

CURRICULUM VITAE – CARLOTA LÓPEZ AZA

Teléfono: 913942438

Correo electrónico: carlop14@ucm.es

Dirección: Dpto. Marketing. Facultad de CC. Económicas y Empresariales.

Pabellón 6 (Caracolas) - Despacho 045

Campus de Somosaguas. 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)



Identificadores



| PCD | Activismo corporativo | RSC | Comunicación

EXPERIENCIA LABORAL

2022-Actualmente: **PROFESORA CONTRATADA DOCTORA** del departamento de Marketing de la UCM.

Área: Comercialización e Investigación de mercados.

Asignaturas impartidas Grado: Fundamentos de Marketing, Comunicación Comercial, Distribución comercial, Comportamiento del consumidor, dirección 7TFG, coordinadora 2 asignaturas.

Asignaturas impartidas Posgrado: Estrategia y Gestión de Marketing (MBA), Comunicación en Marketing y Distribución Comercial (Máster IDEMCON), Marketing Estratégico (Máster propio PlayStation Talents en Marketing, Comunicación y Gestión de Videojuegos), dirección 10 TFM (Máster propio Alta Dirección Internacional), dirección de 4 TFM y tribunales de defensa (MBA, Máster IDEMCON), coordinadora de 2 asignaturas.

Gestión: Coordinadora del Máster MBA (Curso 20-21-actualmente), Coordinadora de inclusión de la FCCEE (Curso 20-21-actualmente), Coordinadora del área de Marketing del Máster IDEMCON (junio 20- marzo 21); Moderadora de contenidos web Facultad CCEE (curso 20-21), miembro de la Comisión de Evaluación de proyectos ApS (20-actualmente).

Otras tareas: Coodirectora de una tesis doctoral (en curso), miembro de varias comisiones del departamento, miembro del comité organizador del congreso Ethicomp2021. Investigadora Art.83.

2018-2022: Profesora ayudante doctora del de Organización de Empresas y Marketing de la UCM

2016-2018: Profesora asociada del departamento de Organización de Empresas y Marketing de la UCM

2018: Directora 9 TFM del Máster del Profesorado- especialidad economía. Facultad de Educación. UNIR

2018. Técnico de proyectos europeos. Escuela de Organización Industrial.

2017: Profesora titular certificado profesionalidad Investigación de Mercados. Comunidad de Madrid.

2015-2017: Técnico responsable de patrocinio y mecenazgo. Instituto Cervantes.

2011-2013: Técnico de comunicación y marketing. Fundación Ciudad de la Energía.

FORMACIÓN ACADÉMICA

2016 Doctora internacional Cum Laude. Tesis: *Responsabilidad y sostenibilidad: situación actual y perspectivas de tratamiento de la educación superior universitaria*. Universidad de León.

2016: Máster Formación del Profesorado de ESO, Bachillerato, FP e Idiomas. Universidad Nebrija.

2012: Máster Interuniversitario de Investigación en Economía de la Empresa. Universidad de León.

2010: Licenciada en Administración y Dirección de Empresas. Universidad de León.

RECONOCIMIENTOS

EVALUACIÓN EXCELENTE de mi actividad docente (Docencia UCM) en el periodo 2017-2018 y 2019 al 2022.

ESTANCIAS

Universidade da Beira Interior (Portugal, 2014).
ISM-Vadybos ir Ekonomikos Universitetas (Lituania, 2019)

INVESTIGACIÓN

Miembro GI: Gestión de Marca y Comunicación Integrada. Facultad CCII, UCM. <https://www.ucm.es/gestiondemarcas/>

Líneas: RSC, RSU, activismo corporativo, comunicación

1libro y 10 capítulos; 4JCR (Q1, Q2, Q3, Q4); 8SJR(Q1,Q2,Q3,Q4)

IDIOMAS

Inglés: C1 (Certificate in Advanced level- CAE)

INFORMÁTICA

Paquete office avanzado.
SPSS, PLS y AMOS.
Gestión campus virtual
Gestores bibliográficos

OTROS

Revisora JBE, Economic Research, AdResearch....

1 LIBRO Y 6 CAPÍTULOS DE LIBROS

Garrido Pintado P. y **López Aza, C.** (2022). Motivaciones y frenos de la aplicación de la gamificación y advergaming al sector turístico en España. In xxxxx (Eds.). *Narrativas emergentes para la comunicación digital*. Dikynson. (pp. xxx). ISBN: 78-84-1122-375-1. SPI General (2018): ICEE=458 (Q1). SPI Educación (2018): ICEE= 28 (Q1).

López Aza, C. (2021). CSR Communication. En E. Valbuena (Coord). *Corporate Social Responsibility*. (105-122). Madrid: ESIC Editorial. ISBN: 978841894403. SPI General (2018): ICEE=79 (Q1). SPI Economía (2018): ICEE=27 (Q1)

Sánchez Herrera, J., Pintado Blanco, T., y **López Aza, C.** (2021). Corporate Activism and Quality of Life: Starbucks Corporation Case Study. In M. Mercedes Galan-Ladero and Reynaldo G. Rivera (Eds.). *Applied Social Marketing and Quality of Life. Case Studies from an International Perspective*. (Chapter 22). Springer. ISBN: 978-3-030-83285-8. SPI General (2018): ICEE=670 (Q1). SPI Economía (2018): ICEE=88 (Q1). <https://link.springer.com/book/9783030832865>

López Aza, C., Pintado Blanco, T., y Sánchez Herrera, J. (2021). Beyond Business: Understanding the Foundations and Practices of Corporate Activism. In M.I Sánchez Hernández, L. Carvalho, C. Rego, M.R. Lucas y A. Noronha (Eds.), *Entrepreneurship in the Fourth Sector: Entrepreneurial Ecosystems and Sustainable Business Models* (pp. 331-356). Springer. ISBN: 978-3030683894. SPI General (2018): ICEE=670 (Q1). SPI Economía (2018): ICEE=88 (Q1). https://doi.org/10.1007/978-3-030-68390-0_16

López Aza, C. (2020). La comunicación de RSE. En E. Valbuena, y A. Monfort (Eds.), *Ética, Deontología y Responsabilidad Social Empresarial* (217-232). Madrid: ESIC Editorial. ISBN:978-84-18415-08-1. SPI General (2018): ICEE=79 (Q1). SPI Economía (2018): ICEE=27 (Q1)

López Aza, C. (2020). *Activismo de marca: una nueva estrategia de marketing*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-8436842906. SPI General (2018): ICEE= 405 (Q1). SPI nº1 Economía (2018): ICEE= 67 (Q1). SPI Comunicación: ICEE=18 (Q1) Entrevista: <https://www.cabalconsulting.com/activismo-de-marca-una-nueva-estrategia-de-marketing/>

López Aza, C. y Pintado Blanco T. (2020). *Las marcas activistas: evidencias desde la perspectiva de los presidentes ejecutivos (CEO)*. In O. Carrero, Monedero y C. Viñarás (Eds.). *La comunicación del siglo XXI* (pp. 115-126). Pirámide. ISBN: 978-84-368-4253-1. SPI General (2018): ICEE= 405 (Q1). SPI nº1 Economía (2018): ICEE= 67 (Q1). SPI Comunicación: ICEE=18 (Q1)

4 CAPÍTULOS DE LIBRO SOBRE INNOVACIÓN DOCENTE

Sánchez Herrera, J., Maestro Espinola, L., **López Aza, C.** y Pintado Blanco, T. (2022). Las aplicaciones móviles interactivas en el aula: un análisis evolutivo de sus efectos en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Información. In S. Parratt y C. Fernández (Eds.), *Investigación en docencia y comunicación. 50 años de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense* (pp. 221-237). Tirant lo Blanch. ISBN: 9788418802935. SPI nº1 general: ICEE=1037 (Q1). SPI Economía (2018): ICEE=18 (Q1). SPI Educación (2018): ICEE= 18 (Q1).

López Aza, C., Maestro Espinola, L., Pintado Blanco, T y Sánchez Herrera, J., (2022). *Apps móviles en el aula ¿son eficaces?: un análisis evolutivo de las percepciones de los estudiantes y de los efectos en su aprendizaje*. In L. Hernández Yáñez (coord.) *Jornada «Aprendizaje Eficaz con TIC en la UCM»* (pp. 141-153). Ediciones Complutense. ISBN: 978-84-669-3754-2.

López Aza, C., Martín Martín, M.C., Cordón Benito, D. y Pintado Blanco, T. (2021). Innovación Docente e Investigación en Educación y Ciencias sociales. *Proyecto de Aprendizaje –servicio para el Consumo sostenible en jóvenes desde las redes sociales*. (pp. 131-145). Dikynson. ISBN: 978-84-1122-007-1. SPI General (2018): ICEE=458 (Q1). SPI Educación (2018): ICEE= 28 (Q1).

López Aza, C., Sánchez Herrera, J., & Pintado Blanco, T. (2020). Innovación Docente e Investigación en Educación y Ciencias sociales. *Las aplicaciones móviles interactivas y sus efectos en la educación superior en marketing*. (pp. 1039-1057). Dikynson. ISBN: 978-84-1324-562-1. SPI General (2018): ICEE=458 (Q1). SPI Educación (2018): ICEE= 28 (Q1).

TRANSFERENCIA

Artículo 83. Investigadora en el proyecto: *Plan de formación de transformación digital a medida para la Escuela de Inspección de Trabajo y Seguridad Social*. CLIENTE: Escuela de Inspección de Trabajo y Seguridad Social, Ministerio de Trabajo y Economía Social. IMPORTE: 15.891,32 euros. FECHAS: 22.09.21-15.06.22

Artículo 83. Investigadora en el proyecto *Plan de formación para la transformación digital*. Escuela de Inspección de Trabajo y Seguridad Social, Ministerio de Trabajo y Economía Social. FECHAS: 6.10.22-

15 PUBLICACIONES CIENTÍFICAS

Sánchez Herrera, J., Pintado Blanco, T., **López Aza, C.** & Gutierrez P. (2023). The side effect of political standing: Corporate Activism and its impact on stock returns. Politics and Governance's issue Hate Speech, Demonization, Polarization, and Political Social Responsibility. *Politics & Governance*, xx **[JCR 1,775, Q3, SOCIOLOGY AND POLITICAL SCIENCE; SJR: 0,55, Q1 SOCIOLOGY AND POLITICAL SCIENCE]**. Aceptado

López Aza, C., Pintado Blanco, T., Sánchez Herrera, J (202x). Empresas con valores: un modelo conceptual del activismo corporativo. *Palabra Clave*, XXX **[SJR 0,29; Q2, MISCELLANOUS]**

Sánchez, J., Pintado, T., **López-Aza, C.** (2022). Companies Taking a Stand: The Effect of Corporate Activism on Wall Street. *Global Business Review*, 0(0) **[SJR 0,45; Q2, BUSINESS & INTERNATIONAL MANAGEMENT]** <https://doi.org/10.1177/09721509221130151>

Doñé de los Santos, N., Pintado Blanco, T., **López Aza, C.** (2021). Descolonizando la comunicación del turismo comunitario en países en vía de desarrollo. *Colección Mundo Digital de Revista Mediterránea de Comunicación*, pp. 41-48. **[SJR 0,39; Q2 COMUNICACIÓN]**. doi: 10.14198/MEDCOM/2021/18

Villagra, N., Clemente-Mediavilla, J., **López-Aza, C.**, Sánchez-Herrera, J. (2021). When polarization hits corporations: the moderating effect of political ideology on corporate activism. *Profesional de la información*, 30(6), e300602. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.02> **[JCR 3,596, Q2, COMUNICACIÓN 54/94; SCOPUS: SJR 0831, Q1 COMUNICACIÓN]**

López Aza, C., Pintado Blanco, T., y Sánchez Herrera, J. (2020). CEOs activistas: Un análisis descriptivo de los presidentes ejecutivos y sus posturas sociales y políticas. *Docfradis*,04, 1-24 <https://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/docfradis-ceos-activistas--un-analisis-descriptivo-de-los-presidentes-ejecutivos-y-sus-po-es.html>

Sánchez Herrera, J., **López Aza C.**, y Pintado Blanco, T. (2020). Activismo corporativo: ¿moda o estrategia de comunicación de marca? *Harvard Deusto Marketing y Ventas*, 162, 6-13 Disponible en: <https://www.harvard-deusto.com/activismo-corporativo-moda-o-estrategia-de-comunicacion-de-marca>

López-Aza, C., Vázquez, J.L. y Lanero, A. (2019). La Responsabilidad Social Universitaria como estrategia de marketing en la Universidad. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación. aDResearch ESIC*, 19 (19), pp:56-85. <https://doi.org/10.7263/adresic-019-04>

Vázquez J.L.; **Aza C.L.**; Lanero A. (2016). Citizens' Perceptions on Social Responsibility in Public Administration Organizations: A Case Study on Spain, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*,48 E, pp. 166-183. **[JCR 0,456; Q4; 42/47 PUBLIC ADMINISTRATION; SCOPUS: SJR 0,166; Q4, PUBLIC ADMINISTRATION 101/154; STRATEGY AND MANAGAMENT]**

Vázquez J.L.; **Aza C.L.**, Lanero A. (2016). University Social Responsibility as antecedent of students' satisfaction, *International Review on Public and Nonprofit Marketing*,13 (2), pp 137-149 **[SJR 0,264; Q3, MARKETING 99/159 &ECONOMICS &ECONOMETRICS 543/1006]**

Lanero, A., Vázquez, J.L., &**Aza, C. L.** (2015). Social cognitive determinants of entrepreneurial career choice in university students. *International Small Business Journal*,34 (8). 1053-1075**[JCR 3,677; Q1;24/121 BUSINESS; 26/194 MANAGEMENT; SJR 2,054; Q1, BUSINESS & INTERNATIONAL MANAGEMENT; STRATEGY & MANAGAMENT]**

Vázquez J.L.; **López-Aza C.**; Lanero, A. (2015). University Social Responsibility as Antecedent of Students' University Experience, *Responsibility and Sustainability*, 3(3), pp: 33-46

Vázquez J.L.; **Aza C.L.**; Lanero, A. (2014). Are students aware of university social responsibility? Some insights from a survey in a Spanish university. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 11 (3), pp. 195-208. **[SJR 0.261; Q3; MARKETING 97/181 ECONOMICS & ECONOMETRIC 539/960]**

Vázquez J.L.; **Aza C.L.**; Lanero, A. (2014). Responsible human resources management in the university – a view of Spanish students. *HUMAN RESOURCES MANAGEMENT & ERGONOMICS. VIII*, 118-128.

Vázquez J.L.; Aza C.L.; Lanero, A. (2014). Students' Experiences of University Social Responsibility and Perceptions of Satisfaction and Quality of Service. *EkonomskiVjesnik, God. XXVIII*, pp. 25-39

CONGRESOS

2 Póster

CIDICO 2021. III Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior. *Consumo sostenible en jóvenes: prevención desde la comunicación comercial en las redes sociales* Madrid (16-20 noviembre 2021).

CIDICO 2019. I Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior. *El uso de la rúbrica como herramienta de coevaluación en la educación superior en marketing*. Madrid (20-21-22 noviembre 2019).

22 Comunicaciones orales y ponencias:

Digit-all 2022. I Congreso Internacional de Nuevas Narrativas en la Sociedad Digital. *Advergaming y turismo: motivaciones y frenos de la gamificación en la era del marketing digital*. (16-17 junio 2022).

CIDICO 2021. III Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior. *El Aprendizaje –servicio como estrategia del fomento del Consumo Sostenible*. Madrid (16-20 noviembre 2021).

II Congreso Internacional Comunicación Especializada en la Sociedad de la Información. El turismo comunitario como alternativa sostenible al todo incluido desde una perspectiva descolonial. Málaga – Virtual. (18-19 noviembre 2021).

III Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA). *Descolonizando la comunicación del turismo comunitario en destinos en vía de desarrollo*. Alicante- Virtual (19-22 octubre 2021).

ONLINE EMAC 2021 Annual Conference (25-28 de mayo 2021). ESIC Business & Marketing School. Madrid

- Do or do not: factual corporate activism impact on stock prices
- Antecedents and effects of corporate activism: a consumer-based approach

II Congreso Latinoamericano de Marketing Social. *La influencia del activismo corporativo sobre el valor de marca: un análisis sectorial de sus efectos*. Virtual. Uruguay (9-10 de septiembre de 2020).

CIDICO 2019. I Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior. *Las aplicaciones móviles interactivas y sus efectos en la educación superior en marketing* Madrid (20-22/11/2019)

CUICIID 2019. Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. *Las marcas activistas: evidencias desde la perspectiva de los presidentes ejecutivos (CEO)*. Virtual (23-24 de octubre de 2019).

XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2019. Ponencia *Una aproximación teórica al activismo de marca: propuesta de un modelo conceptual*. Cáceres (11-13/09/2019). ESIC. ISBN: 978-84-17914-48-9

Symposium on ethics and social responsibility research. *Can Student's Perceptions of USR have influence on Satisfaction, Perceived Quality of Service and Credibility?* University of Extremadura. (28-29 mayo 2015) Comunicación oral.

11th International Scientific Conference: Human potential development, an innovative trends and conclusions for XXI century. *Expectations of responsible human resources management in three institutional contexts – a survey study in Spain*. Higher Hanseatic School of Management Slupsk, Poland (junio 2014).

European group for Public Administration (EGPA). *Are Students aware of USR? Some insights from a Survey in a Spanish University*. University of Edinburgh, Escocia. (septiembre 2013).

12-13-14 and 19th International Congress of on Public and Non-Profit Marketing:

- *Los efectos del activismo corporativo en el valor de marca, ¿merece la pena?* Virtual. León-Ponferrada (2-4 julio 2020). <http://contenidosdigitales.uned.es/fez/view/intecca:GICCU-5f562014c85c15231cae8137>
- *University social responsibility as a previous university experience*. FUCAPE Business School, Brasil (24-27 junio 2015).

- *Value creation and quality of life improvement*. Faculty of Economics Osijek, Croatia (junio 2014).
- *University Social Responsibility as a Marketing tool for Higher Education Institutions. A Survey to Spanish Students*. Universidad Las Palmas de Gran Canaria (junio 2013).

I-VI Congreso internacional de casos docentes en marketing público y no lucrativo. Universidad de León; Universidade da Beira Interior; Universidad de Granada; Escola Superior de Tecnologia e Gestão (Portugal); Universidad de Badajoz; Coimbra Business School (2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014).

6 Ponencias en cursos y jornadas

Curso de la Oficina Aprendizaje-Servicio UCM. Ponente 4,5h. Praxis para el diseño de proyectos de Aprendizaje-Servicio en educación superior. 17-28 de noviembre 2022

Producción local y consumo sostenible: realidad, perspectivas y desafíos del ODS 12 en España, Europa e Iberoamérica *Cómo fomentar promociones de ventas más sostenibles y evitar consumo irresponsable*. Curso de verano Universidad de León. 12-13-14 julio de 2021.

Aprendizaje Eficaz con TIC en la UCM. *Apps móviles en el aula ¿son eficaces?: un análisis evolutivo de las percepciones de los estudiantes y de los efectos en su aprendizaje*. UCM. 23 de junio de 2021

Global week 2021. *Differences between CSR and Brand Activism*. University of Hertfordshire (UK). 22-26 febrero 2021.

Jornada Socialmente Responsables 2016 y 2020. Universidad de León.

- *La Universidad también es Responsable: La RSU*. 19 de diciembre 2016
- *Marcas activistas: más allá de la RSC*. 21-22 de diciembre de 2020

Jornada de Aprendizaje Servicio en la UCM: límites y potencialidades. *Consumo sostenible en jóvenes: prevención desde la comunicación comercial en las redes sociales*. UCM. 18 de diciembre de 2020.

7 PROYECTOS DE INNOVACIÓN

- Responsable de los proyectos aprendizaje-servicio UCM 22-23: *El consumidor consciente: un enfoque del consumo sostenible a través del aprendizaje – servicio*; 21-22: *26 La comunicación comercial y la Generación Z: una visión desde la sostenibilidad en el consumo* y 20-21: *20 Consumo sostenible en jóvenes: prevención desde la comunicación comercial en las redes sociales*.
<https://www.ucm.es/apsconsumosostenible>
- Miembro del equipo de los siguientes proyectos de innova-docencia UCM:
 - Curso 22-23. ¡Juntos hacia la meta!: el aprendizaje colaborativo en la tutorización de TFG y TFM.
 - Curso 21-22: ¿Hay alguien ahí?: La docencia bimodal y el uso de las aplicaciones móviles interactivas en clase
 - Curso 20-21: *Las aplicaciones móviles interactivas en la docencia bimodal: análisis evolutivo de la satisfacción de los estudiantes y de la implicación del alumnado en presencial y online*;
 - Curso 19-20: 191. *Las aplicaciones móviles interactivas en el aula: análisis evolutivo de la satisfacción de los estudiantes y efectos en su percepción del aprendizaje*;
 - Curso 18-19: 207. *Las aplicaciones móviles interactivas en el aula: análisis evolutivo de sus efectos en el aprendizaje e implicación del alumno y propuestas de mejora para la docencia*
- Miembro del equipo del proyecto de innovación docente de la ULE 2014: *Aprendizaje colaborativo en red basado en problemas para el desarrollo de competencias empresariales y transversales*

CURSOS DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO:

Organizados por la UCM:

- Resiliencia y liderazgo en el desempeño profesional de la UCM. 12h. 2022
- Two2Tango: Tandems for teaching in the international classroom. UCM and Karolinska Institutet 80h. 2022
- Cómo diseñar pedagógicamente una programación docente. 15h. 2021
- Comunicación Inclusiva. 20h. 2021
- La autoevaluación en el programa docencia. Análisis de fortalezas y debilidades. 25h. 2021

- Mentor-ing. 2021. Mentorías entre profesores en la enseñanza en inglés en la UCM.30h. 2021
- El papel de las universidades en la Agenda 2030 de UN. 3h. 2021
- Microsoft Teams para la docencia. 3h. 2021
- Escuela de doctorado. Taller sobre dirección de tesis doctorales. 4 h. 2020
- Principios preventivos ante la vuelta presencial al trabajo. 3h. 2020
- Competencias básicas para la Educación Online. 5 sesiones.5h.2020
- Escuela de Doctorado: Herramientas de Prevención del Plagio en Tesis Doctorales. 25h. 2020
- Cuestionarios en Moodle. 24h. 2020
- Presentaciones eficaces con PowerPoint. 46 horas. 2020
- La evaluación en los tiempos del COVID-19. 4h. 2020
- La gamificación: una herramienta para la docencia de métodos cuantitativos en CCSS. 2h. 2019.
- Corrección y estilo: producción de textos en el ámbito académico. 20h. 2019.
- Uso de simulador para formadores. Organizado por Praxis Hispania y UCM. 8h. 2019.
- Estrategias de éxito en la solicitud de PAD y PCD. 10h. 2019
- Proyectos Erasmus + KA2 asociaciones estratégicas. 8h. 2019
- Uso y herramientas del software antiplagio Turnitin para el Campus Virtual. 7h. 2017 y 2019.
- Inglés PDI. Nivel C1 y C2. 88h. 2018 y 2019.
- English for academic networking. 20h. 2018.
- Búsqueda y tratamiento de la información. 20h. 2017.
- Ocho estrategias para trabajar las competencias básicas en los grados. 30h. 2017.
- Introducción a la metodología Flipped Learning. 10h. 2017.
- Internacionalización de la docencia universitaria interdisciplinar. 20h. 2017.

Organizados por la UNIR:

- Creación de recursos audiovisuales. 25h. 2018.
- Metodologías activas en el proceso de enseñanza y aprendizaje. 125h. 2018.
- Introducción Modelos de Ecuaciones Estructurales. SPSS-AMOS. 20h. 2018.

OTROS CURSOS:

Inglés nivel C1.1, C1.2, C2. Idiomas Complutense. 180h. 2017-2020.

EXPERTO UNIVERSITARIO en Relaciones Institucionales y Protocolo. Organizado por la UNED. 750h. 2020

Inmersión en inglés. Nivel C1. Organizado por el Ministerio de Educación y UIMP. 120h. 2017-2018-2019.

Marketing Cultural, Comunicación Digital y Social Media. Organizado por IGECA y la UEMC. 40h. 2017

Mecenazgo y Financiación Cultural: Nuevos Modelos. Organizado por IGECA y la UEMC. 40h. 2017.

Gestión y evaluación de la calidad de los servicios públicos. Organizado por AEVAL. 80h. 2016.

Iniciativa emprendedora. Organizado por EOI y ULE. 150h. 2014.

La RSC: desafíos y oportunidades. Organizado por el Observatorio de la RSC. 125h. 2012.