There are no translations available.

Abel Monfort ha obtenido la máxima calificación en la defensa de su tesis doctoral: "Gestión de marca en empresas con fundación corporativa. Un análisis de la presencia fundacional en la construcción de valores socialmente responsables y de RSC". La investigación ha sido dirigida por **Nuria Villagra** , profesora titular de la Facultad de Ciencias de la Información (UCM) y miembro investigador de “Gestión de las Marcas y Procesos de Comunicación”.



Su trabajo analiza la relación entre marca y dimensión social de la empresa en aquellas compañías que desarrollan una fundación corporativa. En el transcurso de la defensa se destacaron las posibilidades del modelo de gestión de marca propuesto y los ejes de actuación asumidos por los entes fundacionales en las estrategias de RSC de las empresas más representativas del mercado español.

El Tribunal estuvo presidido por Juan Benavides, director del grupo de investigación y catedrático de la UCM, e integrado por Jorge Clemente, vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Información (UCM); David Alameda, profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Salamanca; Carmen Fuente, adjunta a la dirección del área de comunicación del Centro Universitario Villanueva; y Ana María Casado, profesora de la Universidad de Sevilla.

Abel Monfort es miembro del grupo de investigación y profesor de ética de la publicidad y reputación corporativa en el Centro Universitario Villanueva.