



## **Cristina González Oñate**

Generado desde: Universitat Jaume I de Castelló

Fecha del documento: 19/11/2024

**v 1.3.0**

b99de44b2a470d825acbe864a733f3b8

Este fichero electrónico (PDF) contiene incrustada la tecnología CVN (CVN-XML). La tecnología CVN de este fichero permite exportar e importar los datos curriculares desde y hacia cualquier base de datos compatible. Listado de Bases de Datos adaptadas disponible en <http://cvn.fecyt.es/>



Apellidos:  
Nombre:  
DNI:  
Fecha de nacimiento:  
Sexo:  
Nacionalidad:  
País de nacimiento:  
Provincia de contacto:  
Ciudad de nacimiento:  
Dirección de contacto:  
Código postal:  
País de contacto:  
Ciudad de contacto:  
Correo electrónico:  
Teléfono móvil:

#### **Situación profesional actual**

**Entidad empleadora:** Universitat Jaume I      **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Categoría profesional:** Catedràtic/a      **Gestión docente (Sí/No):** No  
d'Universitat  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Fecha de inicio:** 01/03/2024  
**Modalidad de contrato:** Funcionario/a      **Régimen de dedicación:** Tiempo completo

**Entidad empleadora:** Universitat Jaume I      **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Categoría profesional:** Coordinador/a de      **Gestión docente (Sí/No):** Si  
Pràctiques Externes Internacionals  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Fecha de inicio:** 19/01/2021  
**Modalidad de contrato:** Funcionario/a

**Entidad empleadora:** Universitat Jaume I      **Tipo de entidad:** Universidad  
**Categoría profesional:** Representant CIT      **Gestión docente (Sí/No):** Si  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Fecha de inicio:** 12/06/2012  
**Modalidad de contrato:** Funcionario/a

#### **Cargos y actividades desempeñados con anterioridad**

	Entidad empleadora	Categoría profesional	Fecha de inicio
1	Universitat Jaume I	Professor/a Titular d'Universitat	01/09/2019
2	Universitat Jaume I	Coordinador/a d'Intercanvi	01/10/2012
3	Universitat Jaume I	Coordinador/a de Pràctiques Externes Internacionals	01/09/2017
4	Universitat Jaume I	Professor/a Contractat/da Doctor/a	14/10/2011
5	Universitat Jaume I	Coordinador/a d'accions per al desplegament del Pla Estratègic	10/09/2017
6	Universitat Jaume I	Coordinador/a d'estades en pràctiques	01/09/2011
7	Universitat Jaume I	Coordinador/a d'accions per al desplegament del Pla Estratègic	01/01/2012
8	Universitat Jaume I	Tutor/a d'intercanvi	15/01/2012
9	Universitat Jaume I	Professor/a Ajudant/a Doctor/a Tipus II	01/10/2010
10	Universitat Jaume I	Tutor/a d'intercanvi	01/01/2011
11	Universitat Jaume I	Ajudant/a	01/01/2008
12	Universitat Jaume I	Tutor/a d'intercanvi	01/10/2009
13	Universitat Jaume I	Ajudant/a	24/09/2007

**1 Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Professor/a Titular **Gestión docente (Sí/No):** No d'Universitat  
**Fecha de inicio-fin:** 01/09/2019 - 29/02/2024 **Duración:** 54 meses  
**Régimen de dedicación:** Tiempo completo

**2 Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Coordinador/a **Gestión docente (Sí/No):** Si d'Intercanvi  
**Fecha de inicio-fin:** 01/10/2012 - 01/09/2021 **Duración:** 108 meses

**3 Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Coordinador/a de Pràctiques Externes Internacionals **Gestión docente (Sí/No):** Si  
**Fecha de inicio-fin:** 01/09/2017 - 30/09/2020 **Duración:** 37 meses

**4 Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Professor/a Contractat/da Doctor/a **Gestión docente (Sí/No):** No  
**Fecha de inicio-fin:** 14/10/2011 - 31/08/2019 **Duración:** 95 meses  
**Régimen de dedicación:** Tiempo completo

**5 Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Facultat de Ciències Humanes i Socials  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España



- Categoría profesional:** Coordinador/a d'accions per al desplegament del Pla Estratègic **Gestión docente (Sí/No):** Si  
**Fecha de inicio-fin:** 10/09/2017 - 22/07/2018 **Duración:** 10 meses
- 6** **Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Coordinador/a d'estades en pràctiques **Gestión docente (Sí/No):** Si  
**Fecha de inicio-fin:** 01/09/2011 - 31/08/2017 **Duración:** 73 meses
- 7** **Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Coordinador/a d'accions per al desplegament del Pla Estratègic **Gestión docente (Sí/No):** Si  
**Fecha de inicio-fin:** 01/01/2012 - 31/12/2013 **Duración:** 24 meses
- 8** **Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Tutor/a d'intercanvi **Gestión docente (Sí/No):** Si  
**Fecha de inicio-fin:** 15/01/2012 - 14/08/2012 **Duración:** 7 meses
- 9** **Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Professor/a Ajudant/a Doctor/a Tipus II **Gestión docente (Sí/No):** No  
**Fecha de inicio-fin:** 01/10/2010 - 13/10/2011 **Duración:** 12 meses  
**Régimen de dedicación:** Tiempo completo
- 10** **Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Tutor/a d'intercanvi **Gestión docente (Sí/No):** Si  
**Fecha de inicio-fin:** 01/01/2011 - 31/07/2011 **Duración:** 7 meses
- 11** **Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciències de la Comunicació  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Ajudant/a **Gestión docente (Sí/No):** No  
**Fecha de inicio-fin:** 01/01/2008 - 30/09/2010 **Duración:** 33 meses  
**Régimen de dedicación:** Tiempo completo
- 12** **Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Facultat de Ciències Humanes i Socials  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Tutor/a d'intercanvi **Gestión docente (Sí/No):** Si  
**Fecha de inicio-fin:** 01/10/2009 - 30/04/2010 **Duración:** 7 meses



- 13** **Entidad empleadora:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Filosofia, Sociologia i Comunicació Audiovisual i Publicitat  
**Ciudad entidad empleadora:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría profesional:** Ajudant/a **Gestión docente (Sí/No):** No  
**Fecha de inicio-fin:** 24/09/2007 - 31/12/2007 **Duración:** 3 meses  
**Régimen de dedicación:** Tiempo completo



## Formación académica recibida

### Titulación universitaria

#### Doctorados

**Programa de doctorado:** Comunicació Empresarial i Institucional: Tendències i Perspectives

**Entidad de titulación:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad titulación:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**Fecha de titulación:** 12/02/2007

**Entidad de titulación DEA:** Universitat Jaume I

**Fecha de obtención DEA:** 23/01/2006

**Doctorado Europeo:** No

**Título de la tesis:** La continuidad televisiva en el era digital: nuevos discursos publicitarios de expresión de identidad corporativa. El nacimiento de Cuatro

**Director/a de tesis:** José Javier Marzal Felici

**Calificación obtenida:** Excel·lent Cum Laude

**Mención de calidad:** No

**Premio extraordinario doctor:** No

## Actividad docente

### Formación académica impartida

#### 1 Tipo de docencia: Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Comunicación Transmedia en las Organizaciones

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Plan de 2016)

**Frecuencia de la actividad:** 5

**Fecha de finalización:** 31/07/2025

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Nº de horas/créditos ECTS:** 18,45

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**Idioma de la asignatura:** Español

#### 2 Tipo de docencia: Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Trabajo de Fin de Máster

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Plan de 2016)

**Frecuencia de la actividad:** 4

**Fecha de finalización:** 31/07/2025

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Nº de horas/créditos ECTS:** 0,92

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad



**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español

**3 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la Comunicación  
**Titulación universitaria:** Grado en Comunicación Audiovisual  
**Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de finalización:** 17/12/2024 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 0,9  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Inglés

**4 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la Comunicación  
**Titulación universitaria:** Grado en Comunicación Audiovisual  
**Frecuencia de la actividad:** 3  
**Fecha de finalización:** 17/12/2024 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6,1  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Catalán

**5 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la Comunicación  
**Titulación universitaria:** Grado en Comunicación Audiovisual  
**Frecuencia de la actividad:** 13  
**Fecha de finalización:** 17/12/2024 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 60,1  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español

**6 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la Comunicación  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de finalización:** 17/12/2024 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 3,6  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Inglés

**7 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la Comunicación  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas





**Frecuencia de la actividad:** 3  
**Fecha de finalización:** 17/12/2024  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 18,25  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Catalán

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Tipo de entidad:** Universidad

**8 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la Comunicación  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Frecuencia de la actividad:** 13  
**Fecha de finalización:** 17/12/2024  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 113,35  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Tipo de entidad:** Universidad

**9 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la Comunicación  
**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo  
**Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de finalización:** 16/12/2024  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 1,2  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Inglés

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Tipo de entidad:** Universidad

**10 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la Comunicación  
**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo  
**Frecuencia de la actividad:** 3  
**Fecha de finalización:** 16/12/2024  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6,8  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Catalán

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Tipo de entidad:** Universidad

**11 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de la Comunicación  
**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo  
**Frecuencia de la actividad:** 13  
**Fecha de finalización:** 16/12/2024  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 56,15  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Tipo de entidad:** Universidad





- 12 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Comunicación Transmedia en las Organizaciones  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Plan de 2016)  
**Frecuencia de la actividad:** 4  
**Fecha de finalización:** 31/07/2024 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 12,61  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España
- 13 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Prácticas Externas  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Frecuencia de la actividad:** 8  
**Fecha de finalización:** 31/07/2023 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 17,52  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español
- 14 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Frecuencia de la actividad:** 12  
**Fecha de finalización:** 16/05/2023 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 60,07  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español
- 15 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Trabajo de Final de Grado  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Frecuencia de la actividad:** 7  
**Fecha de finalización:** 15/05/2023 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 15,45  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español
- 16 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Trabajo de Fin de Máster  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Plan de 2016)  
**Frecuencia de la actividad:** 3  
**Fecha de finalización:** 31/07/2022 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos



**Nº de horas/créditos ECTS:** 1,08

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**17 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas

**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Frecuencia de la actividad:** 2

**Fecha de finalización:** 21/05/2019

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6,8

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**Idioma de la asignatura:** Catalán

**18 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas

**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Frecuencia de la actividad:** 2

**Fecha de finalización:** 21/05/2019

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Nº de horas/créditos ECTS:** 7,4

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**Idioma de la asignatura:** Inglés

**19 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Prácticas Externas

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Plan de 2016)

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de finalización:** 31/07/2017

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Nº de horas/créditos ECTS:** 1

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**20 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de Marca Territorio

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Plan de 2013)

**Frecuencia de la actividad:** 2

**Fecha de finalización:** 31/07/2016

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Nº de horas/créditos ECTS:** 2,4

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**Idioma de la asignatura:** Español



- 21 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Prácticas Externas  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Plan de 2013)  
**Frecuencia de la actividad:** 3  
**Fecha de finalización:** 31/07/2016 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 0  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español
- 22 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Prácticas en Empresas  
**Titulación universitaria:** Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de finalización:** 31/07/2015 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 2,4  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español
- 23 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de la Comunicación Corporativa  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Plan de 2013)  
**Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de finalización:** 31/07/2014 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 0,5  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español
- 24 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Técnicas de Dirección y Liderazgo en Comunicación  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Plan de 2013)  
**Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de finalización:** 31/07/2014 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 0,5  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español
- 25 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Observatorio en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Realización de Prácticas en Empresas. Proyecto de Final de Máster para Líneas de Especialización Profesional)



**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación  
**Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de finalización:** 31/07/2013 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 0  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español

**26 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Puesta en Valor y Gestión de Intangibles Territorio  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación  
**Frecuencia de la actividad:** 4  
**Fecha de finalización:** 31/07/2013 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6,9  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español

**27 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Puesta en Valor y Gestión de Intangibles Territorio  
**Titulación universitaria:** Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación  
**Frecuencia de la actividad:** 3  
**Fecha de finalización:** 31/07/2011 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 2,92  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español

**28 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Prácticas en Empresas  
**Titulación universitaria:** Licenciatura en Comunicación Audiovisual  
**Frecuencia de la actividad:** 2  
**Fecha de finalización:** 31/07/2011 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 2  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España  
**Idioma de la asignatura:** Español

**29 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategias de Comunicación  
**Titulación universitaria:** Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Frecuencia de la actividad:** 4  
**Fecha de finalización:** 31/05/2011 **Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 28  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España



**Idioma de la asignatura:** Español

**30 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad y de las Relaciones Públicas (Comunicación)

**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de finalización:** 23/12/2010

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**Idioma de la asignatura:** Español

**31 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de Cuentas

**Titulación universitaria:** Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de finalización:** 15/01/2008

**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos

**Nº de horas/créditos ECTS:** 4,5

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Dep. de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**Idioma de la asignatura:** Español

## Dirección de tesis doctorales y/o proyectos fin de carrera

**Título del trabajo:** Modelos de comunicación actuales. Análisis de los Premios a la Eficacia (2010-2015)

**Tipo de proyecto:** Tesis Doctoral

**Codirector/a tesis:** Eduardo Farran Teixidó

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Castellón, Comunidad Valenciana, España

**Alumno/a:** Pablo Vázquez Cagiao

**Calificación obtenida:** Excel·lent Cum Laude

**Fecha de defensa:** 25/09/2017

**Doctorado Europeo:** No

## Publicaciones docentes o de carácter pedagógico, libros, artículos, etc.

- 1** Gloria Jiménez Marín; M<sup>a</sup> del Mar Ramírez Alvarado; Cristina González Oñate. Application of Sensory Marketing Techniques at Marengo, a Small Sustainable Men's Fashion Store in Spain: Based on the Hulten, Broweus and van Dijk Model. SUSTAINABILITY. 14, (Suiza): 2022. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.3390/su141912547>>. ISSN 2071-1050

**Tipo de soporte:** Artículo/s

**Posición de firma:** 3

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 2** Paloma Sanz-Marcos; Cristina González Oñate; Gloria Jiménez-Marín. La competencia creativa entre el alumnado de los grados en Publicidad y Relaciones Públicas en España y su adecuación a las demandas del sector profesional. ICONO 14. 19, pp. 66 - 92. (España): 2021. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v19i2.1604>>. ISSN 1697-8293





**Tipo de soporte:** Artículo/s

**Posición de firma:** 2

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 3** Cristina González Oñate. Estrategias de comunicación publicitaria: la importancia del planning. (España): Universitat Jaume I, 2019. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia156>>. ISBN 9788417900021

**Tipo de soporte:** Libro

**Posición de firma:** 1

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo

- 4** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. Perfiles profesionales en Publicidad y Relaciones Públicas. Perfiles profesionales y espacios de empleo en Información y Comunicación. (España): Icono 14, 2013. ISBN 9788415816027

**Tipo de soporte:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 2

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 5** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. Nuevas metodologías docentes para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Jaume I de Castellón. Métodos de innovación docente aplicados a los estudios de Ciencias de la Comunicación. Fragua Editorial, 2010. ISBN 9788470743979

**Tipo de soporte:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 2

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 6** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. ¿Cómo trabajar en y con los nuevos títulos de grado? Perfiles profesionales y académicos ante los nuevos modelos educativos. II Jornada Nacional sobre estudios universitarios. Los nuevos títulos de grado: Retos y oportunidades. Universitat Jaume I, 2009. ISBN 9788480217170

**Tipo de soporte:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 1

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 7** José Javier Marzal Felici; María Lorena López Font; Cristina González Oñate. La enseñanza de los medios audiovisuales en los niveles no universitarios. Generalitat Valenciana, 2007. ISBN 9788448246617

**Tipo de soporte:** Libro

**Posición de firma:** 1

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo

## Participación en congresos con ponencias orientadas a la formación docente

- 1** **Nombre del evento:** III Congreso Internacional Formación Tecnología y Competencias Digitales en Educación

**Tipo de evento:** Congreso

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** on-line, España

**Entidad organizadora:** Facultad de Ciencias de la Información. UCM

**Fecha de inicio:** 23/11/2023

III Congreso Internacional Formación Tecnología y Competencias Digitales en Educación.



- 2** **Nombre del evento:** VI Jornada Nacional de Estudios Universitarios. II Taller de Innovación Educativa  
**Tipo de evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana, España  
**Entidad organizadora:** Universitat Jaume I  
**Fecha de inicio:** 09/11/2017  
**Tipo de publicación:** Capítulos de libros  
VI Jornada Nacional sobre Estudios Universitarios , II Taller de Innovación Educativa. VI Jornada Nacional de Estudios Universitarios. II Taller de Innovación Educativa. (España): Universitat Jaume I, 2017. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.6035/VI.JornEstUni.2017>>. ISBN 9788416546800  
**Depósito legal:** CS-908-2017
- 3** **Nombre del evento:** VI Jornada Nacional de Estudios Universitarios. II Taller de Innovación Educativa  
**Tipo de evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** Castelló, España  
**Entidad organizadora:** Universitat Jaume i. Vicerectorat d'Estudis. Vicerectorat d'Estudiants, Ocupació i Innovació Educativa  
**Fecha de inicio:** 09/11/2017  
VI Jornada Nacional de Estudios Universitarios. II Taller de Innovación Educativa.
- 4** **Nombre del evento:** VI Jornada Nacional de Estudios Universitarios. II Taller de Innovación Educativa  
**Tipo de evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Comité científico  
**Ciudad de celebración:** Castelló, España  
**Entidad organizadora:** Universitat Jaume i. Vicerectorat d'Estudis. Vicerectorat d'Estudiants, Ocupació i Innovació Educativa  
**Fecha de inicio:** 09/11/2017  
VI Jornada Nacional de Estudios Universitarios. II Taller de Innovación Educativa.
- 5** **Nombre del evento:** I Congreso Internacional Nebrija PIATCOM: Tendencias, Competencias y Perfiles Profesionales  
**Tipo de evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Madrid, España  
**Fecha de inicio:** 24/05/2016  
**Tipo de publicación:** Capítulos de libros  
Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación. I Congreso Internacional Nebrija PIATCOM: Tendencias, Competencias y Perfiles Profesionales. pp. 159 - 168. (España): Dykinson, 2016. ISBN 9788490858523  
**Depósito legal:** M-43730-2016
- 6** **Nombre del evento:** 6th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN 14)  
**Tipo de evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Barcelona,  
**Fecha de inicio:** 07/07/2014  
**Tipo de publicación:** Capítulos de libros  
6th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN 14). 6th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN 14). (España): International Academy of Technology, Education and Development (IATED), 2014. ISBN 9788461705573





- 7 Nombre del evento:** IV Jornada nacional sobre estudios universitarios. El futuro de los títulos universitarios  
**Tipo de evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Castellón,  
**Fecha de inicio:** 08/07/2013  
**Tipo de publicación:** Capítulos de libros  
 IV Jornada nacional sobre estudios universitarios. El futuro de los títulos universitarios. IV Jornada nacional sobre estudios universitarios. El futuro de los títulos universitarios. (España): Universitat Jaume I, 2013. ISBN 9788480219426
- 8 Nombre del evento:** 7th International Technology, Education and Development Conference (INTED 2013)  
**Tipo de evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Valencia,  
**Fecha de inicio:** 04/03/2013  
**Tipo de publicación:** Capítulos de libros  
 7th International Technology, Education and Development Conference (INTED 2013). 7th International Technology, Education and Development Conference (INTED 2013). (España): International Academy of Technology, Education and Development (IATED), 2013. ISBN 9788461626618

## Experiencia científica y tecnológica

### Grupos/equipos de investigación, desarrollo o innovación

- 1 Nombre del grupo:** Vinculació Emocional i Comunicació  
**Objeto del grupo:** Publicidad y nuevas tecnologías. Comunicación estratégica. Gestión de intangibles. Nuevos discursos persuasivos  
**Nombre del investigador/a principal (IP):** Guillermo Sanahuja Peris      **Nº de componentes grupo:** 19  
**Código normalizado:** 273  
**Ciudad de radicación:** Castellón de la Plana, Comunidad Valenciana, España  
**Entidad de afiliación:** Universitat Jaume I  
**Fecha de inicio:** 15/02/2014      **Duración:** 130 meses
- 2 Nombre del grupo:** TENDENCIAS PUBLICITARIAS EN LA SOCIEDAD DIGITAL - ADDISO  
**Objeto del grupo:** Evolución de la estructura de la agencia de publicidad y nuevos perfiles publicitarios. Análisis del discurso publicitario. Influencia social del mensaje publicitario. Estrategias de comunicación. Tendencias creativas (tecnocreatividad, geolocalización, e-commerce, neurociencia) y nuevos discursos audiovisuales en las estructuras de negocio publicitario. Aplicación de nuevas tecnologías a procesos de creación para potenciar la creatividad. Medición de la eficacia del producto creativo y de la gestión de intangibles. Aplicación de discursos creativos a la gestión de intangibles. Remuneración y facturación de servicios de comunicación y publicidad. Nuevos modelos de negocio y financiación en los sectores de la comunicación  
**Código normalizado:** 258  
**Ciudad de radicación:** Castellón de la Plana, Comunidad Valenciana, España  
**Entidad de afiliación:** Universitat Jaume I  
**Fecha de inicio:** 15/02/2012      **Duración:** 22 meses

**3 Nombre del grupo:** OBSERVATORIO EN NUEVAS TENDENCIAS Y PROCESOS DE INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN

**Objeto del grupo:** Comunicación institucional. Comunicación empresarial. Comunicación social. Comunicación financiera. Industrias culturales. Estructura de la comunicación. Empresas de comunicación (publicidad, relaciones públicas, agencias de medios, etc). Publicidad y relaciones públicas. Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Teoría e historia de la comunicación y de los medios. Estrategia de los medios publicitarios. Innovación en medios. Publicidad exterior. Corporate. Gestión comunicativa. Comunicación interna. Dirección de comunicación. Comunicación política

**Código normalizado:** 119

**Ciudad de radicación:** Castellón de la Plana, Comunidad Valenciana, España

**Entidad de afiliación:** Universitat Jaume I

**Fecha de inicio:** 16/09/2009

**Duración:** 27 meses

**4 Nombre del grupo:** Investigació en Tecnologies Aplicades a la Comunicació Audiovisual

**Objeto del grupo:** Teoría, historia y análisis de textos audiovisuales. Teoría de la imagen. Narrativa audiovisual. Tecnología de los medios audiovisuales. Historia y teoría de la fotografía. Producción y realización en radio y televisión. Programación en radio y televisión

**Nombre del investigador/a principal (IP):** José Javier Marzal Felici **Nº de componentes grupo:** 15

**Código normalizado:** 160

**Ciudad de radicación:** Castellón de la Plana, Comunidad Valenciana, España

**Entidad de afiliación:** Universitat Jaume I

**Fecha de inicio:** 16/09/2009

**Duración:** 184 meses

**Actividad científica o tecnológica****Proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de Administraciones o entidades públicas y privadas****1 Nombre del proyecto:** ENVEJECER EN LA PUBLICIDAD. UNA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL ENVEJECIMIENTO Y LAS PERSONAS MAYORES EN LA INTERSECCIÓN CON GÉNERO Y TENDÈNCIA SEXUAL (LGTBIQ)

**Ámbito geográfico:** Projecte d'Investigació del Pla Estatal d'I+D+i

**Grado de contribución:** Investigador/a

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** María Lorena López Font; María Elvira Antón Carrillo

**Nº de investigadores/as:** 13

**Entidad/es financiadora/s:**

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION

**Tipo de entidad:** ADMINISTRACIÓN CENTRAL - PRIVADO - INTERNACIONAL

**Ciudad entidad financiadora:** Madrid, España

**Nombre del programa:** CONVOCATÒRIA DE TRAMITACIÓ ANTICIPADA PER A L'ANY 2022 DEL PROCEDIMENT DE CONCESSIÓ D'AJUDES A «PROJECTES DE GENERACIÓ DE CONEIXEMENT» EN EL MARC DEL PROGRAMA ESTATAL PER A IMPULSAR LA INVESTIGACIÓ CIENTÍFICO-TÈCNICA I LA SEUA TRANSFERÈNCIA, DEL PLA ESTATAL D'INVESTIGACIÓ CIENTÍFICA, TÈCNICA I D'INNOVACIÓ 2021-2023. \* Projectes d'investigació Orientada

**Cód. según financiadora:** PID2022-138160OB-I00

**Fecha de inicio-fin:** 01/09/2023 - 31/08/2026

**Duración:** 36 meses

**Cuantía total:** 60.000



- 2 Nombre del proyecto:** EL NEGOCIO PUBLICITARIO EN LA SOCIEDAD DIGITAL: ESTRUCTURA DE AGENCIA, PERFILES PROFESIONALES Y NUEVAS TENDENCIAS CREATIVAS  
**Ámbito geográfico:** Projecte d'Investigació Local  
**Grado de contribución:** Coordinador/a científico/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Cristina González Oñate  
**Nº de investigadores/as:** 8  
**Entidad/es financiadora/s:**  
Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** UNIVERSIDAD  
**Ciudad entidad financiadora:** Castelló de la Plana, España  
**Nombre del programa:** CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DEL PLAN DE PROMOCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE LA UJI 2015 \* Modalitat B) Projectes d'investigació i desenvolupament tecnològic  
**Cód. según financiadora:** P1-1B2015-27  
**Fecha de inicio-fin:** 01/01/2016 - 31/12/2018 **Duración:** 36 meses  
**Cuantía total:** 25.264
- 3 Nombre del proyecto:** ANALISIS DE LOS FLUJOS DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO ENTRE LOS SISTEMAS EDUCATIVOS SUPERIORES Y LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO  
**Ámbito geográfico:** Projecte d'Investigació Local  
**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** José Javier Marzal Felici  
**Nº de investigadores/as:** 19  
**Entidad/es financiadora/s:**  
Universitat Jaume I **Tipo de entidad:** UNIVERSIDAD  
**Ciudad entidad financiadora:** Castelló de la Plana, España  
**Nombre del programa:** CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE INVESTIGACION CIENTIFICA Y DESARROLLO TECNOLÓGICO 2011 \* Modalitat B: Projectes Consolidats  
**Cód. según financiadora:** P1-1B2011-07  
**Fecha de inicio-fin:** 01/01/2012 - 31/12/2014 **Duración:** 36 meses  
**Cuantía total:** 50.000
- 4 Nombre del proyecto:** NUEVAS TENDENCIAS E HIBRIDACIONES DE LOS DISCURSOS AUDIOVISUALES CONTEMPORANEOS. CÓDIGO SOLICITUD: 902000607-607-4-8  
**Ámbito geográfico:** Projecte d'Investigació del Pla Estatal d'I+D+i  
**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** José Javier Marzal Felici  
**Nº de investigadores/as:** 16  
**Entidad/es financiadora/s:**  
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte **Tipo de entidad:** ADMINISTRACIÓN CENTRAL - PRIVADO - INTERNACIONAL  
**Ciudad entidad financiadora:** Madrid, España  
**Nombre del programa:** CONVOCATORIA PARA LA REALIZACION DE PROYECTOS DE INVESTIGACION, PROGRAMAS DE ACTIVIDAD INVESTIGADORA Y ACCIONES COMPLEMENTARIAS DENTRO DEL PROGRAMA NACIONAL DE PROYECTOS DE INVESTIGACION FUNDAMENTAL EN EL MARCO DEL VI PLAN NACIONAL DE INVESTIGACION CIENTIFICA, DESARROLLO E INNOVACION TECNOLÓGICA 2008-2011. \* Subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental no orientada en las áreas de: CS, DER, ECO, EDU, CT, FFI, FI, HA, PS.  
**Cód. según financiadora:** CSO2008-00606/SOCI



**Fecha de inicio-fin:** 01/01/2009 - 31/12/2011

**Duración:** 36 meses

**Cuantía total:** 72.600

**Régimen de dedicación:** Tiempo completo

**5 Nombre del proyecto:** LA COMUNICACION DE NUEVOS PRODUCTOS FINANCIEROS SOCIALMENTE RESPONSABLES: PROPUESTAS PARA SU DESARROLLO Y APLICACION EN ESPAÑA

**Ámbito geográfico:** Projecte d'Investigació Local

**Grado de contribución:** Investigador/a

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Rafael López Lita

**Nº de investigadores/as:** 13

**Entidad/es financiadora/s:**

Universitat Jaume I

**Tipo de entidad:** UNIVERSIDAD

**Ciudad entidad financiadora:** Castelló de la Plana, España

**Nombre del programa:** Plan de promoción de la investigación en la Universitat Jaume I, convocatoria 2005  
\* PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN MODALIDAD A (EMERGENTES)

**Cód. según financiadora:** P1-1A2005-21

**Fecha de inicio-fin:** 01/12/2005 - 30/11/2008

**Duración:** 36 meses

**Cuantía total:** 33.900

### Contratos, convenios o proyectos de I+D+i no competitivos con Administraciones o entidades públicas o privadas

**1 Nombre del proyecto:** ANEXO I AL CONTRATO ENTRE FUE-FEVEC-UJI PARA LA REALIZACIÓN DE UN PROYECTO DE INVESTIGACION SOBRE "VALORACION DEL PLAN DE COMUNICACION Y ESTUDIO DE MEJORAS OPORTUNAS"

**Ámbito geográfico:** Contracte de Suport Tecnològic

**Grado de contribución:** Coordinador/a científico/a

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Cristina González Oñate

**Nº de investigadores/as:** 2

**Nombre del programa:** CONTRATO DE ASESORAMIENTO

**Cód. según financiadora:** EX110108

**Fecha de inicio:** 01/04/2011

**Duración:** 6 meses

**Cuantía total:** 8.980

**2 Nombre del proyecto:** CONTRATO ENTRE FUE-FEVEC-UJI PARA REALIZAR UNA VALORACION DEL PLAN DE COMUNICACION Y ESTUDIO DE MEJORAS OPORTUNAS

**Ámbito geográfico:** Contracte de Suport Tecnològic

**Grado de contribución:** Coordinador/a científico/a

**Entidad de realización:** Universitat Jaume I

**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Cristina González Oñate

**Nº de investigadores/as:** 2

**Nombre del programa:** CONTRATO DE ASESORAMIENTO

**Cód. según financiadora:** EX100336

**Fecha de inicio:** 01/10/2010

**Duración:** 6 meses

**Cuantía total:** 10.800



- 3** **Nombre del proyecto:** ANEXO III AL CONTRATO "REDACCION Y PUESTA EN MARCHA DE UN PLAN DE COMUNICACION" (s/ref.: EX100107 FEVEC)  
**Ámbito geográfico:** Contracte d'Assessorament  
**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Rafael López Lita  
**Nº de investigadores/as:** 2  
**Nombre del programa:** CONTRATO DE ASESORAMIENTO  
**Cód. según financiadora:** EX100107 FEVEC  
**Fecha de inicio:** 01/04/2010 **Duración:** 6 meses  
**Cuantía total:** 7.800
- 4** **Nombre del proyecto:** ADDENDA AL CONTRATO "REDACCION Y PUESTA EN MARCHA DE UN PLAN DE COMUNICACION" (s/ref.: EX090336)  
**Ámbito geográfico:** Contracte d'Assessorament  
**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Rafael López Lita  
**Nº de investigadores/as:** 2  
**Nombre del programa:** CONTRATO DE ASESORAMIENTO  
**Cód. según financiadora:** EX090336  
**Fecha de inicio:** 01/10/2009 **Duración:** 6 meses  
**Cuantía total:** 7.400
- 5** **Nombre del proyecto:** ASESORAMIENTO Y CONSULTORIA ESTRATEGICA EN MATERIA DE COMUNICACION (s/ref.: EX090276)  
**Ámbito geográfico:** Contracte d'Assessorament  
**Grado de contribución:** Coordinador/a científico/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Cristina González Oñate  
**Nº de investigadores/as:** 1  
**Nombre del programa:** CONTRATO DE ASESORAMIENTO  
**Cód. según financiadora:** EX090276  
**Fecha de inicio:** 15/09/2009 **Duración:** 6 meses  
**Cuantía total:** 6.616,67
- 6** **Nombre del proyecto:** ADDENDA REDACCIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN (s/ref.: EX090141)  
**Ámbito geográfico:** Contracte d'Assessorament  
**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Rafael López Lita  
**Nº de investigadores/as:** 2  
**Nombre del programa:** CONTRATO DE ASESORAMIENTO  
**Cód. según financiadora:** EX090141  
**Fecha de inicio:** 01/04/2009 **Duración:** 6 meses  
**Cuantía total:** 7.400
- 7** **Nombre del proyecto:** REDACCION Y PUESTA EN MARCHA DE UN PLAN DE COMUNICACION. (s/ref.: EX080597)  
**Ámbito geográfico:** Contracte d'Assessorament





**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Rafael López Lita  
**Nº de investigadores/as:** 2  
**Nombre del programa:** CONTRATO DE ASESORAMIENTO  
**Cód. según financiadora:** EX080597  
**Fecha de inicio:** 01/10/2008 **Duración:** 6 meses  
**Cuantía total:** 7.200

**8 Nombre del proyecto:** ELABORACION DE UN INFORME PERICIAL SOBRE LA EVALUACION EN CUANTO A SU VIABILIDAD DE LAS OFERTAS PRESENTADAS POR VIACOM OUTDOOR, S.A Y CLEAR CHANNEL-CEMUSA UTE, PARA EL CONCURSO DE PUBLICIDAD EXTERIOR

**Ámbito geográfico:** Contracte d'Assessorament

**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Rafael López Lita  
**Nº de investigadores/as:** 5

**Entidad/es financiadora/s:**

Fundació Universitat Jaume I - Empresa

**Tipo de entidad:**

ASOCIACIÓN/FUNDACIÓN-PRIVADO-INTERNACIONAL

**Ciudad entidad financiadora:** Castelló de la Plana, España

**Nombre del programa:** CONTRATO DE ASESORAMIENTO

**Fecha de inicio:** 02/06/2008

**Duración:** 15 días

**Cuantía total:** 12.800

**9 Nombre del proyecto:** REALIZACIÓN DE UN PLAN TECNOLÓGICO SOBRE LA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL MUSEO DE LA PUBLICIDAD. (s.ref.:070021)

**Ámbito geográfico:** Contracte d'Assessorament

**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universitat Jaume I  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Rafael López Lita  
**Nº de investigadores/as:** 11

**Nombre del programa:** CONTRATO ASESORAMIENTO

**Cód. según financiadora:** s/ref.:070021

**Fecha de inicio:** 15/10/2007

**Duración:** 12 meses

**Cuantía total:** 19.148,94



## Actividades científicas y tecnológicas

### Producción científica

#### Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1 Antonio Baraybar Fernández; Sandro Arrufat Martín; Cristina González Oñate. Sustainability in the Main Spanish Banking Entities: A Comparative Analysis. Building Global Societies Towards an ESG World A Sustainable Development Goal in the 21st Century. pp. 151 - 164. Berlin(Alemania): Springer, 2024. Disponible en Internet en: <[http://dx.doi.org/10.1007/978-3-031-56619-6\\_9](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-031-56619-6_9)>. ISBN 9783031566189

**Colección:** CSR, Sustainability, Ethics & Governance

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 3

**Tipo de soporte:** Libro

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 2 Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate; Jenny Lam-Chor-Kan. Comunicación e influencia social: el rol de la comunicación mediática en la consolidación de valores sociales. REVISTA MEDITERRÁNEA DE COMUNICACIÓN (ONLINE). 15, pp. 1 - 3. (España): 2024. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM.27531>>. ISSN 1989-872X

**Tipo de producción:** Artículo

**Posición de firma:** 2

**Tipo de soporte:** Revista

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 3 Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró; Christian Daniel Gautier Comes. Sports Betting and Advertising: A Study of Their Influence on Young Spaniards. VISUAL REVIEW : INTERNATIONAL VISUAL CULTURAL REVIEW [REVISTA INTERNACIONAL DE CULTURA VISUAL]. 16, pp. 81 - 94. (España): 2024. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.62161/revvisual.v16.5216>>. ISSN 2695-9631

**Tipo de producción:** Artículo

**Posición de firma:** 1

**Tipo de soporte:** Revista

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 4 Javier De Sola Pueyo; Ana Segura Anaya; Yolanda Cabrera García-Ochoa; Cristina González Oñate. Presentación. Reinventar contenidos en prensa y radio. Reinventar contenidos en prensa y radio. pp. 7 - 13. Madrid(España): Fragua Editorial, 2022. ISBN 9788470749582

**Colección:** Estudios de Comunicación GICID , 6

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 4

**Tipo de soporte:** Libro

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 5 Javier De Sola Pueyo; Ana Segura Anaya; Yolanda Cabrera García-Ochoa; Cristina González Oñate. Reinventar contenidos en prensa y radio. Madrid(España): Fragua Editorial, 2022. ISBN 9788470749582

**Colección:** Estudios de Comunicación GICID , 6

**Tipo de producción:** Libro

**Grado de contribución:** Editor/a o coeditor/a

**Tipo de soporte:** Libro
- 6 Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate; Marta Valls Ponce. La comunicación publicitaria en la red social de Instagram: el perfil del influencer como prescriptor de marcas dentro del sector de la moda. Estrategias de comunicación publicitaria en redes sociales: diseño, gestión e impacto. pp. 481 - 503. Aravaca(España): McGraw Hill, 2022. ISBN 9788448634780





**Depósito legal:** M5235-2022

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 2

**Tipo de soporte:** Libro

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 7** Cristina González Oñate. La actualización de los perfiles en las agencias de publicidad. La publicidad. Estructura de la industria en España. Del cliente a la agencia (y viceversa). pp. 23 - 26. Madrid(España): Ediciones Pirámide, 2022. ISBN 9788436846126

**Colección:** FORMACIÓN Y APRENDIZAJE-Medios

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 1

**Tipo de soporte:** Libro

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 8** Gloria Jiménez Marín; Esther Simancas González; Cristina González Oñate. La publicidad. Estructura de la industria en España. Del cliente a la agencia (y viceversa). Madrid(España): Ediciones Pirámide, 2022. ISBN 9788436846126

**Colección:** FORMACIÓN Y APRENDIZAJE-Medios

**Tipo de producción:** Libro

**Grado de contribución:** Editor/a o coeditor/a

**Tipo de soporte:** Libro

- 9** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró; Elizabeth Lauren Salvador Harsh. La influencia de la anglomanía en la jerga de los/las profesionales de la comunicación en España. HISTORIA Y COMUNICACIÓN SOCIAL. 26, pp. 603 - 616. (España): 2021. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.5209/hics.69204>>. ISSN 1137-0734

**Tipo de producción:** Artículo

**Posición de firma:** 1

**Tipo de soporte:** Revista

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 10** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. La gestión del evento deportivo y su impacto en la marca ciudad: Análisis del Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP como caso de estudio. Marca, Territorio y Deporte : Un Triángulo Estratégico en la Gestión de Intangibles Comunicativos. pp. 201 - 225. València(España): Tirant Humanidades, 2020. Disponible en Internet en: <<https://editorial.tirant.com/mex/libro/marca--territorio-y-deporte--un-triangulo-estrategico-en-la-gestion-de-intangibles-comunicativos-elizete-de-azevedo-kreutz-9788418155697#>>>. ISBN 9788418155697

**Colección:** Plural

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 1

**Tipo de soporte:** Libro

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 11** Cristina González Oñate; Gloria Jiménez Marín; Paloma Sanz Marcos. Consumo televisivo y nivel de interacción y participación social en redes sociales: Análisis de las audiencias millennials en la campaña electoral de España. PROFESIONAL DE LA INFORMACION. 29, (España): 2020. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2020.sep.01>>. ISSN 1386-6710

**Tipo de producción:** Artículo

**Posición de firma:** 1

**Tipo de soporte:** Revista

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

**Fuente de impacto:** WOS (JCR)

**Índice de impacto:** 2.253

**Categoría:** Otros

**Revista dentro del 25%:** No

**Fuente de impacto:** WOS (JCR)

**Índice de impacto:** 2.253

**Categoría:** Otros

**Revista dentro del 25%:** No

- 12** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate; Marta del Carmen Santo Mirabet. Campañas institucionales para la prevención del suicidio en España. Análisis del cambio estratégico en su comunicación social: caso Comunidad Valenciana. REVISTA MEDITERRÁNEA DE COMUNICACIÓN (ONLINE). 11, pp. 261 - 276. (España): 2020. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.9>>. ISSN 1989-872X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 13** María Lorena López Font; Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. Excessively Comical, Even Grottesque Men. Men on the Screen. Re-visions of Masculinity in Spanish Cinema (1939-2019). pp. 53 - 65. New York(Estados Unidos de América): Peter Lang, 2020. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.3726/b14871>>. ISBN 9781433163579  
**Colección:** Masculinities Studies Series  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 14** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. Redes sociales e innovación en comunicación interna: Sweetcom como caso de estudio. Gestión y formación audiovisual para crear contenidos en redes sociales. pp. 561 - 576. Madrid(España): McGraw Hill Interamericana de España, 2019. ISBN 9788448620370  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 15** Carlos Fanjul Peyró; María Lorena López Font; Cristina González Oñate. Adolescentes y culto al cuerpo: influencia de la publicidad y de Internet en la búsqueda del cuerpo masculino idealizado. DOXA COMUNICACIÓN. pp. 61 - 74. (España): 2019. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.31921/doxacom.n29a3>>. ISSN 1696-019X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 3  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo  
**Categoría:** Otros  
**Revista dentro del 25%:** No  
**Fuente de impacto:** Otros  
**Índice de impacto:**  
**Categoría:** Otros  
**Revista dentro del 25%:** No  
**Fuente de impacto:** Otros  
**Índice de impacto:**  
**Categoría:** Otros  
**Revista dentro del 25%:** No  
**Fuente de impacto:** Otros  
**Índice de impacto:**  
**Categoría:** Otros  
**Revista dentro del 25%:** No
- 16** Cristina González Oñate; Pablo Vázquez Cagiao; Eduard Farrán Teixidó. Modelos de comunicación eficaces en las campañas de publicidad. Un análisis estratégico para la búsqueda de la eficacia. COMMUNICATION & SOCIETY. 32, pp. 109 - 124. (España): 2019. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.15581/003.32.4.109-124>>. ISSN 2386-7876  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 17** Gloria Jiménez Marín; Cristina González Oñate; Rodrigo Elías Zambrano. La salud como estrategia, los menores como target. REVISTA INCLUSIONES. 6, pp. 337 - 355. (Chile): 2019. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/10234/185422>>. ISSN 0719-4706



**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2

**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 18** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. El negocio publicitario en el contexto digital. AD COMUNICA. pp. 17 - 19. (España): 2019. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2019.18.2>>. ISSN 2174-0992

**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2

**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 19** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. Publicidad transmedia en campañas de concienciación social: Una estrategia eficaz para movilizar al usuario. Comunicación y cambio social. pp. 61 - 72. València(España): Tirant Humanidades, 2019. ISBN 9788417508869

**Depósito legal:** V-1186-2019

**Colección:** Plural

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 1

**Tipo de soporte:** Libro

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 20** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. ComLoc 2018: El negocio publicitario en la sociedad digital. Castelló(España): Universitat Jaume I, 2019. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.6035/Humanitats.2019.59>>. ISBN 9788417429775

**Colección:** Humanitats, 59

**Tipo de producción:** Libro

**Grado de contribución:** Editor/a o coeditor/a

**Tipo de soporte:** Libro

- 21** Cristina González Oñate; María Lorena López Font; Carlos Fanjul Peyró. El consumo de proximidad mediante APPS: estrategias de fidelización y vinculación para construir relaciones y fomentar el consumo local. Contenidos audiovisuales, narrativas y alfabetización mediática. pp. 677 - 689. Madrid(España): McGraw Hill Interamericana de España, 2019. ISBN 9788448618162

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 1

**Tipo de soporte:** Libro

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 22** Cristina González Oñate; Elizabeth Lauren Salvador Harsh. El negocio publicitario en la sociedad digital. El caso de la Comunidad Valenciana. El negocio publicitario en la sociedad digital de la Comunidad Valenciana. pp. 21 - 39. Barcelona(España): Universitat Oberta de Catalunya, 2019. ISBN 9788491804307

**Depósito legal:** B4430 2019

**Colección:** Comunicación

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición de firma:** 1

**Tipo de soporte:** Libro

**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 23** Cristina González Oñate. El negocio publicitario en la sociedad digital de la Comunidad Valenciana. Barcelona(España): Universitat Oberta de Catalunya, 2019. ISBN 9788491804307

**Depósito legal:** B4430 2019

**Colección:** Comunicación

**Tipo de producción:** Libro

**Grado de contribución:** Editor/a o coeditor/a

**Tipo de soporte:** Libro

- 24** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate; Pedro Jesús Peña Hernández. La influencia de los jugadores de videojuegos online en las estrategias publicitarias de las marcas. Comparativa entre España y Corea. COMUNICAR. 27, pp. 105 - 114. (España): 2019. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.3916/C58-2019-10>>. ISSN 1134-3478
- Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2
- Fuente de impacto:** Otros  
**Índice de impacto:**
- Fuente de impacto:** Otros  
**Índice de impacto:**
- Fuente de impacto:** Otros  
**Índice de impacto:**
- Fuente de impacto:** Otros  
**Índice de impacto:**
- Fuente de impacto:** WOS (JCR)  
**Índice de impacto:** 3.375
- Fuente de impacto:** WOS (JCR)  
**Índice de impacto:** 3.375
- Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo  
**Categoría:** Otros  
**Revista dentro del 25%:** No
- Categoría:** Otros  
**Revista dentro del 25%:** No
- Categoría:** Otros  
**Revista dentro del 25%:** No
- Categoría:** Otros  
**Revista dentro del 25%:** No
- Categoría:** Social Sciences Edition - COMMUNICATION  
**Revista dentro del 25%:** Si
- Categoría:** Social Sciences Edition - EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH  
**Revista dentro del 25%:** Si
- 25** Enrique Guerrero Pérez; Cristina González Oñate; David Kimber Camussetti. La televisión de los mileniales: una aproximación a sus hábitos de visionado. ANÁLISI: QUADERNS DE COMUNICACIÓ I CULTURA. pp. 121 - 138. (España): 2018. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.5565/rev/analisi.3151>>. ISSN 0211-2175
- Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2
- Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 26** Cristina González Oñate; Eduardo Farran Teixidó; Pablo Vázquez Caggiao. Rational vs emotional communication models. Defenition parameters of advertising discourses. IROCAMM. 1, pp. 88 - 104. (España): 2018. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2018.i1.06>>. ISSN 2605-0447
- Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1
- Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 27** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate; Marta Arranz Peña. Creatividad y eficacia en la Comunidad Valenciana: la figura del planner en el proceso creativo. REVISTA LATINA DE COMUNICACION SOCIAL. pp. 401 - 424. (España): 2018. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2018-1262>>. ISSN 1138-5820
- Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2
- Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 28** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. Aplicaciones móviles para personas mayores: un estudio sobre su estrategia actual. AULA ABIERTA. 47, pp. 107 - 112. (España): 2018. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.17811/rifie.47.1.2018.107-112>>. ISSN 0210-2773
- Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1
- Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo



- 29** María Lorena López Font; Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. Queer masculinities: evolution of homosexual, transsexual and queer characters. All about Almodóvar's Men. pp. 49 - 57. Nova York(Estados Unidos de América): Peter Lang, 2017. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.3726/978-1-4331-3865-2>>. ISBN 9781433138645  
**Colección:** Masculinity Studies: literary and cultural representations  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 3  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 30** Jacqueline Sánchez-Carrero; Cristina González Oñate. McLuhan y el prosumidor del siglo XXI. El ciudadano como productor y audiencia en España. MEMORIAS. 15, pp. 1 - 22. (Colombia): 2017. ISSN 0124-4361  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 31** Cristina González Oñate. A continuidade televisiva como microrelato de coesão de conteúdo e de marca. Narrativas mínimas nos novos discursos audiovisuais. Metodologias e análises de caso. pp. 65 - 90. Covilha(Portugal): Universidade da Beira Interior; Editora Labcom.IFP, 2016. Disponible en Internet en: <[http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201707131920-201616\\_narrativasaudiovisuales\\_ecamilo\\_.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201707131920-201616_narrativasaudiovisuales_ecamilo_.pdf)>. ISBN 9789896543310  
**Depósito legal:** 259021/07  
**Colección:** LabCom  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 32** Cristina González Oñate. El E-Commerce en España y la estrategia de marca online. Las App como plataformas del proceso de compra. REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA. 11, pp. 230 - 250. (Brasil): 2016. Disponible en Internet en: <<http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/754/385>>. ISSN 2236-8000  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 33** Cristina González Oñate. Estrategias de Comunicación Publicitaria como Desafío Ético: el caso de la campaña para la Fundación Prodis en España. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. pp. 1 - 12. (Portugal): 2016. ISSN 1646-3137  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 34** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró; Francisco Cabezero-Lorenzo. Uso, consumo y conocimiento de las nuevas tecnologías en personas mayores en Francia, Reino Unido y España. COMUNICAR. pp. 1 - 11. (España): 2015. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.3916/C45-2015-02>>. ISSN 1134-3478  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo  
**Categoría:** Social Sciences Edition - COMMUNICATION  
**Revista dentro del 25%:** Si  
**Fuente de impacto:** WOS (JCR)  
**Índice de impacto:** 1.438  
**Categoría:** Social Sciences Edition - EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH  
**Revista dentro del 25%:** Si  
**Fuente de impacto:** WOS (JCR)  
**Índice de impacto:** 1.438





- 35** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate; Francisco Cabezuelo Lorenzo. Elementos clave para el realismo de personajes en series de ficción televisiva. Un estudio del caso a través de "Glee". DOXA COMUNICACIÓN. pp. 185 - 202. (España): 2015. ISSN 1696-019X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 36** Cristina González Oñate. Estrategias de comunicación publicitaria como respuesta a la crisis económica en España: Coca-Cola como caso de estudio. PUBLICITAS. 3, pp. 14 - 23. (Chile): 2015. ISSN 0719-4005  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 37** Asier Aranzubia Cob; Roberto Arnau Roselló; Iván Bort Gual; Fernando Canet Centellas; Pablo Ferrando García; Esteban Galán Cubillo; Shaila García Catalán; José Vicente García Santamaría; Francisco Javier Gómez Tarín; Cristina González Oñate; Rubén Higuera Flores; Jéssica Izquierdo Castillo; Javier López Villanueva; Antonio Loriguillo López; Marta Martín Núñez; José Martínez Sáez; José Javier Marzal Felici; Jose Antonio Palao Errando; Aarón Rodríguez Serrano; Agustín Rubio Alcover; Emilio Sáez Soro; María Soler Campillo; Teresa Sorolla Romero; Imano Zumalde Arregui. Diccionario de conceptos y términos audiovisuales. Herramientas para el análisis fílmico. Madrid(España): Ediciones Cátedra, 2015. ISBN 9788437633862  
**Depósito legal:** M. 2017-2015  
**Tipo de producción:** Libro  
**Posición de firma:** 10  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo
- 38** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. Obsesest Bodies: Influence of Advertising Male Models on Bigorexia. The Male Body as Advertisement: Masculinities in Hispanic Media. New York(Estados Unidos de América): Peter Lang, 2015. ISBN 9781433128370  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 39** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. Strategies and treatments applied to news about terrorism on television: A study of the Spanish case. ESTUDIOS SOBRE EL MENSAJE PERIODISTICO. 20, pp. 753 - 769. (España): 2014. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.5209/rev-ESMP.2014.v20.n2.47032>>. ISSN 1134-1629  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 40** Cristina González Oñate. La continuidad televisiva como microrrelato de cohesión de contenido y marca. Narrativas [mínimas] audiovisuales Metodologías y análisis aplicado. Santander(España): Shangrila Textos Aparte, 2014. ISBN 9788494175367  
**Depósito legal:** SA 108-2014  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 41** Francisco Cabezuelo Lorenzo; Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. Los paisajes del sueño americano: escenografía de "Mad Men". REVISTA DE LA SEECI. 15, pp. 1 - 11. (España): 2013. ISSN 1576-3420  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista



**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 42** Cristina González Oñate; Sonia Martínez Bueno. La marca territorio como elemento de la comunicación: Factor estratégico del desarrollo turístico en Cuenca. PENSAR LA PUBLICIDAD. 7, pp. 113 - 134. (España): 2013. Disponible en Internet en: <[http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_PEP.2013.v7.n1.42439](http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEP.2013.v7.n1.42439)>. ISSN 1887-8598  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 43** Cristina González Oñate; Patricia Monleón López. La gestión de intangibles en la Dirección de Comunicación Corporativa. Estudio sobre el DirCom en las organizaciones de Reino Unido. DOXA COMUNICACIÓN. pp. 27 - 56. (España): 2013. ISSN 1696-019X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 44** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. El rol de los códigos no verbales de la realidad en la creatividad del discurso publicitario. DOXA COMUNICACIÓN. pp. 75 - 97. (España): 2012. ISSN 1696-019X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 45** Cristina González Oñate. El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado, de Enrique Guerrero. DOXA. pp. 188 - 189. (España): 2011. ISSN 1133-9411  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 46** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. La influencia de modelos somáticos publicitarios en la vigorexia masculina. Un estudio experimental en adolescentes. ZER. 16, pp. 265 - 284. (España): 2011. ISSN 1137-1102  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 47** David Caldevilla Domínguez; Cristina González Oñate. Herramienta Educativa "MOS" y las TIC. Técnica en pro de la Innovación Educativa. ETICA NET. 9, pp. 1 - 23. (España): 2011. ISSN 1695-324X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 48** Francisco Javier Gómez Tarín; Roberto Arnau Roselló; Cristina González Oñate. Los cines emergentes y las disonancias entre acción política y elección estética en el cine latinoamericano. Las décadas 60 y 70 como paradigma. COMUNICACION Y MEDIOS. pp. 227 - 243. (Chile): 2011. ISSN 0716-3991  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 3  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 49** Cristina González Oñate; José Javier Marzal Felici. Competencia Mediática. Madrid(España): Ministerio de Educación / Cultura, 2011. ISBN 9788436952063  
**Depósito legal:** c2658-2011  
**Tipo de producción:** Libro  
**Posición de firma:** 22  
**Tipo de soporte:** Libro





**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo

- 50** Cristina González Oñate; PATRICIA MONLEÓN LÓPEZ. La responsabilidad social empresarial (RSE), es posible. CONSTRUCCION VALENCIA. pp. 34 - 35. (España): 2010. ISSN 0000-0123  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 51** David Caldevilla Domínguez; Cristina González Oñate. Los lobbies y el debate sobre las drogas: una imagen en cuestión. REVISTA DE LA SEECI. 13, pp. 30 - 64. (España): 2010. ISSN 1576-3420  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 52** Cristina González Oñate. La continuidad como discurso estratégico en el medio televisivo. SPHERA PUBLICA. pp. 179 - 194. (España): 2010. ISSN 1180-9210  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 53** Cristina González Oñate. Estudos de comunicaÇao,novos desafios ,novos modelos de comunicaÇao.Partilhar Saberes/Saberes para compartir (Volume 2/Volumen 2). CovilhaUniversidade da Beira Interior, 2010. ISBN 9789896540555  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 54** Cristina González Oñate. El estado de la Narrativa en el Mensaje Publicitario. Nuevas estrategias publicitarias en televisión en el contexto digital. Partilhar Saberes/Saberes para compartir (Volume 2/Volumen 2). CovilhaUniversidade da Beira Interior, 2010. ISBN 9789896540555  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 55** Rafael López Lita; Cristina González Oñate. Universidad y Empresa: ¿condenadas a entenderse?. CONSTRUCCION VALENCIA. pp. 36 - 37. (España): 2009. ISSN 0000-0123  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 56** Rafael López Lita; Cristina González Oñate. Estrategias de comunicación ante la crisis económica. TELOS: CUADERNOS DE COMUNICACIÓN E INNOVACIÓN. pp. 8 - 10. (España): 2009. ISSN 0213-084X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 57** Cristina González Oñate. Estrategias de comunicación publicitaria: nuevas estéticas y nuevos formatos en televisión. El caso de TVE. TRÍPODOS. pp. 1135 - 1142. (España): 2009. ISSN 1138-3305  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo



- 58** Rafael López Lita; Cristina González Oñate. Un modelo estratégico para fomentar las relaciones entre la universidad y la empresa. CUENTA Y RAZÓN. pp. 27 - 32. (España): 2009. ISSN 0211-1381  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 59** Cristina González Oñate. La gestión de la comunicación como una apuesta segura. CONSTRUCCION VALENCIA. (España): 2009. ISSN 0000-0123  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 60** Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. La creatividad publicitaria y su influencia social en la vigorexia masculina. QUESTIONES PUBLICITARIAS. I, pp. 20 - 33. (España): 2009. ISSN 1133-6870  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 61** Cristina González Oñate. Estrategia de comunicación publicitaria para el lanzamiento de una marca. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. pp. 1 - 33. (Portugal): 2009. ISSN 1646-3137  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 62** Cristina González Oñate. Estrategias de comunicación entre el medio televisivo e Internet. Nuevos aliados, nuevos negocios en la era digital. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. pp. 1 - 23. (Portugal): 2009. ISSN 1646-3137  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 63** Cristina González Oñate. Estrategias de comunicación solidaria en televisión. Telecinco, programa "12 meses, 12 causas" como caso de estudio. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. pp. 1 - 25. (Portugal): 2009. ISSN 1646-3137  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 64** Cristina González Oñate. La legislación española en publicidad. pautas básicas a la hora de plantear estrategias de comunicación. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. pp. 1 - 47. (Portugal): 2009. ISSN 1646-3137  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 65** Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. Marcas televisivas. La gestión de la continuidad en el medio televisivo español. REVISTA LATINA DE COMUNICACION SOCIAL. pp. 894 - 908. (España): 2009. ISSN 1138-5820  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo



- 66** Cristina González Oñate. Estrategia corporativa, un instrumento básico del DirCom. DirCom. Estrategia de la complejidad. Nuevos paradigmas para la Dirección de la Comunicación. Castelló de la Plana(España): Universitat Jaume I, 2009. ISBN 9788480216852  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 67** Rafael López Lita; Cristina González Oñate. Convenio de colaboración entre la Universitat Jaume I y FEVEC. CONSTRUCCION VALENCIA. (España): 2008. ISSN 0000-0123  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 68** Cristina González Oñate. Cuatro: la nueva estrategia de marca televisiva para conectar con los jóvenes. COMUNICAR. 16, pp. 357 - 366. (España): 2008. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.3916/c31-2008-03-018>>. ISSN 1134-3478  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 69** Rafael López Lita; Cristina González Oñate. Estrategia de intangibles en el medio televisivo. PENSAR LA PUBLICIDAD. II, pp. 159 - 169. (España): 2008. ISSN 1887-8598  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición de firma:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 70** Cristina González Oñate. Hasta Pronto. Caminos de Hierro. 22º Concurso Fotográfico. MadridFundación de los Ferrocarriles Españoles, 2008. ISBN 9788489649262  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 71** Cristina González Oñate. La comunicación publicitaria de las entidades financieras: Análisis de las estrategias comunicativas de la labor social de las Cajas de Ahorro. Nuevas tendencias de la Comunicación. MadridUniversidad Complutense de Madrid, 2008. ISBN 9788460807315  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 72** Cristina González Oñate. Estrategias de comunicación para productos financieros socialmente responsables. Importancia de la marca financiera. La comunicación de nuevos productos financieros socialmente responsables. MadridEdiciones de las Ciencias Sociales, 2008. ISBN 9788487510519  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 73** Cristina González Oñate. Introducción. La comunicación de nuevos productos financieros socialmente responsables. MadridEdiciones de las Ciencias Sociales, 2008. ISBN 9788487510519  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición de firma:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro



- 74** Rafael López Lita; Cristina González Oñate. La comunicación de nuevos productos financieros socialmente responsables. Madrid Ediciones de las Ciencias Sociales, 2008. ISBN 9788487510519  
**Tipo de producción:** Libro **Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Editor/a o coeditor/a
- 75** Cristina González Oñate. La continuidad televisiva en la era digital. Nuevos discursos publicitarios de expresión de Identidad Corporativa. El nacimiento de Cuatro. en línea <<http://www.tdx.cbuc.es/>> Universitat Jaume I, 2007. ISBN 9788469046388  
**Tipo de producción:** Libro **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición de firma:** 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo
- 76** María Lorena López Font; Cristina González Oñate. El visionado del spot en el 1º curso de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas: la asignatura 'Crítica Publicitaria' en la Universitat Jaume I de Castellón. La enseñanza de los medios audiovisuales en los niveles no universitarios. Valencia Generalitat Valenciana, 2007. ISBN 9788448246617  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición de firma:** 2 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 77** Cristina González Oñate. La identidad corporativa en las cadenas de televisión: La clave estratégica ante el escenario digital. El desarrollo de la Televisión Digital en España. A Coruña Netbiblo, 2007. ISBN 9788497452137  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición de firma:** 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 78** José Javier Marzal Felici; Jorge Adell Segura; María Lorena López Font; Cristina González Oñate. La enseñanza de los medios audiovisuales en los niveles no universitarios. Valencia Generalitat Valenciana, 2007. ISBN 9788448246617  
**Tipo de producción:** Libro **Tipo de soporte:** Libro  
**Grado de contribución:** Editor/a o coeditor/a
- 79** Sara Serrano; Cristina González Oñate. La marca televisiva. Cuatro, un nuevo concepto de televisión. 99% COM. pp. 57 - 61. (España): 2006. ISSN 1885-4397  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición de firma:** 2 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 80** María Lorena López Font; Cristina González Oñate. El posicionamiento en 20": las autopromociones de las cadenas de televisión. COMUNICAR. 2, pp. 1 - 8. (España): 2005. ISSN 1134-3478  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición de firma:** 2 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo



## Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título del trabajo:** Native advertising como herramienta para transmitir valores sociales del medio a la marca: el caso de “MODERNA DE PUEBLO”  
**Nombre del congreso:** XV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** online, España  
**Fecha de celebración:** 22/11/2023  
**Entidad organizadora:** Concilium, Grupo de Investigación en Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, Sociedad Latina de Comunicación Social  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate; Silvia Vela Serrano. En: XV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. pp. 1 - 1. (España): Historia de los Sistemas Informativos (HISIN), 2023. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.4185/CILCS2023>>. ISBN 9788409481866
- 2** **Título del trabajo:** Influencers infantiles: análisis de la estrategia de contenidos. El caso Mikeltube  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional de Nuevas Narrativas en la Sociedad Digital  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** on-line, España  
**Fecha de celebración:** 16/06/2022  
**Entidad organizadora:** Universitat politècnica de valència  
Cristina González Oñate. En: I Congreso Internacional de Nuevas Narrativas en la Sociedad Digital.
- 3** **Título del trabajo:** Competencias de los perfiles profesionales en el sector de la publicidad digital: un análisis sobre el intrusismo laboral  
**Nombre del congreso:** XXVII Congreso Internacional de la SEP. Transformación digital. Desafíos y expectativas para el periodismo  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Sevilla, España  
**Fecha de celebración:** 27/05/2021  
**Entidad organizadora:** Sociedad Española de Periodística (SEP) / Universidad de Sevilla  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró; Isaac Hernández Gallego. En: XXVII Congreso Internacional de la SEP. Transformación digital. Desafíos y expectativas para el periodismo. pp. 143 - 147. (España): Universidad de Sevilla. Secretariado de Publicaciones, 2021. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.12795/9788447231324>>. ISBN 9788447231324
- 4** **Título del trabajo:** Adaptación a la nueva era digital para llegar a la generación z por parte del mundial de motociclismo  
**Nombre del congreso:** V Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicación y juventud. Nuevos medios, usos y consumos  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Sevilla (Virtual), España  
**Fecha de celebración:** 01/04/2020  
**Entidad organizadora:** Universidad de Sevilla  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros





María del Mar Clemente Romero; Cristina González Oñate. En: V Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicación y juventud. Nuevos medios, usos y consumos. pp. 16 - 16. (España): Egregius, 2020. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/juventud-y-comunicacion-analisis-y-experiencias-de-representacion-practicas-y-consumos-en-medios-y-redes-sociales/>>. ISBN 9788418167188

- 5** **Nombre del congreso:** XV Congreso de Comunicación Local: El negocio publicitario en la era digital (ComLoc 2018)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** Castelló, España  
**Fecha de celebración:** 15/11/2018  
**Entidad organizadora:** UJI. Departament de Ciències de la Comunicació  
Carlos Fanjul Peyró; Shaila García Catalán; Samuel Gil Soldevilla; Cristina González Oñate; Aaron Rodríguez Serrano; Teresa Sorolla Romero; Alejandro Rubio Navalón. En: XV Congreso de Comunicación Local: El negocio publicitario en la era digital (ComLoc 2018).
- 6** **Título del trabajo:** Predominio de la voz masculina en los spots automovilísticos: ¿Función persuasiva o tópico machista? La necesidad de la inclusión de la voz femenina en la publicidad del siglo XXI  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional sobre Vulnerabilidad y Cultura Digital  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 18/10/2018  
**Entidad organizadora:** Universidad CEU San Pablo. Universidad Complutense de Madrid. Universidad Rey Juan Carlos I  
Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. En: I Congreso Internacional sobre Vulnerabilidad y Cultura Digital.
- 7** **Título del trabajo:** Análisis de los principales cambios en la estructura organizacional de las agencias de comunicación publicitaria  
**Nombre del congreso:** VI Congreso Internacional de la Asociación Española de investigación de la Comunicación (AE-IC): Comunicación y Conocimiento  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Salamanca, España  
**Fecha de celebración:** 26/06/2018  
**Entidad organizadora:** AE-IC. Asociación Española de Investigación de la Comunicación  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. En: VI Congreso Internacional de la Asociación Española de investigación de la Comunicación (AE-IC): Comunicación y Conocimiento. pp. 2389 - 2404. (España): Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), 2018. ISBN 9788409033935
- 8** **Título del trabajo:** Creatividad social e innovación responsable en la comunicación de las marcas: Consum y El Día de las Personas como caso de estudio  
**Nombre del congreso:** IX Simposium de Profesores Universitarios de Creatividad Publicitaria. "NO FUTURE?"  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** València, España  
**Fecha de celebración:** 24/05/2018  
**Entidad organizadora:** Universidad CEU Cardenal Herrera



Cristina González Oñate. En: IX Simposium de Profesores Universitarios de Creatividad Publicitaria. "NO FUTURE?".

- 9** **Título del trabajo:** Estrategias de participación ciudadana en la construcción de la marca ciudad. La Comunidad Valenciana como caso de estudio  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional Marca, Territorio y Deporte  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana, España  
**Fecha de celebración:** 17/05/2018  
**Entidad organizadora:** Universitat Jaume I  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate; Lucía Paz Errandonea. En: I Congreso Internacional Marca, Territorio y Deporte. pp. 155 - 176. (España): Tirant Humanidades, 2019. ISBN 9788417973056
- 10** **Nombre del congreso:** I Congreso Internacional Marca, Territorio y Deporte  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Comité científico  
**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana, España  
**Fecha de celebración:** 17/05/2018  
**Entidad organizadora:** Universitat Jaume I-FUE  
María Consuelo Balado Albiol; Eva Breva Franch; Carlos Fanjul Peyró; Francisco José Fernández Beltrán; Cristina González Oñate; María Lorena López Font; Susana Miquel Segarra; Magdalena Mut Camacho; Emilio Sáez Soro. En: I Congreso Internacional Marca, Territorio y Deporte.
- 11** **Título del trabajo:** Nuevas tendencias del comportamiento de las marcas en la red: el caso Consum como estrategia de educomunicación publicitaria en materia de salud dirigida a niños y jóvenes  
**Nombre del congreso:** III Congreso Internacional de Comunicación y Pensamiento. Generación Smartphone: Comunicación móvil  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Sevilla, España  
**Fecha de celebración:** 21/03/2018  
**Entidad organizadora:** Universidad de Sevilla  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Gloria Jiménez Marín; Cristina González Oñate; Rodrigo Elías Zambrano. En: III Congreso Internacional de Comunicación y Pensamiento. Generación Smartphone: Comunicación móvil. pp. 447 - 448. (España): Egregius, 2018. Disponible en Internet en: <<https://2018.comunicacionypensamiento.org/ponencia/1546/>>. ISBN 9788417270308
- 12** **Título del trabajo:** Valencia ciudad del running: una estrategia de marca ciudad como entretenimiento deportivo  
**Nombre del congreso:** 6º Congreso Ciudades Creativas  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Orlando, Estados Unidos de América  
**Fecha de celebración:** 24/01/2018  
**Entidad organizadora:** Asociación Científica Icono14. Universidad Central de Florida. UCM. URJC  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: 6º Congreso Ciudades Creativas. pp. 443 - 461. (España): Icono 14, 2018. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.7195/piccc>>. ISBN 9788415816256





**13 Título del trabajo:** Publicidad transmedia en campañas de concienciación social: una estrategia eficaz para movilizar al usuario

**Nombre del congreso:** Congreso internacional Comunicación, conflictos y cambio social

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Castellón, España

**Fecha de celebración:** 18/12/2017

**Entidad organizadora:** IUDESP-UJI

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. En: Congreso internacional

Comunicación, conflictos y cambio social. pp. 85 - 85. (España): Autoeditado por

Comité congreso, 2018. Disponible en Internet en: <[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiLn42zspvbAhUDYpoKHdyOAuMQFjABeQ%3A%2F%2Fwww.comcambio.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F02%2FCongreso-Internacional-Comunicaci%25C3%25B3n-conflictos-y-cambio-social-2017.pdf&usg=AOvVaw0ELEskHGCs\\_xi00FYWc-4x](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiLn42zspvbAhUDYpoKHdyOAuMQFjABeQ%3A%2F%2Fwww.comcambio.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F02%2FCongreso-Internacional-Comunicaci%25C3%25B3n-conflictos-y-cambio-social-2017.pdf&usg=AOvVaw0ELEskHGCs_xi00FYWc-4x)>. ISBN 9788460686583

**14 Título del trabajo:** Perfiles profesionales en Comunicación : el consumidor multipantalla y las redes sociales

**Nombre del congreso:** IX Congreso Internacional de Cyberperiodismo. Innovación y emprendimiento al servicio de las audiencias

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Bilbao, España

**Fecha de celebración:** 27/11/2017

**Entidad organizadora:** Universidad del País Vasco. Departamento de Periodismo II

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. En: IX Congreso Internacional de

Cyberperiodismo. Innovación y emprendimiento al servicio de las audiencias. pp. 287 - 307. (España):

Universidad del País Vasco, 2017. ISBN 9788490827833

**15 Título del trabajo:** Influencia de las nuevas tecnologías en las demandas de los perfiles profesionales

**Nombre del congreso:** VIII Congreso Internacional de Cyberperiodismo. El impacto de las audiencias en los perfiles profesionales y los contenidos

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Bilbao, España

**Fecha de celebración:** 07/11/2016

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró; María Lorena López Font. En: VIII Congreso Internacional

de Cyberperiodismo. El impacto de las audiencias en los perfiles profesionales y los contenidos.

(España): Universidad del País Vasco, 2016. ISBN 9788490824689

**16 Título del trabajo:** Nuevas tendencias de los formatos audiovisuales en el discurso

**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional COMUNICACIÓN Y PENSAMIENTO. Comunicación y Desarrollo Social

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Sevilla, España

**Fecha de celebración:** 09/03/2016

**Forma de contribución:** Capítulos de libros



Alejandro Rubio Navalón; Cristina González Oñate. En: I Congreso Internacional COMUNICACIÓN Y PENSAMIENTO. Comunicar y Desarrollo Social. pp. 299 - 318. (España): Egregius, 2016. ISBN 9788494524332

- 17 Título del trabajo:** La participación ciudadana en el nuevo entorno de la información. El caso de Change.org  
**Nombre del congreso:** Nuevos perfiles y audiencias para una democracia participativa (Actas VII Congreso Internacional de Cyberperiodismo y Web 2.0.)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Bilbao, España  
**Fecha de celebración:** 09/11/2015  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: Nuevos perfiles y audiencias para una democracia participativa (Actas VII Congreso Internacional de Cyberperiodismo y Web 2.0.). (España): Universidad del País Vasco, 2015. ISBN 9788490822364
- 18 Título del trabajo:** El comisario Montalbano. Desvelando las claves del éxito comercial de una serie Made in Italy en los mercados audiovisuales internacionales  
**Nombre del congreso:** VIII Jornadas "CONTD-TVMORFOSIS". Los contenidos audiovisuales en el nuevo escenario mediático  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** València, España  
**Fecha de celebración:** 02/06/2015  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. En: VIII Jornadas "CONTD-TVMORFOSIS". Los contenidos audiovisuales en el nuevo escenario mediático. (España): Editorial Síntesis, 2016. ISBN 9788490773253
- 19 Título del trabajo:** Publicidad eficaz para el cambio social. Análisis de las campañas más eficaces en el área de Responsabilidad Social  
**Nombre del congreso:** Actas Congreso Internacional de Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social (#comunicambio 2015)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Univeritat Jaume I de Castelló, España  
**Fecha de celebración:** 20/05/2015  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: Actas Congreso Internacional de Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social (#comunicambio 2015). (España): Fragua Editorial, 2015. ISBN 9788470746949
- 20 Título del trabajo:** Las redes sociales como base para la estrategia de promoción en la industria musical  
**Nombre del congreso:** XVI Foro de investigación en comunicación. La gestión de intangibles para la excelencia empresarial. Nuevas oportunidades para la comunicación y sus profesionales  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Badajoz, España  
**Fecha de celebración:** 05/02/2015  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
María Puig Hinojal; Francisco Cabezuelo Lorenzo; Cristina González Oñate. En: XVI Foro de investigación en comunicación. La gestión de intangibles para la excelencia empresarial. Nuevas oportunidades



para la comunicación y sus profesionales. (España): Universidad de Extremadura, 2015. ISBN 9788496657472

- 21 Título del trabajo:** La calidad del Ciberperiodismo: Estudio sobre las principales aplicaciones móviles y redes sociales en España  
**Nombre del congreso:** IV Congresso Internacional de Ciberjornalismo: Qualidade e Credibilidade no Ciberjornalismo (COBCIBER 2014)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Ciudad de celebración:** Porto, Portugal  
**Fecha de celebración:** 04/12/2014  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. En: IV Congresso Internacional de Ciberjornalismo: Qualidade e Credibilidade no Ciberjornalismo (COBCIBER 2014). (Portugal): Observatório do Ciberjornalismo (ObCiber), 2015. ISBN 9789899819917
- 22 Nombre del congreso:** VII Simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria. Tecnocreatividad  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** Universitat Jaume I, Castelló, España  
**Fecha de celebración:** 05/06/2014  
Rocío Blay Arráez; María Consuelo Balado Albiol; María Teresa Benlloch Osuna; Eva Brea Franch; Carlos Fanjul Peyró; Eduardo Farran Teixidó; Francisco José Fernández Beltrán; Cristina González Oñate; María Lorena López Font; Susana Miquel Segarra; Magdalena Mut Camacho; María Rosario Fátima Solá Climent. En: VII Simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria. Tecnocreatividad.
- 23 Título del trabajo:** La publicidad de guerrilla como estrategia publicitaria para la promoción de series españolas  
**Nombre del congreso:** V Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales: Tecnología y Contenidos Digitales Aplicados. Últimos estudios sobre Publicidad de "Las Meninias" a los tuits  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 24/04/2014  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: V Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales: Tecnología y Contenidos Digitales Aplicados. Últimos estudios sobre Publicidad de "Las Meninias" a los tuits. (España): Fragua Editorial, 2014. ISBN 9788470746215
- 24 Título del trabajo:** San Sebastián: El Festival Internacional de Cine como pieza clave de la marca-ciudad  
**Nombre del congreso:** Actas Preliminares (VI Jornadas Arte y Ciudad. III Encuentros Internacionales)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 01/04/2014  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: Actas Preliminares (VI Jornadas Arte y Ciudad. III Encuentros Internacionales). (España): Universidad Complutense de Madrid, 2014. ISBN 9788469599822
- 25 Título del trabajo:** San Sebastián: El Festival Internacional de Cine como pieza clave de la marca-ciudad  
**Nombre del congreso:** Comunciación y Ciudad (VI Jornadas Arte y Ciudad. III Encuentros Internacionales)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE



**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Madrid, España

**Fecha de celebración:** 01/04/2014

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

Cristina González Oñate. En: Comunciación y Ciudad (VI Jornadas Arte y Ciudad. III Encuentros Internacionales). (España): Universidad Complutense de Madrid, 2015. ISBN 9788460695639

- 26 Título del trabajo:** Consumo televisivo en el medio on line. Estudio sobre audiencias juveniles y hábitos de consumo

**Nombre del congreso:** II Congreso Internacional Educación Mediática & Competencia Digital. Ludoliteracy, creación colectiva y aprendizajes (EDUMED 2013)

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Barcelona, España

**Fecha de celebración:** 14/11/2013

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. En: II Congreso Internacional Educación Mediática & Competencia Digital. Ludoliteracy, creación colectiva y aprendizajes (EDUMED 2013). (España): Universitat Oberta de Catalunya, 2013. ISBN 9788493999575

- 27 Título del trabajo:** El medio televisivo en Internet. Análisis de las estrategias de comunicación para la multidifusión digital

**Nombre del congreso:** VI Jornadas en Contenidos Audiovisuales para la Televisión Digital (CONTD 2013 ).La televisión de la crisis ante el abismo digital

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Aula Magna de la Universitat de València, España

**Fecha de celebración:** 20/05/2013

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

Cristina González Oñate. En: VI Jornadas en Contenidos Audiovisuales para la Televisión Digital (CONTD 2013 ).La televisión de la crisis ante el abismo digital. (España): Editorial Gedisa, 2014. ISBN 9788497848091

- 28 Título del trabajo:** Advergame: una herramienta eficaz de comunicación corporativa

**Nombre del congreso:** IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Comunicación, control y resistencias

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Universidad de la Laguna (Tenerife), España

**Fecha de celebración:** 04/12/2012

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate; María Lorena López Font. En: IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Comunicación, control y resistencias. (España): Sociedad Latina de Comunicación Social, 2012. ISBN 9788415698067

- 29 Título del trabajo:** Reinención de marcas territorio a través de la organización de eventos: Cuenca y su riqueza paleontológica

**Nombre del congreso:** V Jornadas Arte y Ciudad (II Encuentros internacionales)

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Madrid, España

**Fecha de celebración:** 21/11/2012

**Forma de contribución:** Artículo

Cristina González Oñate; Sonia Martínez Bueno. En: V Jornadas Arte y Ciudad (II Encuentros internacionales). pp. 135 - 152. (España): 2013. ISSN 2254-2930

- 30 Título del trabajo:** Reinención de marcas territorio a través de la organización de eventos: Cuenca y su riqueza paleontológica  
**Nombre del congreso:** V Jornadas Arte y Ciudad (II Encuentros internacionales)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 21/11/2012  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate; Sonia Martínez Bueno. En: V Jornadas Arte y Ciudad (II Encuentros internacionales). (España): Universidad Complutense de Madrid, 2012. ISBN 9788469564523
- 31 Nombre del congreso:** III Congreso nternacional de Investigación Interdisciplinar en Información y Comunicación  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Comité científico  
**Ciudad de celebración:** Saragossa, España  
**Fecha de celebración:** 28/06/2012  
Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. En: III Congreso nternacional de Investigación Interdisciplinar en Información y Comunicación.
- 32 Título del trabajo:** Creatividad en el panorama digital:Nuevas tendencias y fronteras publicitarias para el E-Comerce  
**Nombre del congreso:** II Congreso Publliradio:Redefiniendo las Fronteras de la Creatividad  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Universidad Autónoma de Barcelona, España  
**Fecha de celebración:** 09/05/2012  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. En: II Congreso Publliradio:Redefiniendo las Fronteras de la Creatividad. (España): Icono 14, 2012. ISBN 9788494028908
- 33 Título del trabajo:** Motion graphics.panorama actual en España  
**Nombre del congreso:** IV Congreso Internacional de Invesigadores Audiovisuales "retos y oportunidades de la investigación en comunicación en la sociedad digital"  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Huesca, España  
**Fecha de celebración:** 10/11/2011  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Filiberto Sendra; Cristina González Oñate. En: IV Congreso Internacional de Invesigadores Audiovisuales "retos y oportunidades de la investigación en comunicación en la sociedad digital". (España): Fragua Editorial, 2011. ISBN 9788470744754
- 34 Nombre del congreso:** II International Conference on Media and Communication: Global challenges in an Interconnected World  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Comité científico  
**Ciudad de celebración:** Madrid,





**Fecha de celebración:** 16/06/2011

Cristina González Oñate. En: II International Conference on Media and Communication: Global challenges in an Interconnected World.

**35 Título del trabajo:** Redes sociales y publicidad, el cambio de modelo de la relación marca-cliente

**Nombre del congreso:** IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico. Nuevas Tendencias e Hibridaciones de los Discursos Audiovisuales en la Cultura Digital Contemporánea

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Universitat Jaume I, Castelló, España

**Fecha de celebración:** 04/05/2011

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró; Concepción Campillo Alhama. En: IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico. Nuevas Tendencias e Hibridaciones de los Discursos Audiovisuales en la Cultura Digital Contemporánea. Ediciones de las Ciencias Sociales, 2011. ISBN 9788487510571

**36 Nombre del congreso:** IV Cumbre Empresa Marca Comunicación

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Comité científico

**Ciudad de celebración:** Castelló,

**Fecha de celebración:** 11/03/2011

Cristina González Oñate. En: IV Cumbre Empresa Marca Comunicación.

**37 Nombre del congreso:** I Congreso Internacional "Los estudios de Comunicación en el EEES"

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Comité científico

**Ciudad de celebración:** Huesca,

**Fecha de celebración:** 07/10/2010

Cristina González Oñate. En: I Congreso Internacional "Los estudios de Comunicación en el EEES".

**38 Título del trabajo:** "Aspecto físico y definición de roles en la serie Perdidos"

**Nombre del congreso:** Congreso Internacional Congenere "la construcción de género en la ficción televisiva"

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Girona,

**Fecha de celebración:** 30/09/2010

Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. En: Congreso Internacional Congenere "la construcción de género en la ficción televisiva".

**39 Título del trabajo:** Strategies and treatments applied to news about terrorism on television: a study of the Spanish case

**Nombre del congreso:** Global Media and the "war on terror" conference

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** London, Estados Unidos de América

**Fecha de celebración:** 13/09/2010

Cristina González Oñate. En: Global Media and the "war on terror" conference.



- 40** **Nombre del congreso:** III Congreso de Profesionales de Comercio Exterior  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** San Javier (Murcia),  
**Fecha de celebración:** 24/06/2010  
Cristina González Oñate. En: III Congreso de Profesionales de Comercio Exterior.
- 41** **Título del trabajo:** La gestión de las relaciones públicas en el seno de las asociaciones españolas. La Federación valenciana de Empresarios de la Construcción como caso de estudio  
**Nombre del congreso:** V Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas: La innovación en Relaciones Públicas  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Barcelona,  
**Fecha de celebración:** 13/05/2010  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró; Patricia Monleón López. En: V Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas: La innovación en Relaciones Públicas. Trípodas, 2010. ISBN 9788493695934
- 42** **Título del trabajo:** El uso creativo de la expresión fonostésica en el mensaje publicitario radiofónico  
**Nombre del congreso:** I Congreso PUBLIRADIO  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Barcelona,  
**Fecha de celebración:** 13/04/2010  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. En: I Congreso PUBLIRADIO. pp. 577 - 590. Icono 14, 2010. ISBN 9788493807047
- 43** **Título del trabajo:** La nueva narrativa en el periodismo binario  
**Nombre del congreso:** XI Congreso de Periodismo Digital de Huesca  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Huesca,  
**Fecha de celebración:** 11/03/2010  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
David Capdevila Domínguez; Cristina González Oñate. En: XI Congreso de Periodismo Digital de Huesca. Asociación de Prensa de Aragón, 2010. ISBN 9788487175411
- 44** **Título del trabajo:** Estudio sobre la gestión de la continuidad en el medio televisivo español  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** La Laguna,  
**Fecha de celebración:** 09/12/2009  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate; Carlos Fanjul Peyró. En: I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Sociedad Latina de Comunicación Social, 2009. ISBN 9788499410012



- 45** **Título del trabajo:** Marcas televisivas. la gestión de la continuidad en el medio televisivo español  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional latina de Comunicación Social Postperiodismo: la información, en la sociedad saturada  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** La Laguna,  
**Fecha de celebración:** 09/12/2009  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Carlos Fanjul Peyró; Cristina González Oñate. En: I Congreso Internacional latina de Comunicación Social Postperiodismo: la información, en la sociedad saturada. Universidad de La Laguna, 2009. ISBN 9788499410029
- 46** **Título del trabajo:** Estrategias de comunicación para la creación de marcas territorio  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional de Ciudades Creativas  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Madrid,  
**Fecha de celebración:** 22/10/2009  
**Forma de contribución:** Artículo  
Cristina González Oñate. En: I Congreso Internacional de Ciudades Creativas. (España): 2009. ISSN 1697-8293
- 47** **Título del trabajo:** Estudio sobre la imagen de marca de las cadenas de televisión a través de los informativos  
**Nombre del congreso:** II Congreso Internacional de Teoría i Técnica de los Medios Audiovisuales. Tendencias del Periodismo Audiovisual en la era del espectáculo  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana,  
**Fecha de celebración:** 27/05/2009  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: II Congreso Internacional de Teoría i Técnica de los Medios Audiovisuales. Tendencias del Periodismo Audiovisual en la era del espectáculo. Ediciones de las Ciencias Sociales, 2009. ISBN 9788469221792
- 48** **Título del trabajo:** La continuidad televisiva como arma estratégica publicitaria. Análisis del contexto televisivo español como estudio de caso  
**Nombre del congreso:** VI SOPCOM. VIII LUSOCOM  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Lisboa,  
**Fecha de celebración:** 14/04/2009  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: VI SOPCOM. VIII LUSOCOM. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2009. ISBN 9789728881672
- 49** **Nombre del congreso:** CUMBRE EMPRESA MARCA COMUNICACIÓN  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Comité científico  
**Ciudad de celebración:** ALICANTE,  
**Fecha de celebración:** 06/02/2009



Rafael López Lita; Cristina González Oñate; María Lorena López Font. En: CUMBRE EMPRESA MARCA COMUNICACIÓN.

- 50** **Nombre del congreso:** II Congreso de Profesionales de Comercio Exterior  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Comité científico  
**Ciudad de celebración:** San Javier (Murcia),  
**Fecha de celebración:** 29/01/2009  
Cristina González Oñate. En: II Congreso de Profesionales de Comercio Exterior.
- 51** **Título del trabajo:** Estrategias de la comunicación on-line de las instituciones locales. el caso del Ayuntamiento de Barcelona  
**Nombre del congreso:** La publicidad de las instituciones locales (VIII Congreso de comunicación local COMLOC 2008)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Univesitat Jaume I, España  
**Fecha de celebración:** 27/11/2008  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: La publicidad de las instituciones locales (VIII Congreso de comunicación local COMLOC 2008). Universitat Jaume I, 2009. ISBN 9788480217279
- 52** **Título del trabajo:** Comunicación de nuevos productos financieros socialmente responsables: propuesta para su desarrollo y aplicación en España  
**Nombre del congreso:** Campus Excelencia  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Palmas de Gran Canaria,  
**Fecha de celebración:** 22/06/2008  
Cristina González Oñate. En: Campus Excelencia.
- 53** **Nombre del congreso:** XII Congreso Internacional de la Asociación Española de Historiadores del Cine. II Congreso de Análisis Fílmico  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana,  
**Fecha de celebración:** 06/03/2008  
Cristina González Oñate; Emilio Sáez Soro. En: XII Congreso Internacional de la Asociación Española de Historiadores del Cine. II Congreso de Análisis Fílmico.
- 54** **Título del trabajo:** Se avecinan cambios: posicionamiento a través de la imagen de marca y la prestación de nuevos servicios  
**Nombre del congreso:** La televisión digital ante el fin de la era analógica (VII Congreso de Comunicación Local . ComLoc 2007)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana,  
**Fecha de celebración:** 29/11/2007  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Maite Ribés; Cristina González Oñate. En: La televisión digital ante el fin de la era analógica (VII Congreso de Comunicación Local . ComLoc 2007). Universitat Jaume I, 2008. ISBN 9788480216920



- 55** **Título del trabajo:** Cuatro: la nueva estrategia de marca televisiva para conectar con los jóvenes  
**Nombre del congreso:** Foro Internacional de TV 2007  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Pozuelo de Alarcón,  
**Fecha de celebración:** 29/11/2007  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: Foro Internacional de TV 2007. Instituto Oficial de Radio Televisión, 2007. ISBN 9788493367398
- 56** **Nombre del congreso:** VII Congreso de Comunicación Local (ComLoc2007), La televisión local ante el fin de la era analógica.  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** Castellón de la Plana,  
**Fecha de celebración:** 29/11/2007  
Roberto Arnau Roselló; María Teresa Benlloch Osuna; María Estela Bernad Monferrer; Rocío Blay Arráez; Eva Breva Franch; Hugo Doménech Fabregat; Francisco José Fernández Beltrán; Cesáreo Fernández Fernández; Francisco Javier Gómez Tarín; Cristina González Oñate; Francisco José López Cantos; María Lorena López Font; Rafael López Lita; José Javier Marzal Felici; Magdalena Mut Camacho; Jose Antonio Palao Errando; Agustín Rubio Alcover; Emilio Sáez Soro; María Soler Campillo; Fernando Vilar Moreno. En: VII Congreso de Comunicación Local (ComLoc2007), La televisión local ante el fin de la era analógica..
- 57** **Nombre del congreso:** Advertisin Summit and InterContinental Advertising Cup  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia,  
**Fecha de celebración:** 22/11/2007  
Cristina González Oñate. En: Advertisin Summit and InterContinental Advertising Cup.
- 58** **Nombre del congreso:** I Congreso Internacional de Getión de Eventos  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** Castelló, España  
**Fecha de celebración:** 24/09/2007  
**Entidad organizadora:** Universidad Jaime I  
Cristina González Oñate. En: I Congreso Internacional de Getión de Eventos.
- 59** **Título del trabajo:** Cuatro: un caso de estudio de la eficacia en la creación de una marca televisiva  
**Nombre del congreso:** XII Jornades per al Foment de la Investigació  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana,  
**Fecha de celebración:** 25/05/2007  
**Forma de contribución:** Artículo  
Cristina González Oñate. En: XII Jornades per al Foment de la Investigació. (España): 2007. ISSN 1139-5486





- 60** **Nombre del congreso:** II Congreso Internacional de análisis fílmico  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** UJI,  
**Fecha de celebración:** 08/02/2007  
Cristina González Oñate. En: II Congreso Internacional de análisis fílmico.
- 61** **Título del trabajo:** La prensa gratuita en el medio Internet  
**Nombre del congreso:** VI Congreso de Comunicación Local  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** UJI,  
**Fecha de celebración:** 13/12/2006  
Cristina González Oñate. En: VI Congreso de Comunicación Local.
- 62** **Título del trabajo:** Tratamiento de símbolos e imágenes en la comunicación publicitaria del siglo XXI  
**Nombre del congreso:** IV Congreso internacional de análisis textual. Símbolos e imágenes  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Segovia,  
**Fecha de celebración:** 08/11/2006  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: IV Congreso internacional de análisis textual. Símbolos e imágenes. Asociación Cultural Trama & Fondo, 2006. ISBN 9788469087084
- 63** **Título del trabajo:** Los cines emergentes y las disonancias entre acción política y elección estética en el cine latinoamericano: las décadas 60 y 70 como paradigma  
**Nombre del congreso:** Congreso Internacional sinergias visuales: cine de ficción y documental en América Latina  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Londres y Cambridge (Reino Unido),  
**Fecha de celebración:** 23/06/2006  
Cristina González Oñate; Francisco Javier Gómez Tarín; Roberto Arnau Roselló. En: Congreso Internacional sinergias visuales: cine de ficción y documental en América Latina.
- 64** **Nombre del congreso:** I CUMBRE EMPRESA, MARCA, COMUNICACIÓN  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Comité organizador  
**Ciudad de celebración:** València,  
**Fecha de celebración:** 14/06/2006  
Cristina González Oñate. En: I CUMBRE EMPRESA, MARCA, COMUNICACIÓN.
- 65** **Título del trabajo:** Creative meeting point: eficacia de la comunicación publicitaria en el punto de venta  
**Nombre del congreso:** 11º SEMINARIO AEDEMO - aea EFICACIA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Barcelona,  
**Fecha de celebración:** 01/06/2006

Mónica Gassent; Cristina González Oñate. En: 11º SEMINARIO AEDEMO - aea EFICACIA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.

- 66** **Título del trabajo:** El logotipo televisivo y su aplicación publicitaria  
**Nombre del congreso:** XI Jornades per al Foment de la investigació en Ciències Humanes i Socials  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** UJI,  
**Fecha de celebración:** 19/05/2006  
**Forma de contribución:** Artículo  
Cristina González Oñate. En: XI Jornades per al Foment de la investigació en Ciències Humanes i Socials. (España): 2006. ISSN 1139-5486
- 67** **Título del trabajo:** Tendencia estratégica de las cadenas de televisión en la creación de marca televisiva como consecuencia del aumento de la competencia  
**Nombre del congreso:** CAMPUS DE EXCELENIA 2006  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** La Laguna,  
**Fecha de celebración:** 19/05/2006  
Cristina González Oñate. En: CAMPUS DE EXCELENIA 2006.
- 68** **Título del trabajo:** Nuevos estilos y soportes de la comunicación publicitaria en la era digital  
**Nombre del congreso:** Comunicación Local: da pesquisa á produción. Actas do Congreso Internacional Lusocom 2006  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Santiago de Compostela,  
**Fecha de celebración:** 21/04/2006  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: Comunicación Local: da pesquisa á produción. Actas do Congreso Internacional Lusocom 2006. Universidade de Santiago de Compostela, 2006. ISBN 8497506200
- 69** **Título del trabajo:** La gestión estratégica de intangibles del medio televisivo ante la llegada de la TDT: una nueva re-orientación hacia la audiencia  
**Nombre del congreso:** 116º Seminario AEDEMO. 22º Seminario Televisión  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Sevilla,  
**Fecha de celebración:** 08/02/2006  
Cristina González Oñate. En: 116º Seminario AEDEMO. 22º Seminario Televisión.
- 70** **Título del trabajo:** La comunicación corporativa de las cadenas de televisión: el nuevo motor de la reputación  
**Nombre del congreso:** V Congreso de Comunicación Local  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** UJI,  
**Fecha de celebración:** 14/12/2005  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros



Cristina González Oñate. En: V Congreso de Comunicación Local. Universitat Jaume I, 2006. ISBN 8480215860

- 71 Título del trabajo:** El posicionamiento en 20: las autopromociones de las cadenas de televisión  
**Nombre del congreso:** Congreso Hispanoluso de Comunicación y Educación. La televisión que queremos... Hacia una TV de calidad  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Huelva,  
**Fecha de celebración:** 24/11/2005  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
María Lorena López Font; Cristina González Oñate. En: Congreso Hispanoluso de Comunicación y Educación. La televisión que queremos... Hacia una TV de calidad. (España): Grupo Comunicar Ediciones, 2005. ISBN 8493238082
- 72 Título del trabajo:** Simbología en el discurso fílmico: La mise en abîme en Moulin Rouge  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional de Análisis Fílmico. Perspectivas y aproximaciones al análisis del film  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Madrid,  
**Fecha de celebración:** 10/11/2005  
**Forma de contribución:** Capítulos de libros  
Cristina González Oñate. En: I Congreso Internacional de Análisis Fílmico. Perspectivas y aproximaciones al análisis del film. Edipo, 2007. ISBN 9788488365200
- 73 Título del trabajo:** Los Web site como instrumento de comunicación corporativa de las agencias de publicidad  
**Nombre del congreso:** X Jornades per al Foment de la Investigació en Ciències Humanes i Socials  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** UJI,  
**Fecha de celebración:** 13/05/2005  
**Forma de contribución:** Artículo  
Cristina González Oñate. En: X Jornades per al Foment de la Investigació en Ciències Humanes i Socials. (España): 2005. ISSN 1139-5486
- 74 Título del trabajo:** Anàlisis de les principals campanyes de publicitat de la DGT  
**Nombre del congreso:** Jornades de prevenció d'accidents de trànsit  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana,  
**Fecha de celebración:** 19/04/2005  
Cristina González Oñate. En: Jornades de prevenció d'accidents de trànsit.
- 75 Título del trabajo:** Transformaciones en el campo radiofónico: las radios universitarias  
**Nombre del congreso:** III Congreso Internacional de Ciberperiodismo  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de celebración:** Universidad Antonio de Nebrija. Hoyo de manzanares (Madrid),  
**Fecha de celebración:** 07/03/2005



Cristina González Oñate. En: III Congreso Internacional de Ciberperiodismo.

**76 Título del trabajo:** Estudio sobre la integración de internet, como medio publicitario dentro de las agencias de publicidad locales. Internet: ¿Demanda del cliente o servicio ofertado por las agencias?

**Nombre del congreso:** IV Congreso de Comunicación Local (ComLoc 2004). La Comunicación Local por Internet

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** UJI,

**Fecha de celebración:** 24/11/2004

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

María Teresa Ribés Alegría; Cristina González Oñate. En: IV Congreso de Comunicación Local (ComLoc 2004). La Comunicación Local por Internet. Universitat Jaume I, 2005. ISBN 848021550X

**77 Nombre del congreso:** I Congreso de Teoría y Técnica de los medios audiovisuales

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Comité organizador

**Ciudad de celebración:** UJI,

**Fecha de celebración:** 13/10/2004

Cristina González Oñate. En: I Congreso de Teoría y Técnica de los medios audiovisuales.

**78 Título del trabajo:** El tamaño no importa. La función social de la agencia de publicidad local

**Nombre del congreso:** I Congreso de Comunicación Local. "La prensa local y la prensa gratuita"

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana,

**Fecha de celebración:** 28/11/2001

**Forma de contribución:** Capítulos de libros

M<sup>a</sup>Giusepa Casado d'Amatto; Cristina González Oñate; Josep Martí Pròsper; Beatriz Planells Beltrán; Mónica Tacino Jiménez; Diana Valenzuela González. En: I Congreso de Comunicación Local. "La prensa local y la prensa gratuita". Universitat Jaume I, 2002. ISBN 848021399X

**79 Nombre del congreso:** Comloc 2001

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Comité organizador

**Ciudad de celebración:** UJI,

**Fecha de celebración:** 28/11/2001

Cristina González Oñate. En: Comloc 2001.

**80 Título del trabajo:** Roles de la figura masculina en la publicidad del año 2000

**Nombre del congreso:** V Jornades de Foment de la Investigació

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de celebración:** Castelló de la Plana,

**Fecha de celebración:** 03/05/2000

**Forma de contribución:** Artículo

Cristina González Oñate. En: V Jornades de Foment de la Investigació. (España): 2000. ISSN 1139-5486