo.es)

- **Director de Marketing** *Abril 2010 – Marzo 2011*

RUSTICAE, Selección de hoteles de Calidad. (www.rusticae.es)

- **Director de Unidad de Negocio. Cliente Particular.** *Enero 2007 – Marzo 2010*
- **Director de Calidad y Nuevos Negocios.** *Nov. 2003 – Dic.2006*

DIAGEO ESPAÑA. Madrid (www.diageo.com)

- **New Business Analyst.** Dto Estrategia y Nuevos Negocios *Nov 01 – Oct. 2003*
- **Jefe de Cuenta Grandes Clientes.** Grupo Eroski, Mercadona, Intermarche. *Sep 98- Oct 01*
- **Brand Manager.** Marcas de Licores de Cremas Hostelería. *Ene 98- Ago 98*

DIAGEO UK. Harlow, Reino Unido.

Ene 97 – Dic 97

- **Brand Manager** Marcas de Vino de Jerez (Tio Pepe y Croft Original) y de Desarrollo de nuevas marcas.

DIAGEO ESPAÑA. Madrid

Jun 96 – Dic 96

- Jefe de Cuenta Junior. Planificación del gasto comercial de Cuentas Nacionales.

WELLA GREAT BRITAIN. Basingstoke, Reino Unido (www.wella.com)

Oct94 – Ago95

- **Trade Marketing Assistant.** Canal profesional (peluquerías)

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- Presentaciones Cuantitativas Eficaces. (12 horas). Adecco Training, Fondo Social Europeo y Fundación Tripartita. Septiembre 2011.
- Curso de Formación en Plataforma de Campus Virtual WebCT. (4 horas). Unidad de Apoyo Técnico y Docente, UCM. 2011.
- Curso de Técnicas de Aprendizaje Cooperativo. (10 horas). Instituto de Ciencias de la Educación, UCM. 13 y 14 septiembre 2007
- Curso de Formación en Plataforma de Campus Virtual WebCT. (6 horas). Unidad de Apoyo Técnico y Docente, UCM. Marzo 2006.
- Curso de Competencias comunicativas en el aula. (20 horas). Instituto de Ciencias de la Educación, UCM. 20 a 24 junio 2005
- Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP). 1994
- **Excelente Nivel de Inglés:** Uso habitual ; **Portugués:** Nivel básico.

Actualizado: febrero 2013