



CV ABREVIADO

Doctor en Ciencias de la Información, autor de una veintena de artículos, varios de ellos en revistas indexadas con índice de calidad relativo, tanto de ámbito nacional como internacional. Entre ellos, destacan los publicados en el Journal of Administrative And Social Sciences, el European Journal of Engineering Education, o Información Comercial Española (ICE).

Durante los últimos años ha publicado una decena de libros, y más de quince aportaciones en forma de capítulos de libros y contribuciones a actas de congresos de prestigio. Entre ellos se encuentran Nuevas Tendencias en Comunicación (Ed. ESIC), Estrategias y Planificación en Marketing: Métodos y Aplicaciones (Ed. Pirámide) o Imagen Corporativa: Influencia en la Gestión Empresarial (ed. ESIC).

Ponente en cerca de veinte congresos de relevancia a nivel nacional e internacional, entre los que destacan la EMAC Conference en Milán, la ANZMAC Conference en Australia, o la International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (Turkey).

Ha participado en diecisiete proyectos de investigación de relevancia, participando como Investigador Principal en doce de ellos. Además, es miembro investigador del Grupo de Investigación en Marketing, Comportamiento del Consumidor y Modelización MARKCO2 de la Universidad Complutense de Madrid.