



Facultad de Comercio y Turismo Universidad Complutense de Madrid

Gema Martínez Navarro

Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados

Facultad de Comercio y Turismo

Universidad Complutense de Madrid

Avda. Filipinas, 3

Madrid

Correo electrónico: mgmart01@ucm.es

Información académica y/o laboral destacada

- Doctora en Económicas por la Universidad Complutense de Madrid
- Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Carlos III de Madrid
- Master en Marketing por la Universidad Complutense de Madrid
- Ha sido profesora asociada en la Universidad Carlos III de Madrid desde 1997 hasta 2015, profesora de Esic de 200 hasta 2015 y profesora asociada en la UCM de 2008 a 2015.
- Ha trabajado en distintas empresas y realizado tareas de consultoría estratégica de marketing desde 2000 hasta 2015, año en que obtiene la plaza de Profesora Ayudante Doctora en la UCM.

Información/proyectos relacionados con la docencia, prácticas, mejoras, etc.

- Proyecto de Innovación Docente (número 67, año 2015). UCM.
- Proyecto innovación docente 7ª convocatoria. Universidad Carlos III de Madrid. Curso 2009-2010. Asignatura Comportamiento del Consumidor, 2º cuatrimestre. 4º curso LADE, 5º curso LADE+DERECHO
- Proyecto innovación docente 8ª convocatoria. Universidad Carlos III de Madrid. Curso 2010-2011. Asignatura Economía de la Distribución comercial, 1º cuatrimestre. 4º curso LADE, 5º curso LADE+DERECHO



Facultad de Comercio y Turismo Universidad Complutense de Madrid

Publicaciones

Artículos

- Gema Martínez: “Flagship stores: los templos de las marcas”. Harvard DeustoMárketing y Ventas, nº 139, septiembre 2016.
- Gema Martínez y Mencía de Garcillán: “La influencia de los blogs de moda en el Comportamiento del consumidor: un enfoque exploratorio”. Revista de Comunicación Vivat Academia · Junio 2016 · Año XIX · Nº 135. ISSN: 1575-2844 · pp 85-109· <http://dx.doi.org/10.15178/va.2016.135.85-109>.
- Mencía de Garcillán y Gema Martínez: “Las funciones de los medios de comunicación en la vida de una persona mayor”. Revista de Comunicación de la SEECI. (Noviembre de 2014). Año XVII (35), 76-95. ISSN: 1576-3420. <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2014.35.76-95>
- Gema Martínez y Mencía de Garcillán. “Marketing Agroalimentario: Una aproximación al uso de las nuevas tecnologías en el sector”, *Revista Internacional de Economía y Gestión de las Organizaciones. Volumen 1, pp: 73-94.*
- “La influencia de la comunicación comercial en la actitud de compra: aproximación exploratoria en el sector no lucrativo”, *aDResearch*, vol.1, nº1, enero-junio 2010, págs. 32-49. ISSN: 1889-7304
- Recensión de libros. DIRCOM Estratega de la complejidad. Revista *aDResearch ESIC*, nº2, julio-diciembre 2010, págs. 120-121. ISSN: 1889-7304
- Tesis Doctorales en Comunicación. Revista *aDResearch ESIC*, nº3, enero-junio 2011, págs. 135-136. ISSN: 1889-7304
- “Comunicación comercial en el proceso decisional jerárquico: una evaluación empírica en el contexto educativo”, *Cuadernos de Economía*, vol.31, nº 86, mayo-agosto 2008, págs. 083-116. ISSN: 0210-0266
- “Cómo crear, ganar y dominar mercados a través del marketing”. *Sociedad Cooperativa*. Nº 3, marzo de 2004
- “La Comunicación Corporativa: variable estratégica en las organizaciones no lucrativas”. *Razón y Palabra*, nº 42, Diciembre 2004- Enero 2005. ISSN 1605-4806.



Facultad de Comercio y Turismo Universidad Complutense de Madrid

- “Marketing Social: ¡Eso sí que vende!”, Revista *MK Marketing+Ventas*, Nº 199, Febrero 2004

Libros

- “Marketing y Comunicación de Moda”. Ed. ESIC. Enero 2016.
- “Imagen Corporativa: influencia en la gestión empresarial”, Editorial Esic, 2009. Coautora de capítulo 2: “La investigación de mercados en imagen corporativa”, págs: 49-82 y capítulo 9. ISBN: 978-84-7356-594-3
- “Imagen Corporativa: influencia en la gestión empresarial”, Editorial Esic, 2009. Coautora de “La influencia de las promociones en la imagen corporativa” págs: 263-295. ISBN: 978-84-7356-594-3
- “ Estrategias de marketing para grupos sociales”. Editorial Esic, 2010. Coautora capítulo 2 “Marketing para Singles”. Pags: 61-92. ISBN:978-84-7356-679-7
- “ Estrategias de marketing para grupos sociales”. Editorial Esic, 2010. Coautora capítulo 3 “Marketing Infantil”. Pags: 94-142. ISBN:978-84-7356-679-7
- “Nuevas tendencias en comunicación”. Editorial Esic, 2010. Coautora capítulo I “Comunicación 360º”. Págs: 15-42. ISBN:978-84-7356-694-0.
- “Nuevas tendencias en comunicación”. Editorial Esic, 2010. Coautora capítulo 8 “Street Marketing y Ambient Marketing”.Págs: 199-244. ISBN:978-84-7356-694-0. “Manual de Marketing” para UCI (Grupo Santander) por encargo de Global Group, Febrero-Marzo 2005. ISBN:978-84-7356-694-0.

Comunicaciones/ponencias en congresos

- “La tendencia Slow fashion y el comportamiento del consumidor: un enfoque exploratorio”. X International Fashion Conference. Universidad de Navarra, febrero 2016.
- “Ante cualquier problema por favor, no vote negativo”. Diana Gavilán y Gema Martínez. Congreso AEMARK 2016. Septiembre 2016, León.
- “La comunicación mediante instagram y su influencia en la creación de estereotipos femeninos. Aplicación al sector de la moda”. Congreso CUICID. Octubre, 2016 con ISBN 978-84-617-4431-2.



Facultad de Comercio y Turismo Universidad Complutense de Madrid

- “Nuevas tendencias en comunicación: el retail experiencial como variable estratégica en la comunicación de marca”. Congreso CUICID. Octubre, 2016 con ISBN 978-84-617-4431-2.
- Ponencia “La influencia de las nuevas tecnologías: videojuegos, redes sociales e internet, en los consumidores seniors en España”. I Congreso Internacional “Comunicación y Sociedad Digital”, Universidad Internacional de La Rioja. 17, 18 y 19 de abril de 2013.
- Trabajo en curso “Una aproximación a la influencia de las nuevas tecnologías en los consumidores seniors en España: usos y valores”. Congreso AEMARK -2011, Castellón, 14, 15 y 16 de septiembre 2011.
- Ponencia “What an organizational and individual values moderate stakeholders influence on environmental strategy?”. Congreso IAMB (International Academy of Management and Business), Madrid, June 28-30, 2010. ISSN: 1949-9094.
- Miembro del Consejo de Redacción de la Revista ADResearch ESIC. International Journal of Communication Research. ESIC Business & Marketing School. Edita: ESIC Editorial. Depósito legal: M34206-2009.
- Ponencia sobre tesis doctoral: “La comunicación comercial como ventaja competitiva sostenible: aplicación al sector universitario no lucrativo”. XVII Congreso de Profesores Universitarios de Marketing, Madrid, septiembre de 2005.

Otra información de interés

Coordinadora del Doble Grado en Turismo y Comercio. Facultad de Comercio y Turismo. UCM