



PILAR SANCHEZ GONZALEZ

Doctora en Economía de la Empresa: “Marketing Halal: un estudio empírico en España”. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid. Licenciada en Ciencias Políticas. Y Licenciada en Sociología. Universidad Complutense. Madrid.

Desde 1986, su experiencia profesional se ha desarrollado en diferentes empresas, nacionales e internacionales, en los departamentos de marketing.

Investigadora principal del grupo “Internacionalización y marketing one to one” en ESIC. Miembro investigador de REDOR (Red de Desarrollo de las Organizaciones). Universidad de Guanajuato. México.

Coordinadora y coautora de libros como: Ética, marketing y finanzas islámicas. El consumidor musulmán. ESIC. Banca tradicional y alternativa. OMM. Turismo Halal en España. OMM, etc. Y autora de diferentes capítulos de libros. Cuenta asimismo con numerosas publicaciones en diferentes revistas científico-académicas (*International Journal Scientific Management Tourism, Opción, Historia y Comunicación Social, Stato Chiese*, etc.)

Desde 2014, miembro de diferentes PIMCD’s en la faculta de Comercio, de la Universidad Complutense.

Ponente en decenas de congresos de ámbito nacional e internacional (CINAIC, CITURS, CUICIID, FECIES, ICCTOUR, SEECI, TMS, etc.),

Colabora con diferentes instituciones internacionales: Perú, Lima, ESAN. Francia, Pau, Groupe ESC (Groupe Ecole Superieure de Commerce de Pau). Alemania, Dortmund, Fachhochschule, University Applied Sciences and Arts, Etc.