



Doctora en Ciencias de la Información por la UCM. Licenciada en Publicidad por la UCM y en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid. Profesora Contratada Doctora en Ciencias de la Información de la UCM y acreditada Titular por la ANECA (2010). Directora del Título Propio en Comunicación y Gestión de la Moda CUV, UCM.

Visiting Research en la Universidad de Harvard, en el Fashion Institute of Technology en Nueva York y en la Universidad de Illinois en Urbana Champaign. Durante cuatro años formó parte del Grupo de Investigación Complutense SOCMEDIA y desde el 2011 es miembro del Grupo de Investigación en Gestión de Marcas y Comunicación Corporativa de la UCM.

Miembro del Consejo editorial de los Journals “Fashion Marketing and Management” y “Communication Theory”.

Autora del libro “Cómo gestionar marcas de moda. La importancia de la Comunicación” coeditado por CIE Dossat e Interbrand (2007).

Trabajó durante cinco años en la revista Telva. Fue Directora del Área Comunicación y Moda del ISEM Fashion Business School durante tres años.

Líneas de investigación:

- Imagen de marca, valor de marca,
- Valores y estereotipos publicitarios en prensa gráfica,
- Estudios transnacionales (coordinando estudio realizado por investigadores y/o materiales de España, USA, Italia, Portugal, México y China)
- Influencia de los medios en audiencias.

Experiencia en la planificación y desarrollo de investigaciones empíricas con metodología cuantitativa y cualitativa. Contratación de servicios de ejecución de investigación cuantitativa y cualitativa.