



**Doctor en Ciencias de la Información y profesor de Reputación corporativa y Ética de la publicidad en Centro Universitario Villanueva.**

Trabaja en el Centro Universitario Villanueva (adscrito a la Universidad Complutense), donde imparte las asignaturas Reputación Corporativa y Ética de la Publicidad. Sus líneas de investigación están relacionadas con la gestión de intangibles. Actualmente, su interés principal es la dimensión social de la marca.

Colabora en el grupo de investigación "Gestión de las marcas y procesos de la comunicación" (UCM) y en el Seminario Permanente de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial (ICADE). Asimismo, trabaja en Ranking Intelligence Network, observatorio de rankings reputacionales para la asesoría y consultoría en torno al estudio de las variables y mediciones de los principales índices de referencia que analizan la reputación corporativa.

Fuera de lo académico, gestiona la presencia de diferentes empresas en la red. Ha trabajado para agencias y anunciantes del sector financiero, gran consumo y sanitario. Es licenciado en Publicidad y RRPP (Universidad San Pablo-CEU) y Periodismo (Universidad Carlos III).