



Doctor en Ciencias de la Información y profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Complutense de Madrid. Además, autor de numerosos artículos en revistas científicas de carácter nacional e internacional. También es autor y coautor de varios libros de marketing, como “Plan de Marketing. Análisis, decisiones y Control” o “Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente”, y ponente en congresos nacionales e internacionales. Miembro del consejo editor de varias revistas científicas y ponente en más de cincuenta cursos, congresos y seminarios en universidades e instituciones educativas.