

Dr. José Manuel Ponzoa Casado

Doctor en Investigación Comercial y Marketing

Título de la Tesis Doctoral: "Programas de fidelización de clientes: Estudio empírico de la sobre la efectividad de los canales de comunicación directa e interactiva en la dinamización de ventas y relaciones".

Universidad Complutense de Madrid. Dpto. Investigación Comercial y Marketing. España, 2007. Sobresaliente cum laude.

Postgrado

- Programme on "Innovation & Entrepreneurship". MIT. Boston. USA. 2019.
- Digital Business Executive Programme (DIBEX). ISDI. Madrid. 2018.
- Programme on "International Digital Business". ISDI- RCC Harvard. Boston. USA. 2015.
- Programme on "Value Chain Strategy". Rotterdam School of Management. Rotterdam. Netherlands. 2004.
- Executive Programme on "Marketing Management". INSEAD. Fontainebleau. La France. 2003.
- Executive Programme on "Strategy and Implementation". LSE. London. UK. 2001.
- Programa Superior en "Comercio Electrónico". CEF. Madrid. España. 2000-2001.

Formación Universitaria

- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas. UCM. ESPAÑA, 1989.
- Experto en Comunicación Financiera. UCM. ESPAÑA, 1990.

Experiencia Profesional

- Director de Marketing. Diferentes empresas Grupo Santander. 1999-2017
- Brand Marketing Manager. Carrefour, SA. 1997-1999.
- Consultor de Marketing. MSC, SL. 1991-1997.

Experiencia Docente

- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE. Profesor a tiempo completo desde 2022.
- ESIC University. Director del programas y profesor a tiempo completo. 2021-2022.
- ESIC Business & Marketing School. Director del departamento académico de marketing y profesor a tiempo completo. Enero 2017- agosto 2021.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE. Profesor a tiempo parcial. Enero 2007 a febrero 2018.
- UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Ponente. 2008-2010.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA. 2002-2008. Ponente.
- UNIVERSIDAD EUROPEA. 2001-2007. Ponente.

Acreditaciones

- Acreditado Agencias Autonómicas (ACAP): Profesor Ayudante Doctor.
- Acreditado Agencias Autonómicas (ACAP): Profesor Doctor de Universidad Privada.
- Acreditado Agencias Autonómicas (ACAP): Profesor Contratado Doctor.
- Fellow of the Higher Education Academy.

Miembro de

- I.P. actualmente y desde 2020 del Grupo de Investigación: Empresas, Instituciones y Consumidores en el entorno del Marketing Digital y la Tecnología - CICDMT- ESIC-1-M-2020. ESIC 2020.
- Miembro actualmente y desde 2010 del Grupo de investigación Markco2 de la Universidad Complutense de Madrid.
- Director de la Cátedra UCM-LFP de Marketing y Patrocinio deportivo. 2012-2015.
- Miembro del "Observatorio de prácticas de Marketing UCM". 2010-2014.

Líneas de Investigación

- Marketing y Negocios Digitales.
- Transformation Digital.
- Innovación educativa.
- Captación y Fidelización de clientes.

Artículos científicos

- Ponzoa, J. M., Gómez, A., Villaverde, S., & Díaz, V. (2021). Technologically empowered? perception and acceptance of AR glasses and 3D printers in new generations of consumers. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121166. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121166>
- Ponzoa, J. M., & Erdmann, A. (2021). E-Commerce Customer Attraction: Digital Marketing Techniques, Evolution and Dynamics across Firms. *Journal of Promotion Management*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/10496491.2021.1880521>
- Erdmann, A., & Ponzoa, J. M. (2021). Digital inbound marketing: Measuring the economic performance of grocery e-commerce in Europe and the USA. *Technological forecasting and social change*, 162, 120373. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120373>
- Xie, X., Zang, Z., & Ponzoa, J. M. (2020). The information impact of network media, the psychological reaction to the COVID-19 pandemic, and online knowledge acquisition: Evidence from Chinese college students. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(4), 297-305. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.10.005>
- Villacé-Molinero, M. T., Reinares-Lara, E., & Ponzoa-Casado, J. M. (2013). Loyalty programs rewards based on tourism services: A study of their influence on behavioral loyalty. *China-USA Business Review*, 12(2).
- Ponzoa, J.M. y Reinares, P. (2010). Loyalty Programmes as a tourism service sales channel, *Tourism Review*, Vol. 65, No. 3 pp. 35-45. <https://doi.org/10.1108/16605371011083512>
- 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. DOI: 10.5295/cdg.100206jp
- 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. DOI: 10.1362/147539208X325902
- Reinares, P. y Ponzoa, J. M. (2008). Evaluation of cost per contact and cost per response in interactive and direct media plannin, *Direct Marketing: An International Journal*, Vol.2, No. 3, pp. 159-173. <https://doi.org/10.1108/17505930810899311>

Revistas divulgativas

- Ponzoa, J.M., Gavilán, D. y Avello, M. (2010) Patrocinio Deportivo: un juego limpio. *MK Marketing+Ventas* Nº 255, marzo 2010. Págs.54-61.
- Ponzoa, J.M. (2008) Las claves de un buen programa de fidelización, *MK Marketing +Ventas*, No. 238, pp.50-61.
- Ponzoa, J.M. (2008) El pretexto comunicativo en el marketing de relaciones, *Manager Magazine*, No.19, pp.25-31.
- Ponzoa, J.M. (2008) Esto no es Spam, *Marketing Estratégico y Experiencial Organiza*, No. 8 (2008), pp.58-59.
- Ponzoa, J.M. (2007) Fidelizar sin presupuesto para premios, *Manager Magazine*, No. 14 (2007), pp.30-34.
- Ponzoa, J.M. (2003) ¿Quién dijo miedo? Vamos a poner en marcha un CRM, *Staff Empresarial*, año XIII, pp.49.
- Reinares, P. y Ponzoa, J.M. (2003) Es preciso decir no a los clientes. *MK Marketing + Ventas*, No.179, pp. 26-31.
- Ponzoa, J.M. y Rodríguez, A. (2002) Calidad y Fidelización de clientes. *Forum de Calidad*, No. 135, oct., pp. 36-41

Libros

- Erdmann, A., Ponzoa, J.M. y Herández, R. (2020) *Publicación de precios en Internet, influencia sobre el consumidor y la empresa*. Libro de actas del congreso CUICIID 2020. Editorial Tirant Lo Blanch, 3º puesto del primer cuartil en el índice general de SPI en España.
- Sieira, M. y Ponzoa, J.M. (2018). *MK Retail*, ESIC Editorial, Madrid. 6º puesto del tercer cuartil en el índice general de SPI en España.
- Reinares, P. y Ponzoa, J. M. (2004). *Marketing Relacional* (2ª edición), Pearson, Madrid.

Conferencias.

- EMAC 2021. 50th edition of the European Marketing Academy. Conference: "Search Engine Optimization: The long-term strategy of keyword choice". 25-28 May. Madrid
- ACIEK 2021. 12th ACIEK Conference: "AR product differentiation strategy". 14-16 June. Online.
- ACIEK 2020. 11th ACIEK Conference: "Digital Inbound Marketing: Measuring the economic performance of grocery e-commerce in Europe and the USA". 23-24 June. Madrid.
- EMAC 2013, 42th Annual Conference: "Sports Values Transferred to Sponsor Brands: The Impact of Individual Attitudes towards Sports". 4-7 June. Istanbul, Turkey.

- AEDEMO 2011, XXIII Congreso Nacional de Marketing: “La dinámica promocional en los programas de fidelización: análisis de las variables que incluyen en el índice de respuesta”. 14 al 16 de septiembre. Castellón. España.
- AEMARK 2010, XXIII Congreso Nacional de Marketing: “Análisis de los clientes de un programa de fidelización: ¿Aporta el programa clientes mejores que los propios?”. 22 al 24 de septiembre. Oviedo. España.
- ESCP Europe 2010: “La redención de servicios turísticos en los programas de fidelización: investigación de los titulares mediante árboles de clasificación”. 21-23 January. Venice. Italy
- International Academy of Management and Business Conference 2010, 8st Annual Conference: “La redención de estancias hoteleras en los Programas de Fidelización: Propuesta de un modelo de categorización de hoteles y clasificación de titulares” 20-24 mayo. Madrid. España.
- AEMARK 2009 XXII Congreso Nacional de Marketing AEMARK “Los programas de Fidelización como canal de promoción y venta de servicios turísticos: el caso de un programa multisponsor español”. Bilbao. España.
- AEDEM European Academy 2007: “Evaluación del coste por contacto y coste por respuesta efectiva en la planificación de medios directos e interactivos”. Madrid. España