



**Javier García López**

Generado desde: Editor CVN de FECYT

Fecha del documento: 30/10/2025

**v 1.4.3**

43dabc66f89c853c0b19fdcfc940626c

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/>

## Resumen libre del currículum

Descripción breve de la trayectoria científica, los principales logros científico-técnicos obtenidos, los intereses y objetivos científico-técnicos a medio/largo plazo de la línea de investigación. Incluye también otros aspectos o peculiaridades importantes.

Javier García López es Profesor Titular de Universidad en la Facultad de Comunicación y Documentación, departamento de Comunicación, de la Universidad de Murcia. Es Doctor en Comunicación por la Universidad de Murcia (2011), Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (2005) y Máster Universitario en Crítica y Argumentación Filosófica por la Universidad Autónoma de Madrid (2014). Es Especialista en Epistemología y Gnoseología por la Universidad de León (2007) y Especialista en Comunicación Institucional y de la Empresa por la UCAM (2005).

Desde 2017 imparte docencia en la Universidad de Murcia coordinando las asignaturas Teoría de la Publicidad y Relaciones Públicas (Grado en Publicidad y Relaciones públicas) y Advertising (Grado bilingüe en Communication and Media Studies) y en el Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación. Ha impartido docencia en Universidad a Distancia de Madrid (2010-2017) y en Universidad San Jorge (2008-2009), de asignaturas diversas relacionadas con su ámbito de investigación y del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad tales como Teoría de la Publicidad, Historia de la Publicidad y RR.PP., Creatividad Publicitaria u Opinión Pública, entre otras, dentro de los grados en Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo, ADE y Economía. Ha ejercido docencia en el Máster Universitario en Comunicación Digital, Máster Universitario en Marketing y Social Media, Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing y Máster Universitario MBA. Participa como docente e investigador en el Programa de Doctorado en Derecho y Sociedad. Ha dirigido una tesis doctoral y 50 Trabajos Fin de Grado y Máster.

A nivel investigador posee dos Sexenios de Investigación ANECA-CNEAI (2009-2014 y 2015-2020). Ha publicado más de 30 artículos en revistas indexadas (Scopus, WOS, CIRC, Dialnet, IN-Recs, Latindex, DICE, MIAR). Ha publicado en revistas relevantes como El Profesional de la Información, Revista Mediterránea de Comunicación Social, Estudios del Mensaje Periodístico, Historia y Comunicación Social, Prisma Social, Icono 14, Trípodos, Opción o Revista Internacional de Relaciones Públicas, entre otras. Es autor de más de 30 capítulos de libro en editoriales de reconocido prestigio y de 3 monografías científicas y dos libros docentes. Ha participado en más de 50 congresos de carácter nacional e internacional exponiendo resultados de investigación sobre análisis de la Publicidad y las Relaciones Públicas y su relación con los problemas sociales y medioambientales, así como acerca de los efectos sociales de los productos discursivos mediáticos. Ha sido miembro de diferentes comités científicos y revisor de revistas indexadas (WOS y Scopus) y de diversos congresos internacionales. Ha participado en dos proyectos de investigación financiados y ha sido miembro titular de tribunales de tesis doctorales, trabajos fin de máster y trabajos fin de grado.



En la esfera de la gestión universitaria, ha sido coordinador del Grado en Publicidad y RR.PP., miembro de la Comisión de Calidad y tutor Erasmus de la Facultad de Comunicación de la UM. Ha sido secretario del Máster Universitario en Análisis de Tendencias (UM), vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, director del Departamento de Comunicación, coordinador del Grado en Publicidad y RR.PP., coordinador del Máster Universitario en Comunicación Digital y miembro de diversas comisiones en UDIMA. Ha sido coordinador del título de Experto en Protocolo de la Universidad San Jorge.

## Indicadores generales de calidad de la producción científica

Información sobre el número de sexenios de investigación y la fecha del último concedido, número de tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años, citas totales, promedio de citas/año durante los últimos 5 años (sin incluir el año actual), publicaciones totales en primer cuartil (Q1), índice h. Incluye otros indicadores considerados de importancia.

Javier García López tiene reconocidos dos Sexenios de Investigación ANECA-CNEAI (2009-2014 y 2015-2020).

Su producción científica es la siguiente:

- Número total de artículos científicos: 30 (indexados en Scopus, ISI, JCR o similar, Dialnet, CIRC, Miar, Latindex, MIAR, DICE o FECYT).
- Otras publicaciones: 3 monografías científicas (autor único en 2), 2 monografías docentes y 20 capítulos de libro.
- Número total de citas (Google Scholar): 426 (índice H, 12; índice i10, 14).

Ha participado en los siguientes Proyectos de Investigación:

- Proyecto de I+D+i financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Nombre del proyecto: Lobby y Comunicación en España. Análisis de las estrategias de comunicación. Cuantía: 24.500 euros.
- Proyecto de I+D+i financiado por Fundación Universidad a Distancia de Madrid. Nombre del proyecto: Análisis del discurso publicitario y su impacto sobre la discriminación social en España. Cuantía: 6.000 euros.

Ha participado en los siguientes Contratos de Transferencia:

- Investigación y gestión de la comunicación en escuelas de música: métodos y técnicas de un programa de comunicación integral. Investigador principal: Javier García López. Importe: 19.166,4€. 2021-2022.
- Asesoría De Comunicación, Planificación, Desarrollo Y Ejecución De Formación En Técnicas Comunicativas Para Directivos Y Asociados De La Federación De Bandas De Música De La Región De Murcia. Investigador principal: Javier García López. Importe: 242€. 2021.
- Desarrollo de un Modelo De Informe Inicial para su aplicación en el trabajo publicitario. Investigador principal: Pedro Hellín Ortuño. Importe: 1.089€. 2018.
- Asesoría de comunicación y transferencia de investigación para Proyecto de ideación, desarrollo y ejecución de expediente de Interés Turístico Nacional. Ayuntamiento de Alhama de Murcia. Investigador principal: Javier García López. 2016.
- Colaboración habitual y asesoría con el programa de televisión La Aventura del Saber, de RTVE (ámbito nacional e internacional). Investigador principal: Javier García López. 2015 y 2016.

**C****V****N**

CURRÍCULUM VÍTAE NORMALIZADO

43dabc66f89c853c0b19fdcfc940626c

Ha recibido los siguientes premios o reconocimientos en materia de investigación:

- Premio Centro de Estudios Financieros a la investigación en Publicidad y Marketing 2015, Accésit.



## Javier García López

Apellidos: **García López**  
Nombre: **Javier**  
DNI: [REDACTED]  
ScopusID: **https://orcid.org/0000-0002-7306-4289**  
ResearcherID: **C-9191-2011**  
Fecha de nacimiento: [REDACTED]  
Sexo: [REDACTED]  
Nacionalidad: [REDACTED]  
País de nacimiento: [REDACTED]  
C. Autón./Reg. de nacimiento: [REDACTED]  
Ciudad de nacimiento: [REDACTED]  
Dirección de contacto: [REDACTED]  
Resto de dirección contacto: [REDACTED]  
Código postal: [REDACTED]  
País de contacto: [REDACTED]  
C. Autón./Reg. de contacto: [REDACTED]  
Ciudad de contacto: [REDACTED]  
Teléfono fijo: [REDACTED]  
Correo electrónico: **javier.garcialopez@um.es**  
Teléfono móvil: [REDACTED]

### Situación profesional actual

- 1 Entidad empleadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Comunicación, Facultad de Comunicación y Documentación  
**Categoría profesional:** Profesor Titular de Universidad  
**Fecha de inicio:** 02/09/2022  
**Modalidad de contrato:** Funcionario/a **Régimen de dedicación:** Tiempo completo  
**Primaria (Cód. Unesco):** 611401 - Publicidad  
**Secundaria (Cód. Unesco):** 630800 - Comunicaciones sociales  
**Terciaria (Cód. Unesco):** 591002 - Medios de comunicación de masas  
**Funciones desempeñadas:** Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.  
**Identificar palabras clave:** Poder social; Medios de comunicación social; Comunicación audiovisual; Comunicación del discurso; Publicidad
- 2 Entidad empleadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Comunicación, Facultad de Comunicación y Documentación  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado **Dirección y gestión (Sí/No):** Sí  
Doctor Permanente  
**Ciudad entidad empleadora:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Teléfono:** 868888954 - 8954 **Correo electrónico:** javier.garcialopez@um.es  
**Fecha de inicio:** 30/10/2020  
**Modalidad de contrato:** Contrato laboral indefinido **Régimen de dedicación:** Tiempo completo  
**Primaria (Cód. Unesco):** 611401 - Publicidad  
**Secundaria (Cód. Unesco):** 630800 - Comunicaciones sociales

**Terciaria (Cód. Unesco):** 591002 - Medios de comunicación de masas

**Funciones desempeñadas:** Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Docencia en Teoría de la Publicidad y las Relaciones. Investigación en Análisis semiótico de la Publicidad y las Relaciones Públicas y su relación con los problemas sociales y medioambientales. Estudio cultural de las manifestaciones publicitarias, análisis sociocultural del discurso publicitario contemporáneo, influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, análisis narrativo de los discursos televisivos de ficción.

**Identificar palabras clave:** Poder social; Comunicación de masas; Medios de comunicación social; Comunicación audiovisual; Comunicación del discurso; Publicidad

**Ámbito actividad de dirección y/o gestión:** Universitaria

**3 Entidad empleadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor **Dirección y gestión (Sí/No):** Sí

**Ciudad entidad empleadora:** Murcia, Región de Murcia, España

**Teléfono:** (0034) 868888784 - 8784

**Correo electrónico:** javier.garcialopez@um.es

**Fecha de inicio:** 01/10/2017

**Modalidad de contrato:** Interino/a

**Régimen de dedicación:** Tiempo completo

**Primaria (Cód. Unesco):** 611401 - Publicidad; 630899 - Otras

**Funciones desempeñadas:** Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Secretario Académico del Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación.

**Identificar palabras clave:** Relaciones públicas; Publicidad

**Ámbito actividad de dirección y/o gestión:** Universitaria

**Interés para docencia y/o inv.:** Docencia en Teoría de la Publicidad y las Relaciones. Investigación en Análisis semiótico de la Publicidad y las Relaciones Públicas y su relación con los problemas sociales y medioambientales. Estudio cultural de las manifestaciones publicitarias, análisis sociocultural del discurso publicitario contemporáneo, influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, análisis narrativo de los discursos televisivos de ficción.

**4 Entidad empleadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Información y Documentación, Facultad de Comunicación y Documentación

**Categoría profesional:** Profesor Ayudante Doctor

**Ciudad entidad empleadora:** Murcia, Región de Murcia, España

**Teléfono:** 868888784 - 8784

**Fecha de inicio:** 24/01/2017

**Régimen de dedicación:** Tiempo completo

**Primaria (Cód. Unesco):** 611401 - Publicidad

**Secundaria (Cód. Unesco):** 531101 - Publicidad; 630800 - Comunicaciones sociales

**Interés para docencia y/o inv.:** Docencia en Teoría de la Publicidad y las Relaciones. Investigación en Análisis semiótico de la Publicidad y las Relaciones Públicas y su relación con los problemas sociales y medioambientales. Estudio cultural de las manifestaciones publicitarias, análisis sociocultural del discurso publicitario contemporáneo, influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, análisis narrativo de los discursos televisivos de ficción.

#### Cargos y actividades desempeñados con anterioridad

	Entidad empleadora	Categoría profesional	Fecha de inicio
1	Universidad a Distancia de Madrid	Profesor Contratado Doctor	21/01/2010

	Entidad empleadora	Categoría profesional	Fecha de inicio
2	Universidad San Jorge	Profesor Colaborador	25/02/2008
3	Universidad de Murcia	Profesor Contratado Doctor Permanente	30/10/2020
4	Universidad de Murcia	Profesor Contratado Doctor Interino	01/10/2017
5	Universidad de Murcia	Profesor Ayudante Doctor	24/01/2017

**1 Entidad empleadora:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Departamento de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Ciudad entidad empleadora:** Collado Villalba, Comunidad de Madrid, España

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor **Dirección y gestión (Sí/No):** Sí

**Fecha de inicio-fin:** 21/01/2010 - 23/01/2017

**Modalidad de contrato:** Contrato laboral indefinido

**Primaria (Cód. Unesco):** 531101 - Publicidad; 611401 - Publicidad

**Funciones desempeñadas:** Profesor Contratado Doctor en el departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad a Distancia de Madrid. Director del Departamento de Comunicación. Vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades.

**Ámbito actividad de dirección y/o gestión:** Universitaria

**Interés para docencia y/o inv.:** Estudio cultural de las manifestaciones publicitarias, análisis sociocultural del discurso publicitario contemporáneo, influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, análisis narrativo de los discursos televisivos de ficción.

**2 Entidad empleadora:** Universidad San Jorge **Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Departamento de Publicidad y Relaciones Públicas, Facultad de Comunicación

**Ciudad entidad empleadora:** Zaragoza, Aragón, España

**Categoría profesional:** Profesor Colaborador

**Fecha de inicio-fin:** 25/02/2008 - 30/09/2009 **Duración:** 1 año - 7 meses - 5 días

**Modalidad de contrato:** Contrato laboral indefinido

**Régimen de dedicación:** Tiempo completo

**Primaria (Cód. Unesco):** 630800 - Comunicaciones sociales

**Secundaria (Cód. Unesco):** 611401 - Publicidad

**Terciaria (Cód. Unesco):** 531101 - Publicidad

**Funciones desempeñadas:** Profesor Colaborador en la Facultad de Comunicación de la Universidad San Jorge de Zaragoza.

**Identificar palabras clave:** Poder social; Ciencias de la comunicación; Periodismo; Filosofía de la cultura; Publicidad

**Interés para docencia y/o inv.:** Estudio cultural de las manifestaciones publicitarias, análisis sociocultural del discurso publicitario contemporáneo, influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, análisis narrativo de los discursos televisivos de ficción.

**3 Entidad empleadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento:** Comunicación, Facultad de Comunicación y Documentación

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor Permanente **Dirección y gestión (Sí/No):** Sí

**Correo electrónico:** javier.garcialopez@um.es

**Fecha de inicio:** 30/10/2020

**Modalidad de contrato:** Contrato laboral indefinido

**Régimen de dedicación:** Tiempo completo



**Funciones desempeñadas:** Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Docencia en Teoría de la Publicidad y las Relaciones. Investigación en Análisis semiótico de la Publicidad y las Relaciones Públicas y su relación con los problemas sociales y medioambientales. Estudio cultural de las manifestaciones publicitarias, análisis sociocultural del discurso publicitario contemporáneo, influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, análisis narrativo de los discursos televisivos de ficción.

- 4** **Entidad empleadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Información y Documentación, Facultad de Comunicación y Documentación  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor Interino **Dirección y gestión (Sí/No):** Sí  
**Fecha de inicio:** 01/10/2017  
**Modalidad de contrato:** Interino/a  
**Régimen de dedicación:** Tiempo completo  
**Funciones desempeñadas:** Docencia en Teoría de la Publicidad y las Relaciones. Investigación en Análisis semiótico de la Publicidad y las Relaciones Públicas y su relación con los problemas sociales y medioambientales. Investigación en Estudio cultural de las manifestaciones publicitarias, análisis sociocultural del discurso publicitario contemporáneo, influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, análisis narrativo de los discursos televisivos de ficción.
- 5** **Entidad empleadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento:** Información y Documentación, Facultad de Comunicación y Documentación  
**Categoría profesional:** Profesor Ayudante Doctor **Dirección y gestión (Sí/No):** Sí  
**Fecha de inicio:** 24/01/2017  
**Modalidad de contrato:** Contrato laboral temporal  
**Funciones desempeñadas:** Docencia en Teoría de la Publicidad y las Relaciones. Investigación en Análisis semiótico de la Publicidad y las Relaciones Públicas y su relación con los problemas sociales y medioambientales. Investigación en Estudio cultural de las manifestaciones publicitarias, análisis sociocultural del discurso publicitario contemporáneo, influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, análisis narrativo de los discursos televisivos de ficción.



## Formación académica recibida

### Titulación universitaria

Estudios de 1º y 2º ciclo, y antiguos ciclos (Licenciados, Diplomados, Ingenieros Superiores, Ingenieros Técnicos, Arquitectos)

**1 Titulación universitaria:** Máster Universitario

**Nombre del título:** Máster Universitario en Crítica y Argumentación Filosófica

**Ciudad entidad titulación:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de titulación:** Universidad Autónoma de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha de titulación:** 2014

**Nota media del expediente:** Sobresaliente

**2 Titulación universitaria:** Título de Especialización

**Nombre del título:** Título de Especialización en Epistemología y Gnoseología. Dos direcciones en teoría del conocimiento

**Entidad de titulación:** Universidad de León

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha de titulación:** 2007

**3 Titulación universitaria:** Licenciado

**Nombre del título:** Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Entidad de titulación:** Universidad Católica San Antonio de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha de titulación:** 2005

**4 Titulación universitaria:** Título de Especialización

**Nombre del título:** Título de Especialización en Comunicación Institucional y de la Empresa

**Entidad de titulación:** Universidad Católica San Antonio de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha de titulación:** 2005

### Doctorados

**Programa de doctorado:** Doctor en Programa Oficial de Posgrado en técnicas y métodos actuales en comunicación y documentación

**Entidad de titulación:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad titulación:** Murcia, Región de Murcia, España

**Fecha de titulación:** 2011

**Entidad de titulación DEA:** Universidad de Murcia

**Fecha de obtención DEA:** 2008

**Título de la tesis:** El encubrimiento publicitario de la discriminación social. Estudio cultural sobre la representación de las desigualdades en la publicidad televisiva

**Director/a de tesis:** Pedro Antonio Hellín Ortuño

**Codirector/a de tesis:** Fernando Contreras Medina



**Calificación obtenida:** Sobresaliente Cum Laude por unanimidad

**Formación especializada, continuada, técnica, profesionalizada, de reciclaje y actualización (distinta a la formación académica reglada y a la sanitaria)**

**1 Tipo de la formación:** Curso

**Título de la formación:** Posicionamiento de Páginas Web: Websites más rápidos y posicionamiento en buscadores

**Ciudad entidad titulación:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de titulación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha de finalización:** 02/02/2011

**Duración en horas:** 4 horas

**2 Tipo de la formación:** Curso

**Título de la formación:** Imagen y apariencia

**Ciudad entidad titulación:** Murcia, Región de Murcia, España

**Entidad de titulación:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha de finalización:** 21/11/2008

**Duración en horas:** 32 horas

**3 Tipo de la formación:** Curso

**Título de la formación:** La cultura y el entretenimiento en los medios de comunicación

**Ciudad entidad titulación:** Málaga, Andalucía, España

**Entidad de titulación:** Universidad de Málaga

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha de finalización:** 26/10/2007

**Duración en horas:** 20 horas

**4 Tipo de la formación:** Curso

**Título de la formación:** La comunicación imposible: Contraseñas de Jean Baudrillard

**Ciudad entidad titulación:** San Lorenzo de El Escorial, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de titulación:** Universidad Complutense de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha de finalización:** 27/07/2007

**Duración en horas:** 18 horas

**5 Tipo de la formación:** Curso

**Título de la formación:** El Gabinete de Dirección: Planificación y Desarrollo del Plan de Comunicación

**Ciudad entidad titulación:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de titulación:** Instituto Cervantes

**Tipo de entidad:** Ministerio de Asuntos Exteriores

**Fecha de finalización:** 02/02/2007

**Duración en horas:** 60 horas

**6 Tipo de la formación:** Curso

**Título de la formación:** Las relaciones con los medios: el funcionamiento de los gabinetes de prensa

**Ciudad entidad titulación:** Murcia, Región de Murcia, España

**Entidad de titulación:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha de finalización:** 30/12/2005

**Duración en horas:** 30 horas

**7 Tipo de la formación:** Curso

**Título de la formación:** Creación, publicación y mantenimiento de páginas web

**Ciudad entidad titulación:** Murcia, Región de Murcia, España

**Entidad de titulación:** Cámara de Comercio, Industria y Navegación

**Tipo de entidad:** Cámara de Comercio, Industria y Navegación

**Fecha de finalización:** 19/12/2005

**Duración en horas:** 40 horas

## Cursos y seminarios recibidos de perfeccionamiento, innovación y mejora docente, nuevas tecnologías, etc., cuyo objetivo sea la mejora de la docencia

- 1 Título del curso/seminario:** Seminario Tus estudiantes usan ChatGPT  
**Entidad organizadora:** Grupo 9 Universidades  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de finalización:** 07/06/2023
- 2 Título del curso/seminario:** METODOLOGÍAS ACTIVAS PARA EL FOMENTO DE LA MOTIVACIÓN Y LA PARTICIPACIÓN EN EL AULA  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 12 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 23/02/2023 - 25/05/2023
- 3 Título del curso/seminario:** TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 3 horas  
**Fecha de finalización:** 20/05/2021
- 4 Título del curso/seminario:** DIVULGACIÓN CIENTÍFICA  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 3 horas  
**Fecha de finalización:** 12/05/2021
- 5 Título del curso/seminario:** TRANSFERENCIA Y DIVULGACIÓN DEL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de finalización:** 06/05/2021
- 6 Título del curso/seminario:** USO DE ZOOM: PERFIL ANFITRIÓN. NIVEL AVANZADO  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de finalización:** 01/03/2021
- 7 Título del curso/seminario:** CÓMO PREPARAR SEXENIOS DE INVESTIGACIÓN: IMPACTO Y CALIDAD DE LAS PUBLICACIONES  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de finalización:** 19/01/2021
- 8 Título del curso/seminario:** SEMINARIO WEB SOBRE VIDEOCONFERENCIA ZOOM DENTRO Y FUERA DEL AULA VIRTUAL  
**Objetivos del curso/seminario:** ¿Qué es Zoom? - ¿Para qué sirve? - Fuera del aula virtual. Videoconferencia.um.es - Creación de sesiones - Grabaciones - Informe (reportes) - Dentro del aula virtual. Videoclases - Creación de sesiones - Grabaciones: Mi Galería y Galería Multimedia - ¿Y que hacemos dentro de la videoconferencia? - Resolución de dudas  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 28/09/2020 - 28/09/2020

- 9 Título del curso/seminario:** SEMINARIO WEB: HIGIENE DEL SUEÑO DURANTE EL TELETRABAJO (2ª PARTE)  
**Objetivos del curso/seminario:** 1. Maduración y envejecimiento del sistema circadiano y del ritmo de sueño-vigilia. 2. Ritmos biológicos y enfermedad. Hipertensión arterial. 3. La hora del día importa. Cronoterapia. 4. El lado oscuro de la luz. La melatonina, oscuridad química. 5. La temperatura, la gran olvidada del sueño. 6. Es hora de comer.  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 22/09/2020 - 22/09/2020
- 10 Título del curso/seminario:** SEMINARIO WEB: GESTIÓN DEL ESTRÉS DURANTE EL TELETRABAJO  
**Objetivos del curso/seminario:** 1. ¿Qué es el estrés? 2. Respuesta del organismo ante el estrés. 3. Estrategias generales de gestión del estrés.  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 21/07/2020 - 21/07/2020
- 11 Título del curso/seminario:** "SEMINARIO WEB: HIGIENE DEL SUEÑO DURANTE EL TELETRABAJO"  
**Objetivos del curso/seminario:** 1. El sistema circadiano: Un gran desconocido 2. El sueño, un ritmo circadiano y el cuarto pilar de la salud 3. Vivir a destiempo. Cronodisrupción 4. Principales alteraciones del sueño 5. ¿Cómo duermo yo? 6. Diez pasos para atrapar tu sueño  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 15/07/2020 - 15/07/2020
- 12 Título del curso/seminario:** SEMINARIO WEB: DISEÑO DE LA INSTRUCCIÓN: METODOLOGÍAS ACTIVAS Y HERRAMIENTAS DEL AULA VIRTUAL  
**Objetivos del curso/seminario:** - Diferentes tipos de metodologías docentes. - Ejemplos de herramientas del Aula Virtual para implementar estas metodologías.  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 29/06/2020 - 29/06/2020
- 13 Título del curso/seminario:** SEMINARIO WEB: PODCAST DOCENTE  
**Objetivos del curso/seminario:** - Introducción al podcast docente. - Ejemplos de experiencias de podcast docente.  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 2 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 29/06/2020 - 29/06/2020
- 14 Título del curso/seminario:** SEMINARIO WEB: EL SISTEMA ANTIPLAGIO DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA: TURNITIN  
**Objetivos del curso/seminario:** 1. El plagio académico: una breve introducción. 2. Manejo y funcionamiento del software TURNITIN  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 3 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 04/06/2020 - 04/06/2020
- 15 Título del curso/seminario:** WEBINAR: RÚBRICAS DE EVALUACIÓN Y HERRAMIENTAS PARA LA EVALUACIÓN NO PRESENCIAL  
**Objetivos del curso/seminario:** - Conferencia Rúbricas de evaluación para la enseñanza no presencial (impartida por Manuel Cebrián de la Serna. Vicerrector de Innovación Docente y Digitalización de la Universidad Internacional de Andalucía) - Conferencia Herramientas TI para la evaluación no presencial en la Universidad de Murcia (impartida



por Antonio Ruiz Martínez. Coordinador de Tecnologías de la Información del Vicerrectorado de Estrategia y Universidad Digital de la Universidad de Murcia)

**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Duración en horas:** 3 horas

**Fecha de inicio-fin:** 22/04/2020 - 22/04/2020

**16 Título del curso/seminario:** Intercultural Communication and Persuasion

**Entidad organizadora:** Universidad Complutense de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Duración en horas:** 2 horas

**Fecha de inicio-fin:** 13/11/2019 - 13/11/2019

**17 Título del curso/seminario:** VII Congreso Hispano Brasileño de Investigación en Información, Documentación y Sociedad

**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Información y Documentación

**Duración en horas:** 17 horas

**Fecha de inicio-fin:** 14/01/2018 - 15/11/2018

**18 Título del curso/seminario:** Formación Web of Science - Nivel Avanzado

**Objetivos del curso/seminario:** WOS JCR

**Entidad organizadora:** Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología

**Tipo de entidad:** Pública

**Duración en horas:** 3 horas

**Fecha de inicio-fin:** 16/03/2016 - 16/03/2016

**19 Título del curso/seminario:** Training en Locución Audiovisual

**Objetivos del curso/seminario:** Desarrollo de técnicas de locución audiovisual para el soporte vídeo

**Entidad organizadora:** Fundación tripartita

**Tipo de entidad:** Agencia Estatal

**Duración en horas:** 9 horas

**Fecha de inicio-fin:** 25/11/2014 - 26/11/2014

**20 Título del curso/seminario:** Web of Knowledge

**Objetivos del curso/seminario:** Formación en investigación para el manejo de la herramienta WOK

**Entidad organizadora:** Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología

**Tipo de entidad:** Ministerio de Ciencia e Innovación

**Facultad, instituto, centro:** Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología

**Duración en horas:** 1 hora

**Fecha de inicio-fin:** 23/07/2014 - 23/07/2014

**21 Título del curso/seminario:** Jornada Técnica de Difusión Científica en Ciencias de la Comunicación

**Objetivos del curso/seminario:** Formación sobre Difusión Científica en Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad organizadora:** Universidad Complutense de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias de la Información

**Duración en horas:** 10 horas

**Fecha de inicio-fin:** 22/02/2011 - 22/02/2011



- 22 Título del curso/seminario:** Posicionamiento de páginas web  
**Entidad organizadora:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Duración en horas:** 4 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 02/02/2011 - 02/02/2011
- 23 Título del curso/seminario:** Web of Knowledge  
**Objetivos del curso/seminario:** Formación en investigación para el manejo de la herramienta WOK  
**Entidad organizadora:** Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología  
**Tipo de entidad:** Ministerio de Ciencia e Innovación  
**Facultad, instituto, centro:** Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología  
**Duración en horas:** 10 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 2011 - 2011
- 24 Título del curso/seminario:** Seminario Científico sobre Investigación  
**Objetivos del curso/seminario:** Formación en investigación, experimentación, creación de proyectos, gestión de grupos de investigación y transferencia de resultados  
**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad organizadora:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Duración en horas:** 22 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 01/04/2010 - 30/06/2010
- 25 Título del curso/seminario:** Curso de Formación Inicial del Profesorado  
**Objetivos del curso/seminario:** Capacitar al profesor para el diseño instruccional de las asignaturas de los Grados adaptados al EEES, así como para el desarrollo de actividades docentes bajo metodología de formación a distancia y el desarrollo de estrategias didácticas en entornos de enseñanza-aprendizaje online  
**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad organizadora:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Duración en horas:** 75 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 15/01/2010 - 23/02/2010
- 26 Título del curso/seminario:** Programa de Formación del Profesorado  
**Objetivos del curso/seminario:** Formación para la innovación: metodología en docencia universitaria en el EEES; estrategias metodológicas en educación superior; técnicas de trabajo en grupo para la docencia universitaria; desarrollo de proyectos y actividades colaborativas en entornos virtuales  
**Ciudad entidad organizadora:** Zaragoza, Aragón, España  
**Entidad organizadora:** Universidad San Jorge  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Universidad San Jorge  
**Duración en horas:** 32 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 04/05/2008 - 26/06/2008
- 27 Título del curso/seminario:** Certificado de Aptitud Pedagógica CAP  
**Objetivos del curso/seminario:** Aptitud pedagógica, educación y sistema educativo, psicología del aprendizaje, acción tutorial, innovación e investigación educativa, tecnología educativa, programación y evaluación curricular, didáctica específica y prácticas docentes  
**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad organizadora:** Universidad Complutense de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad



**Facultad, instituto, centro:** Instituto Universitario de Ciencias de la Educación (UCM)  
**Duración en horas:** 250 horas  
**Fecha de inicio-fin:** 15/09/2006 - 19/03/2007

## Conocimiento de idiomas

Idioma	Comprensión auditiva	Comprensión de lectura	Interacción oral	Expresión oral	Expresión escrita
Inglés		B2	B1	B1	B2

## Actividad docente

### Formación académica impartida

- Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Advertising  
**Tipo de programa:** Licenciatura  
**Titulación universitaria:** Bachelor in Communication and Media Studies  
**Fecha de inicio:** 05/09/2022 **Fecha de finalización:** 31/07/2023  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación
- Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de Trabajos Fin de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Licenciatura  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Curso que se imparte:** 4º  
**Fecha de inicio:** 01/09/2022 **Fecha de finalización:** 31/07/2023  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 4,4  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación  
**Departamento:** Información y Documentación  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España
- Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad y de las Relaciones Públicas  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Licenciatura  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Curso que se imparte:** 1º  
**Fecha de inicio:** 01/09/2022 **Fecha de finalización:** 31/07/2023



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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 12

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**4 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de Trabajos Fin de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 4º

**Fecha de inicio:** 01/09/2021

**Fecha de finalización:** 31/07/2022

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 4,4

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**5 Tipo de docencia:** Docencia oficial

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

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 1º

**Fecha de inicio:** 01/09/2021

**Fecha de finalización:** 31/07/2022

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 12

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**6 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de Trabajos Fin de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 4º

**Fecha de inicio:** 01/09/2020

**Fecha de finalización:** 31/07/2021

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 4,4

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España



**7** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad y de las Relaciones Públicas  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Licenciatura  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Curso que se imparte:** 1º  
**Fecha de inicio:** 01/09/2020 **Fecha de finalización:** 31/07/2021  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 12  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación  
**Departamento:** Información y Documentación  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**8** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad y de las Relaciones Públicas  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Licenciatura  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Curso que se imparte:** 1º  
**Fecha de inicio:** 01/09/2019 **Fecha de finalización:** 31/07/2020  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 12  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación  
**Departamento:** Información y Documentación  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**9** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad y de las Relaciones Públicas  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Licenciatura  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Curso que se imparte:** 2º  
**Fecha de inicio:** 16/09/2019 **Fecha de finalización:** 21/07/2020  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 12  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación  
**Departamento:** Información y Documentación  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**10** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Discurso Publicitario  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Licenciatura  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria



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

**Curso que se imparte:** 3º

**Fecha de inicio:** 12/09/2018

**Fecha de finalización:** 19/07/2019

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 1,2

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**11 Tipo de docencia:** Docencia oficial

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

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

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

**Curso que se imparte:** 2º

**Fecha de inicio:** 12/09/2018

**Fecha de finalización:** 19/07/2019

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 16,8

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**Entidad de evaluación:** Universidad de Murcia

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,82

**Calificación máxima posible:** 5

**12 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Metodologías Cualitativas de Investigación / Antropología Visual

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Titulación universitaria:** Máster en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación

**Curso que se imparte:** 1º

**Fecha de inicio:** 12/09/2018

**Fecha de finalización:** 19/07/2019

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**13 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Seminarios de ampliación

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria



**Titulación universitaria:** Máster en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación

**Curso que se imparte:** 1º

**Fecha de inicio:** 12/09/2018

**Fecha de finalización:** 19/07/2019

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 1

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**14 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Estrategia y Creación Publicitaria

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN

**Curso que se imparte:** 1º

**Fecha de inicio:** 28/01/2019

**Fecha de finalización:** 01/03/2019

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad de Málaga

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Departamento:** Comunicación Audiovisual y Publicidad

**Ciudad entidad realización:** Málaga, Andalucía, España

**15 Tipo de docencia:** Docencia oficial

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

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 2º

**Fecha de inicio:** 13/09/2017

**Fecha de finalización:** 20/07/2018

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 19,2

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**16 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Metodologías Cualitativas de Investigación / Antropología Visual

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Titulación universitaria:** Máster en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación

**Curso que se imparte:** 1º

**Fecha de inicio:** 13/09/2017

**Fecha de finalización:** 20/07/2018



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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**17 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Empresa y Estructura de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

**Categoría profesional:** Profesor Ayudante Doctor

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

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

**Curso que se imparte:** 2º

**Fecha de inicio:** 30/01/2017

**Fecha de finalización:** 21/07/2017

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3,6

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**Entidad de evaluación:** Universidad de Murcia

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,40

**Calificación máxima posible:** 5

**18 Tipo de docencia:** Docencia oficial

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

**Categoría profesional:** Profesor Ayudante Doctor

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 2º

**Fecha de inicio:** 30/01/2017

**Fecha de finalización:** 21/07/2017

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 7,2

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**19 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Técnicas y Herramientas de Investigación Publicitaria

**Categoría profesional:** Profesor Ayudante Doctor

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 2º

**Fecha de inicio:** 30/01/2017

**Fecha de finalización:** 21/07/2017

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



**Nº de horas/créditos ECTS:** 6,6

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**20 Tipo de docencia:** Docencia oficial

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

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Troncal

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Comunicación Digital

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de inicio:** 26/09/2016

**Fecha de finalización:** 23/01/2017

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**21 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Historia de la Comunicación Social

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 4

**Fecha de inicio:** 26/09/2016

**Fecha de finalización:** 23/01/2017

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**22 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Troncal

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

**Curso que se imparte:** Primero

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de inicio:** 26/09/2016

**Fecha de finalización:** 23/01/2017

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



**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**23 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Los Nuevos Retos del Marketing en el Siglo XXI

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

**Frecuencia de la actividad:** 5

**Fecha de inicio:** 26/09/2016

**Fecha de finalización:** 23/01/2017

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**24 Tipo de docencia:** Docencia oficial

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

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Troncal

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Comunicación Digital

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de inicio:** 01/02/2016

**Fecha de finalización:** 15/07/2016

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**25 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Creatividad en Comunicación

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 1º

**Fecha de inicio:** 01/02/2016

**Fecha de finalización:** 15/07/2016



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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**26 Tipo de docencia:** Docencia oficial

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

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 2º

**Fecha de inicio:** 01/02/2016

**Fecha de finalización:** 15/07/2016

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**27 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Opinión Pública

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 01/02/2016

**Fecha de finalización:** 15/07/2016

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 9

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**28 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Escuela de Doctorado. Complemento de formación: La gestión de la Información en Ciencias Sociales, Educación y Humanidades

**Tipo de programa:** Doctorado/a

**Titulación universitaria:** Doctorado

**Fecha de inicio:** 01/02/2016

**Fecha de finalización:** 15/07/2016

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6



**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Escuela de Doctorado  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**29** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de la Comunicación Corporativa Online  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Máster oficial  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media  
**Frecuencia de la actividad:** 3  
**Fecha de inicio:** 01/02/2015 **Fecha de finalización:** 15/07/2016  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 3  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
**Departamento:** Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad

**30** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Historia de la Comunicación Social  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Grado  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo  
**Curso que se imparte:** Tercero **Frecuencia de la actividad:** 4  
**Fecha de inicio:** 28/09/2015 **Fecha de finalización:** 29/01/2016  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
**Departamento:** Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Tipo de entidad:** Universidad

**31** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Grado  
**Tipo de asignatura:** Troncal  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Curso que se imparte:** Primero **Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de inicio:** 28/09/2015 **Fecha de finalización:** 29/01/2016



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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**32 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Los Nuevos Retos del Marketing en el Siglo XXI

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

**Frecuencia de la actividad:** 5

**Fecha de inicio:** 28/09/2015

**Fecha de finalización:** 29/01/2016

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**33 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** El estudio de las tendencias en su contexto social

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Titulación universitaria:** Máster en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación

**Curso que se imparte:** 1º

**Fecha de finalización:** 30/10/2015

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 0,5

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Comunicación y Documentación

**Departamento:** Información y Documentación

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**34 Tipo de docencia:** Docencia oficial

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

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Troncal

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Comunicación Digital

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de inicio:** 23/02/2015

**Fecha de finalización:** 19/07/2015

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



**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**35 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Creatividad en Comunicación

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 1º

**Fecha de inicio:** 23/02/2015

**Fecha de finalización:** 19/07/2015

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**36 Tipo de docencia:** Docencia oficial

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

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

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

**Curso que se imparte:** 2º

**Fecha de inicio:** 23/02/2015

**Fecha de finalización:** 19/07/2015

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**37 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Opinión Pública

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 23/02/2015

**Fecha de finalización:** 19/07/2015

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 9

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades



**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,36

**Calificación máxima posible:** 5

**38 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Escuela de Doctorado. Complemento de formación: La gestión de la Información en Ciencias Sociales, Educación y Humanidades

**Tipo de programa:** Doctorado/a

**Titulación universitaria:** Doctorado

**Fecha de inicio:** 23/02/2015

**Fecha de finalización:** 19/07/2015

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Escuela de Doctorado

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**39 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de la Comunicación Corporativa Online

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 23/02/2015

**Fecha de finalización:** 19/07/2015

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**40 Tipo de docencia:** Docencia no oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Curso de Verano. Comunicación en la ecología de la interrupción

**Titulación universitaria:** Curso de Verano. Comunicación en la ecología de la interrupción

**Fecha de finalización:** 03/07/2015

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 1

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Unidad de Cultura Científica y Extensión Universitaria

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España



**41** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Grado  
**Tipo de asignatura:** Troncal  
**Titulación universitaria:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Curso que se imparte:** Primero **Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de inicio:** 01/10/2014 **Fecha de finalización:** 27/02/2015  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
**Departamento:** Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**42** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Historia de la Comunicación Social  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Grado  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo  
**Curso que se imparte:** Tercero **Frecuencia de la actividad:** 4  
**Fecha de inicio:** 29/09/2014 **Fecha de finalización:** 27/02/2015  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
**Departamento:** Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Calificación obtenida:** 4,67 **Calificación máxima posible:** 5

**43** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Los Nuevos Retos del Marketing en el Siglo XXI  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Máster oficial  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing  
**Frecuencia de la actividad:** 5  
**Fecha de inicio:** 29/09/2014 **Fecha de finalización:** 22/02/2015  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 3  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades



**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,57

**Calificación máxima posible:** 5

**44 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Opinión Pública

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 24/02/2014

**Fecha de finalización:** 27/07/2014

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 9

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,36

**Calificación máxima posible:** 5

**45 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y Globalización

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Economía

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 24/02/2014

**Fecha de finalización:** 27/07/2014

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,5

**Calificación máxima posible:** 5



**46** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de la Comunicación Corporativa Online  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Máster oficial  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media  
**Frecuencia de la actividad:** 3  
**Fecha de inicio:** 24/02/2014 **Fecha de finalización:** 27/07/2014  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 3  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
**Departamento:** Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad

**47** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Grado  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo  
**Curso que se imparte:** Segundo **Frecuencia de la actividad:** 3  
**Fecha de inicio:** 24/02/2014 **Fecha de finalización:** 25/07/2014  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
**Departamento:** Comunicación  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Calificación obtenida:** 4,37 **Calificación máxima posible:** 5

**48** **Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Historia de la Comunicación Social  
**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor  
**Tipo de programa:** Grado  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo  
**Curso que se imparte:** Tercero **Frecuencia de la actividad:** 4  
**Fecha de inicio:** 30/09/2013 **Fecha de finalización:** 23/02/2014  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6  
**Tipo de entidad:** Universidad



**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,67

**Calificación máxima posible:** 5

**49 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y Globalización

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Administración y Dirección de Empresas

**Curso que se imparte:** Primero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 30/09/2013

**Fecha de finalización:** 23/02/2014

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,5

**Calificación máxima posible:** 5

**50 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Los Nuevos Retos del Marketing en el Siglo XXI

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

**Frecuencia de la actividad:** 5

**Fecha de inicio:** 30/09/2013

**Fecha de finalización:** 23/02/2014

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,57

**Calificación máxima posible:** 5

**51 Tipo de docencia:** Docencia oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y Comercialización en Entornos Internacionales**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor**Tipo de programa:** Máster oficial**Tipo de asignatura:** Obligatoria**Tipo de evaluación:** Encuesta**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas MBA**Frecuencia de la actividad:** 3**Fecha de inicio:** 30/09/2013**Fecha de finalización:** 23/02/2014**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 6**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**Departamento:** Economía y Empresa**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de evaluación:** Encuesta**Tipo de entidad:** Universidad**Calificación obtenida:** 4,75**Calificación máxima posible:** 5**52 Tipo de docencia:** Docencia oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Opinión Pública**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor**Tipo de programa:** Grado**Tipo de asignatura:** Obligatoria**Tipo de evaluación:** Encuesta**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo**Curso que se imparte:** Tercero**Frecuencia de la actividad:** 3**Fecha de inicio:** 25/02/2013**Fecha de finalización:** 28/07/2013**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 9**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**Departamento:** Comunicación**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de evaluación:** Encuesta**Tipo de entidad:** Universidad**Calificación obtenida:** 4,36**Calificación máxima posible:** 5**53 Tipo de docencia:** Docencia oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor**Tipo de programa:** Grado**Tipo de asignatura:** Obligatoria**Tipo de evaluación:** Encuesta**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo**Curso que se imparte:** Segundo**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 25/02/2013**Fecha de finalización:** 28/07/2013**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 6**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**Departamento:** Comunicación**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de evaluación:** Encuesta**Tipo de entidad:** Universidad**Calificación obtenida:** 4,37**Calificación máxima posible:** 5**54 Tipo de docencia:** Docencia oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y Globalización**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor**Tipo de programa:** Grado**Tipo de asignatura:** Obligatoria**Tipo de evaluación:** Encuesta**Titulación universitaria:** Grado en Economía**Curso que se imparte:** Tercero**Frecuencia de la actividad:** 3**Fecha de inicio:** 25/02/2013**Fecha de finalización:** 28/07/2013**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 6**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**Departamento:** Economía y Empresa**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de evaluación:** Encuesta**Tipo de entidad:** Universidad**Calificación obtenida:** 4,5**Calificación máxima posible:** 5**55 Tipo de docencia:** Docencia oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Gestión de la Comunicación Corporativa Online**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor**Tipo de programa:** Máster oficial**Tipo de asignatura:** Obligatoria**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media**Frecuencia de la actividad:** 3**Fecha de inicio:** 25/02/2013**Fecha de finalización:** 28/07/2013**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 3**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**Departamento:** Comunicación**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de entidad:** Universidad

**56 Tipo de docencia:** Docencia no oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Habilidades comunicativas para profesores universitarios**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor**Titulación universitaria:** Curso de Formación al Profesorado Universitario**Fecha de finalización:** 07/07/2013**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 1**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España**57 Tipo de docencia:** Docencia oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Historia de la Comunicación Social**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor**Tipo de programa:** Grado**Tipo de asignatura:** Obligatoria**Tipo de evaluación:** Encuesta**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo**Curso que se imparte:** Tercero**Frecuencia de la actividad:** 4**Fecha de inicio:** 01/10/2012**Fecha de finalización:** 24/02/2013**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 6**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**Departamento:** Comunicación**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid**Tipo de evaluación:** Encuesta**Tipo de entidad:** Universidad**Calificación obtenida:** 4,67**Calificación máxima posible:** 5**58 Tipo de docencia:** Docencia oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y Globalización**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor**Tipo de programa:** Grado**Tipo de asignatura:** Obligatoria**Tipo de evaluación:** Encuesta**Titulación universitaria:** Grado en Administración y Dirección de Empresas**Curso que se imparte:** Primero**Frecuencia de la actividad:** 3**Fecha de inicio:** 01/10/2012**Fecha de finalización:** 24/02/2013**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 6**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**Departamento:** Economía y Empresa**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid



**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,5

**Calificación máxima posible:** 5

**59 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Los Nuevos Retos del Marketing en el Siglo XXI

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

**Frecuencia de la actividad:** 5

**Fecha de inicio:** 01/10/2012

**Fecha de finalización:** 24/02/2013

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,57

**Calificación máxima posible:** 5

**60 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y Comercialización en Entornos Internacionales

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas MBA

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 01/10/2012

**Fecha de finalización:** 24/02/2013

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,75

**Calificación máxima posible:** 5

**61 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Opinión Pública

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria



**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 27/02/2012

**Fecha de finalización:** 22/07/2012

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 9

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,36

**Calificación máxima posible:** 5

**62 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Teoría de la Publicidad

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo

**Curso que se imparte:** Segundo

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 27/02/2012

**Fecha de finalización:** 22/07/2012

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,37

**Calificación máxima posible:** 5

**63 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y Globalización

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Economía

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 27/02/2012

**Fecha de finalización:** 22/07/2012

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades



**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,5

**Calificación máxima posible:** 5

**64 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** La comunicación marketing e impulsión comercial en las organizaciones

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

**Fecha de inicio:** 27/02/2012

**Fecha de finalización:** 22/07/2012

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**65 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Historia de la Comunicación Social

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 4

**Fecha de inicio:** 26/09/2011

**Fecha de finalización:** 26/02/2012

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,67

**Calificación máxima posible:** 5

**66 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y Globalización

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta



**Titulación universitaria:** Grado en Administración y Dirección de Empresas

**Curso que se imparte:** Primero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 26/09/2011

**Fecha de finalización:** 26/02/2012

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,5

**Calificación máxima posible:** 5

**67 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Los Nuevos Retos del Marketing en el Siglo XXI

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

**Frecuencia de la actividad:** 5

**Fecha de inicio:** 26/09/2011

**Fecha de finalización:** 26/02/2012

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,57

**Calificación máxima posible:** 5

**68 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y Comercialización en Entornos Internacionales

**Categoría profesional:** Profesor Contratado Doctor

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas MBA

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 26/09/2011

**Fecha de finalización:** 26/02/2012

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa



**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,75

**Calificación máxima posible:** 5

**69 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Comercialización

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Administración y Dirección de Empresas

**Curso que se imparte:** Primero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 28/02/2011

**Fecha de finalización:** 24/07/2011

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,67

**Calificación máxima posible:** 5

**70 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Comercialización

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Turismo

**Curso que se imparte:** Segundo

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 28/02/2011

**Fecha de finalización:** 24/07/2011

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,67

**Calificación máxima posible:** 5

**71 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Publicidad y marketing

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto



**Tipo de programa:** Grado  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Titulación universitaria:** Grado en Periodismo  
**Curso que se imparte:** Segundo  
**Fecha de inicio:** 28/02/2011  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
**Departamento:** Periodismo, Historia y Humanidades  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de evaluación:** Encuesta  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Calificación obtenida:** 4,37  
**Frecuencia de la actividad:** 1  
**Fecha de finalización:** 24/07/2011  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Calificación máxima posible:** 5

**72 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** La comunicación marketing e impulsión comercial en las organizaciones  
**Categoría profesional:** Profesor Adjunto  
**Tipo de programa:** Máster oficial  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing  
**Fecha de inicio:** 28/02/2011  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 3  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
**Departamento:** Economía y Empresa  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de finalización:** 24/07/2011  
**Tipo de entidad:** Universidad

**73 Tipo de docencia:** Docencia oficial  
**Nombre de la asignatura/curso:** Marketing y comercialización en entornos internacionales  
**Categoría profesional:** Profesor Adjunto  
**Tipo de programa:** Máster oficial  
**Tipo de asignatura:** Obligatoria  
**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas MBA  
**Fecha de inicio:** 28/02/2011  
**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos  
**Nº de horas/créditos ECTS:** 6  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
**Departamento:** Economía y Empresa  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de finalización:** 24/07/2011  
**Tipo de entidad:** Universidad



**74** **Nombre de la asignatura/curso:** La publicidad al desnudo: descubriendo el mundo de la comunicación persuasiva comercial

**Tipo de programa:** Cursos de Verano

**Tipo de docencia:** Teórica presencial

**Titulación universitaria:** Curso de Verano

**Fecha de inicio:** 07/07/2011

**Fecha de finalización:** 07/07/2011

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 5

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Periodismo, Historia y Humanidades

**75** **Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Comercialización

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Administración y Dirección de Empresas

**Curso que se imparte:** Primero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 27/09/2010

**Fecha de finalización:** 27/02/2011

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,67

**Calificación máxima posible:** 5

**76** **Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Comercialización

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Turismo

**Curso que se imparte:** Segundo

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 27/09/2010

**Fecha de finalización:** 27/02/2011

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid



**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,67

**Calificación máxima posible:** 5

**77 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Dirección Comercial

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Administración y Dirección de Empresas

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de inicio:** 27/09/2010

**Fecha de finalización:** 27/02/2011

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,6

**Calificación máxima posible:** 5

**78 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Los Nuevos Retos del Marketing en el Siglo XXI

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Máster oficial

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

**Frecuencia de la actividad:** 5

**Fecha de inicio:** 27/09/2010

**Fecha de finalización:** 27/02/2011

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 3

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,57

**Calificación máxima posible:** 5

**79 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Comercialización

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria



**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Administración y Dirección de Empresas

**Curso que se imparte:** Primero

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 01/03/2010

**Fecha de finalización:** 25/07/2010

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,67

**Calificación máxima posible:** 5

**80 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Comercialización

**Categoría profesional:** Profesor Adjunto

**Tipo de programa:** Grado

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Titulación universitaria:** Grado en Turismo

**Curso que se imparte:** Segundo

**Frecuencia de la actividad:** 3

**Fecha de inicio:** 01/03/2010

**Fecha de finalización:** 25/07/2010

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Departamento:** Economía y Empresa

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Entidad de evaluación:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de evaluación:** Encuesta

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 4,67

**Calificación máxima posible:** 5

**81 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Creatividad Publicitaria II

**Categoría profesional:** Profesor Colaborador

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Evaluación interna

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

**Curso que se imparte:** Cuarto

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de inicio:** 23/02/2009

**Fecha de finalización:** 19/07/2009

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad San Jorge

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Zaragoza, Aragón, España



**Entidad de evaluación:** Universidad San Jorge

**Tipo de evaluación:** Evaluación interna

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 8,9

**Calificación máxima posible:** 10

**82 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Documentación Informativa

**Categoría profesional:** Profesor Colaborador

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Evaluación interna

**Titulación universitaria:** Licenciado en Periodismo

**Curso que se imparte:** Segundo

**Frecuencia de la actividad:** 1

**Fecha de inicio:** 22/09/2008

**Fecha de finalización:** 19/07/2009

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 7,5

**Entidad de realización:** Universidad San Jorge

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Zaragoza, Aragón, España

**Entidad de evaluación:** Universidad San Jorge

**Tipo de evaluación:** Evaluación interna

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 8,9

**Calificación máxima posible:** 10

**83 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Medios Publicitarios

**Categoría profesional:** Profesor Colaborador

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Evaluación interna

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

**Curso que se imparte:** Tercero

**Frecuencia de la actividad:** 4

**Fecha de inicio:** 22/09/2008

**Fecha de finalización:** 19/07/2009

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

**Nº de horas/créditos ECTS:** 6

**Entidad de realización:** Universidad San Jorge

**Tipo de entidad:** Universidad

**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Ciudad entidad realización:** Zaragoza, Aragón, España

**Entidad de evaluación:** Universidad San Jorge

**Tipo de evaluación:** Evaluación interna

**Tipo de entidad:** Universidad

**Calificación obtenida:** 8,9

**Calificación máxima posible:** 10

**84 Tipo de docencia:** Docencia oficial

**Nombre de la asignatura/curso:** Introducción a la Publicidad

**Categoría profesional:** Profesor Colaborador

**Tipo de programa:** Licenciatura

**Tipo de asignatura:** Obligatoria

**Tipo de evaluación:** Evaluación interna

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

**Curso que se imparte:** Segundo

**Frecuencia de la actividad:** 2

**Fecha de inicio:** 15/09/2008**Fecha de finalización:** 19/07/2009**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 7,5**Entidad de realización:** Universidad San Jorge**Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias de la Comunicación**Ciudad entidad realización:** Zaragoza, Aragón, España**Entidad de evaluación:** Universidad San Jorge**Tipo de evaluación:** Evaluación interna**Tipo de entidad:** Universidad**Calificación obtenida:** 8,9**Calificación máxima posible:** 10**85 Tipo de docencia:** Docencia oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Medios Publicitarios**Categoría profesional:** Profesor Colaborador**Tipo de programa:** Licenciatura**Tipo de asignatura:** Obligatoria**Tipo de evaluación:** Evaluación interna**Titulación universitaria:** Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas**Curso que se imparte:** Tercero**Frecuencia de la actividad:** 4**Fecha de inicio:** 25/02/2008**Fecha de finalización:** 20/07/2008**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 6**Entidad de realización:** Universidad San Jorge**Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias de la Comunicación**Ciudad entidad realización:** Zaragoza, Aragón, España**Entidad de evaluación:** Universidad San Jorge**Tipo de evaluación:** Evaluación interna**Tipo de entidad:** Universidad**Calificación obtenida:** 8,9**Calificación máxima posible:** 10**86 Tipo de docencia:** Docencia oficial**Nombre de la asignatura/curso:** Técnicas de Expresión Oral**Categoría profesional:** Profesor Colaborador**Tipo de programa:** Licenciatura**Tipo de asignatura:** Optativa**Tipo de evaluación:** Evaluación interna**Titulación universitaria:** Licenciado en Periodismo**Curso que se imparte:** Segundo**Frecuencia de la actividad:** 1**Fecha de inicio:** 25/02/2008**Fecha de finalización:** 20/07/2008**Tipo de horas/créditos ECTS:** Créditos**Nº de horas/créditos ECTS:** 6**Entidad de realización:** Universidad San Jorge**Tipo de entidad:** Universidad**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Ciencias de la Comunicación**Ciudad entidad realización:** Zaragoza, Aragón, España**Entidad de evaluación:** Universidad San Jorge**Tipo de evaluación:** Evaluación interna**Tipo de entidad:** Universidad**Calificación obtenida:** 8,9**Calificación máxima posible:** 10

## Dirección de tesis doctorales y/o trabajos fin de estudios

- 1** **Título del trabajo:** Contrapublicidad: El arte de desafiar la norma  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Marina Ros Sánchez  
**Calificación obtenida:** 6 Aprobado  
**Fecha de defensa:** 30/06/2023
- 2** **Título del trabajo:** Estrategia de comunicación para el grupo musical "Dana" y el lanzamiento de su primer disco "Kairós"  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Teresa Ibernón Fernández-Delgado  
**Calificación obtenida:** 7 Notable  
**Fecha de defensa:** 30/06/2023
- 3** **Título del trabajo:** Hacia una publicidad más allá del posmodernismo: nuevos paradigmas culturales para el siglo XXI  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Celia Cifuentes Cano  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 30/06/2023
- 4** **Título del trabajo:** Publicidad de belleza y autoestima femenina  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Lola Fenol García  
**Calificación obtenida:** 7 Notable  
**Fecha de defensa:** 30/06/2023
- 5** **Título del trabajo:** De la invisibilidad a la inclusión: el papel de las campañas publicitarias españolas en la visibilidad de la transexualidad  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Eva Andaluz Díaz  
**Fecha de defensa:** 02/06/2023
- 6** **Título del trabajo:** ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN ARTISTAS MUSICALES. ANÁLISIS DEL CASO ALVAMA ICE.  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Juan Hortelano Marín-Blázquez  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 02/06/2023



- 7** **Título del trabajo:** Engagement de marcas deportivas en redes sociales  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Lorena Villar Andreu  
**Fecha de defensa:** 02/06/2023
- 8** **Título del trabajo:** PUBLICIDAD EN INSTAGRAM DIRIGIDA A LA POBLACIÓN Z  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Cristina Mellado Armán  
**Calificación obtenida:** 8 Notable  
**Fecha de defensa:** 02/06/2023
- 9** **Título del trabajo:** ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE PROBLEMAS SOCIALES DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL INFOENTRETENIMIENTO. APLICADO AL PROGRAMA "LO DE ÉVOLE"  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** ISABEL BERNAL MARTINEZ  
**Calificación obtenida:** 7 NOTABLE  
**Fecha de defensa:** 30/06/2022
- 10** **Título del trabajo:** ANÁLISIS DEL IMPACTO E INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS SOBRE LAS SOCIEDADES ACTUALES  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** ADRIAN GARCIA NAVARRO  
**Calificación obtenida:** 9 SOBRESALIENTE  
**Fecha de defensa:** 30/06/2022
- 11** **Título del trabajo:** Análisis de la evolución de la publicidad televisiva en España durante la pandemia del Covid-19 en los meses de marzo, abril y junio de 2020  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** JANET MARLENE LUDIZACA CARCHIPULLA  
**Calificación obtenida:** 8 NOTABLE  
**Fecha de defensa:** 30/06/2022
- 12** **Título del trabajo:** PUBLICIDAD Y NORMALIZACIÓN DE LA PROSTITUCIÓN. ESTUDIO DE CASO DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN LA REGIÓN DE MURCIA  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** BLANCA NIETO CONESA  
**Calificación obtenida:** 9 SOBRESALIENTE  
**Fecha de defensa:** 30/06/2022
- 13** **Título del trabajo:** Creación de la estrategia de comunicación y el plan de negocio de una empresa ecofriendly  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** ABRAHAM BALLESTER DIAZ  
**Calificación obtenida:** 9 SOBRESALIENTE  
**Fecha de defensa:** 02/06/2022



- 14** **Título del trabajo:** ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN ARTISTAS MUSICALES. ANÁLISIS DEL CASO ALVAMA ICE  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** JUAN HORTELANO MARIN-BLAZQUEZ  
**Calificación obtenida:** 9 SOBRESALIENTE  
**Fecha de defensa:** 02/06/2022
- 15** **Título del trabajo:** EL BLUES COMO INSTRUMENTO CONTRAPUBLICITARIO PARA COMBATIR LA DISCRIMINACIÓN RACIAL  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** CLAUDIA GASCÓN PALLARÉS  
**Calificación obtenida:** 8 NOTABLE  
**Fecha de defensa:** 15/07/2021
- 16** **Título del trabajo:** ENTIDADES DEPORTIVAS COMO ELEMENTOS DE TRANSFORMACIÓN POLÍTICA Y SOCIAL. ANÁLISIS COMUNICATIVO DE F.C. ST. PAULI Y FOREST GREEN ROVERS  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** ALBERTO DÍAZ CAMPILLO  
**Calificación obtenida:** 8 NOTABLE  
**Fecha de defensa:** 15/07/2021
- 17** **Título del trabajo:** Me Too. EL MOVIMIENTO FEMINISTA A TRAVÉS DE Bombshell (El escándalo, 2019)  
**Alumno/a:** ELENA GARBERI LIARTE  
**Calificación obtenida:** 9 SOBRESALIENTE  
**Fecha de defensa:** 15/07/2021
- 18** **Título del trabajo:** La estrategia de comunicación del Gobierno de la Región de Murcia durante la pandemia del covid-19  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** BEATRIZ CARRASCO GARRE  
**Calificación obtenida:** 9 SOBRESALIENTE  
**Fecha de defensa:** 17/06/2021
- 19** **Título del trabajo:** COMUNICACIÓN Y PODER EN LA SERIE CHERNOBYL. ANÁLISIS CRÍTICO SOBRE LAS RELACIONES DE PODER REFLEJADAS EN EL DISCURSO AUDIOVISUAL  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** MÓNICA MIRANDA GARCÍA  
**Calificación obtenida:** 9 SOBRESALIENTE  
**Fecha de defensa:** 17/06/2021
- 20** **Título del trabajo:** PLAN DE COMUNICACIÓN PARA CRUZ ROJA REGIÓN DE MURCIA  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** DIEGO GÓMEZ LÓPEZ  
**Calificación obtenida:** 8 NOTABLE  
**Fecha de defensa:** 17/06/2021

- 21 Título del trabajo:** LA INFORMACIÓN ASTRONÓMICA EN LOS DIARIOS ABC Y EL MUNDO: EVOLUCIÓN MEDIÁTICA Y DIVULGATIVA DE SU PUBLICACIÓN IMPRESA HASTA SU CONVERGENCIA DIGITALIZADA EN LA WEB 2.0 (1990 HASTA 2018)  
**Tipo de proyecto:** Tesis Doctoral  
**Codirector/a tesis:** JAVIER GARCÍA LÓPEZ; Álvaro De Diego González  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** María de los Ángeles Moreno Otero  
**Calificación obtenida:** Sobresaliente Cum Laude por unanimidad  
**Fecha de defensa:** 14/09/2020
- 22 Título del trabajo:** EL GREENWASHING EN LAS EMPRESAS DE COMIDA RÁPIDA: ESTUDIO DE CASO DE LA PUBLICIDAD DE MCDONALD'S  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Antonia Sevilla Cutillas  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 21/07/2020
- 23 Título del trabajo:** Donald Trump y el poder de las redes sociales Análisis de la campaña electoral para la presidencia de Estados Unidos, 2016  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Rocío Cristóbal Bermejo  
**Calificación obtenida:** 9,6 Matrícula de Honor  
**Fecha de defensa:** 26/06/2020
- 24 Título del trabajo:** LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LAS MARCAS DE COMIDA RÁPIDA ANTE EL CAMBIO SOCIOAMBIENTAL ESTUDIO COMPARATIVO DE BURGER KING Y KFC  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Eugenia Ovsyannikova Tsurkan  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 26/06/2020
- 25 Título del trabajo:** LA LGTBFobia COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN. ANÁLISIS SEMIÓTICO DE HAZTE OÍR  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Claudia Fernández Abellán  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 26/06/2020
- 26 Título del trabajo:** SOSTENIBILIDAD EN LOS MENSAJES PUBLICITARIOS DE LAS EMPRESAS ENERGÉTICAS: CASO REPSOL  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad



**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**Alumno/a:** Ana Isabel García Saura

**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 26/06/2020

**27 Título del trabajo:** LA CONTRAPUBLICIDAD A TRAVÉS DE LOS YES MEN

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**Alumno/a:** José Sánchez Pagán

**Calificación obtenida:** 6 Aprobado

**Fecha de defensa:** 04/02/2020

**28 Título del trabajo:** La actitud del consumidor sobre el consumo responsable: estudio de una posible tendencia de consumo consciente a través de los productos alimentarios enmarcados bajo el consumo responsable en los consumidores murcianos

**Tipo de proyecto:** Tesina

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**Alumno/a:** Cristina Bastida Ríaza

**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 12/09/2019

**29 Título del trabajo:** Contrapublicidad como herramienta creativa de transformación social: Análisis del discurso de BUGA UP

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**Alumno/a:** Irene Moreno Nicolás

**Calificación obtenida:** 9, Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 16/07/2019

**30 Título del trabajo:** Creación de marca personal política y estrategia de marca: Un caso aplicado al perfil de Héctor Illueca Ballester

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**Alumno/a:** Fulgencio Ruiz Ayala

**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 16/07/2019

**31 Título del trabajo:** ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y GREENWASHING. EL CASO DE ELPOZO ALIMENTACIÓN

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad de Murcia

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España

**Alumno/a:** Marta Muñoz Muñoz

**Calificación obtenida:** 6,5 Aprobado

**Fecha de defensa:** 16/07/2019



- 32 Título del trabajo:** Análisis cuantitativo de la propaganda audiovisual en Twitter en las elecciones generales de 2019  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Daniel García Sánchez  
**Calificación obtenida:** 7, Notable  
**Fecha de defensa:** 14/06/2019
- 33 Título del trabajo:** La publicidad social de Dove: estudio sobre la campaña Mi belleza, mi decisión  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Rosario María Alcaraz Cerezo  
**Calificación obtenida:** 9, Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 14/06/2019
- 34 Título del trabajo:** La representación de la comunidad negra en la publicidad televisiva española: análisis cualitativo desde la perspectiva de los estudios culturales  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Sarah Massou Vicente  
**Calificación obtenida:** 8, Notable  
**Fecha de defensa:** 14/06/2019
- 35 Título del trabajo:** VALORES ECOLÓGICOS EN LA PUBLICIDAD DE IBERDROLA. EL DISCURSO VERDE PUBLICITARIO COMO ESTRATEGIA PERSUASIVA  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Andrea Pastor Conesa  
**Calificación obtenida:** 9, Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 14/06/2019
- 36 Título del trabajo:** Branded Content en publicidad medioambiental como estrategia de posicionamiento. Estudio de caso proyecto Cinergia de Gas Natural Fenosa  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Guillermo García Botía  
**Calificación obtenida:** 8,5 Notable  
**Fecha de defensa:** 18/07/2018
- 37 Título del trabajo:** La posverdad como herramienta de comunicación persuasiva en Informe Semanal  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Ester María Guardiola Buendía  
**Calificación obtenida:** 7, Notable  
**Fecha de defensa:** 18/07/2018



- 38 Título del trabajo:** El uso de Twitter como estrategia de comunicación política por parte de los líderes políticos independentistas y constitucionalistas en el contexto del 1 de octubre  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Claudia Sánchez García  
**Calificación obtenida:** 7, Notable  
**Fecha de defensa:** 19/06/2018
- 39 Título del trabajo:** Estrategias de comunicación de los diseñadores de moda emergentes  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Daniel Domínguez Sánchez  
**Calificación obtenida:** 7,4 Notable  
**Fecha de defensa:** 05/02/2018
- 40 Título del trabajo:** Estrategias de comunicación en la Región de Murcia en un contexto de crisis socioecológica. Estudio de caso de Nueva Cultura por el Clima  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Silvia Marta Blesa González  
**Calificación obtenida:** 8, Notable  
**Fecha de defensa:** 05/02/2018
- 41 Título del trabajo:** Estrategias de comunicación en redes sociales de las marcas de moda emergentes en España: Análisis del caso Pompeii  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Alumno/a:** Nerea Patricia Carrió Baños  
**Calificación obtenida:** 9,5 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 18/07/2017
- 42 Título del trabajo:** Comunicación de marcas de moda en las redes sociales. Estudio del caso Mango  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** Gabriel Rotger Gimeno  
**Calificación obtenida:** 10, Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 16/06/2016
- 43 Título del trabajo:** El periodista multimedia. Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información  
**Tipo de proyecto:** Tesina  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** Álvaro de la Cruz Varela



**Calificación obtenida:** 8,5 Notable

**Fecha de defensa:** 15/06/2016

- 44 Título del trabajo:** La adaptación de los contenidos de televisión a la Generación Millenials. Análisis de los nuevos hábitos de consumo de ficción en Internet  
**Tipo de proyecto:** Tesina  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** Irene Muñoz Aparicio  
**Calificación obtenida:** 9, Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 15/06/2016
- 45 Título del trabajo:** La programación de televisión en Internet y la interacción de la audiencia. Estudio del caso Atresplayer  
**Tipo de proyecto:** Tesina  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** Aurora Álvarez Narváez  
**Calificación obtenida:** 8 Notable  
**Fecha de defensa:** 15/06/2016
- 46 Título del trabajo:** Periodismo digital en Astrofísica a través de la Web 2.0. El diseño web para la divulgación científica y su repercusión mediática entre usuarios y medios digitales nacionales  
**Tipo de proyecto:** Tesina  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** María de los Ángeles Moreno Otero  
**Calificación obtenida:** 9,5 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 15/06/2016
- 47 Título del trabajo:** Uso y participación de las empresas en redes sociales. El caso Inditex  
**Tipo de proyecto:** Tesina  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** Julia Rodríguez Simón  
**Calificación obtenida:** 9, Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 15/06/2016
- 48 Título del trabajo:** Análisis de los ataques reputacionales a las marcas políticas en Internet. El caso de las Elecciones Generales de 2015  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** Francisco Esteban Canals Carreras  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 21/01/2016



- 49** **Título del trabajo:** El proceso de secesión catalán en la prensa británica online. Análisis del enfoque informativo  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** María José Vilar Romo  
**Calificación obtenida:** 10, Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 21/01/2016
- 50** **Título del trabajo:** Cómo conseguir reputación en la red mediante las redes sociales. Bases editoriales y modelo de negocio  
**Tipo de proyecto:** Tesina  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** Sheila Galle Espejo  
**Calificación obtenida:** 9.5 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 21/07/2015
- 51** **Título del trabajo:** La divulgación científica en la web 2.0. La contribución de Divulgameteo  
**Tipo de proyecto:** Tesina  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** Marta María Fallola Sánchez-Herrera  
**Calificación obtenida:** 9,5 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 21/07/2015
- 52** **Título del trabajo:** Patrones de cobertura de los medios de comunicación en las catástrofes humanitarias. Medios offline y online y la influencia de las TIC  
**Tipo de proyecto:** Tesina  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** Aythami Pérez Miguel  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 21/07/2015
- 53** **Título del trabajo:** Estrategias de comunicación de Podemos. Análisis del mensaje político en la televisión  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Macarena Jiménez Quevedo  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 30/06/2015
- 54** **Título del trabajo:** Efectos emocionales de la publicidad audiovisual  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Alumno/a:** Iván Abio González  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente



**Fecha de defensa:** 30/01/2015

**55 Título del trabajo:** Efectos sociales de la publicidad televisiva en adolescentes

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Alumno/a:** Clea Redondo Suárez

**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 30/01/2015

**56 Título del trabajo:** Efectos sociales de Facebook en universitarios

**Tipo de proyecto:** Tesina

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Juan Antonio Aroca Martínez

**Calificación obtenida:** 9,5 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 23/07/2014

**57 Título del trabajo:** Estudio del uso de Twitter por parte de los dircom más influyentes

**Tipo de proyecto:** Tesina

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Esmeralda Luis García

**Calificación obtenida:** 9, Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 23/07/2014

**58 Título del trabajo:** Liderazgo y fotogenia. Emociones y percepciones. Algunas consideraciones sobre la comunicación no verbal de Barack Obama

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Erika Curbelo García

**Calificación obtenida:** Notable

**Fecha de defensa:** 09/07/2014

**59 Título del trabajo:** Análisis de la comunicación política para el voto migrante: el caso de las elecciones generales de Ecuador de 2013 en España

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Marta Bernasconi

**Calificación obtenida:** 10 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 08/07/2014

**60 Título del trabajo:** El mensaje publicitario en las marcas de lujo

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad



**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Belén Navarro Martín

**Calificación obtenida:** Notable

**Fecha de defensa:** 12/02/2014

**61 Título del trabajo:** Los desahucios en la prensa española, de información residual a focusing event

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Beatriz Osa Fernández

**Calificación obtenida:** Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 13/09/2013

**62 Título del trabajo:** Caso Noos en la prensa escrita: Framing sobre la imputación de Iñaki Urdangarín

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Ana Torres Prats

**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 10/07/2013

**63 Título del trabajo:** El papel del lobby de las PYMES en Santa Cruz de Tenerife

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Ignasi Costa Navarro

**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 09/07/2013

**64 Título del trabajo:** El discurso audiovisual del marketing viral de Banco Sabadell

**Tipo de proyecto:** Trabajo de Fin de Máster

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Lorena Sánchez Cifuentes

**Calificación obtenida:** 10 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 12/02/2013

**65 Título del trabajo:** Análisis sobre los nuevos formatos publicitarios online. Estudio del caso Facebook

**Tipo de proyecto:** Trabajo de Fin de Máster

**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Alumno/a:** Ismael Hernández Lacasa

**Calificación obtenida:** 9,5 Sobresaliente

**Fecha de defensa:** 12/07/2012



- 66 Título del trabajo:** La Pizarra Digital Interactiva Como Elemento Motivador  
**Tipo de proyecto:** Trabajo de Fin de Máster  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** María José Leitón Merchán  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 10/07/2012
- 67 Título del trabajo:** Redes sociales 2.0 en Educación. Competencias curriculares adquiridas por los discentes a través de actividades en redes sociales  
**Tipo de proyecto:** Trabajo de Fin de Máster  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Alumno/a:** José María Pérez De la Cruz  
**Calificación obtenida:** 9 Sobresaliente  
**Fecha de defensa:** 09/07/2012

### Tutorías académicas de estudiantes

- 1 Nombre del programa:** Cooperación educativa  
**Entidad de realización:** Universidad San Jorge **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Zaragoza, Comunidad de Madrid, España  
**Nº de alumnos/as tutelados/as:** 35
- 2 Nombre del programa:** Programa de Tutorías Integrales Semestral y Sistemático  
**Entidad de realización:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Nº de alumnos/as tutelados/as:** 40

### Material y otras publicaciones docentes o de carácter pedagógico

- 1** Javier García López. Publicidad. Teoría y práctica, Publicidad. Teoría y práctica1. pp. 1 - 304. Centro de Estudios Financieros. ISBN 978-84-454-2852-8  
**Nombre del material:** Publicidad. Teoría y práctica  
**Fecha de elaboración:** 2014  
**Tipo de soporte:** Libro
- 2** Javier García López. Publicidad y marketing, Publicidad. Teoría y práctica1. pp. 1 - 229. Centro de Estudios Financieros. ISBN 978-84-454-2182-6  
**Nombre del material:** Publicidad y marketing  
**Fecha de elaboración:** 2012  
**Tipo de soporte:** Libro

## Experiencia científica y tecnológica

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

- 1** **Nombre del grupo:** MDCS: MEDIACIÓN DIALÉCTICA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL  
**Nombre del investigador/a principal (IP):** María Dolores Cáceres Zapatero  
**Código normalizado:** 940057  
**Entidad de afiliación:** Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio:** 01/06/2023
- 2** **Nombre del grupo:** Grupo de Investigación Transdisciplinar sobre Transiciones Socioecológicas (Transdisciplinary Research Group on Socioecological Transitions (GinTRANS2), Universidad Autónoma, 28049 Madrid, Spain)  
**Entidad de afiliación:** Universidad Autónoma de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio:** 01/01/2013 **Duración:** 4 años
- 3** **Nombre del grupo:** Grupo de investigación "HUM868 Tecnología, Arte y Comunicación"  
**Nombre del investigador/a principal (IP):** Fernando Contreras Medina **Nº de componentes grupo:** 8  
**Código normalizado:** HUM868  
**Ciudad de radicación:** Sevilla, Andalucía, España  
**Entidad de afiliación:** Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio:** 15/11/2011
- 4** **Nombre del grupo:** Grupo de investigación "Medios Audiovisuales y Comunicación Digital"  
**Nombre del investigador/a principal (IP):** Antonio Rodríguez Ruibal **Nº de componentes grupo:** 12  
**Código normalizado:** UI2011-4  
**Ciudad de radicación:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Entidad de afiliación:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio:** 01/10/2011 **Duración:** 3 años - 3 meses
- 5** **Nombre del grupo:** TRENDENLAB. GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y CONSUMO  
**Nombre del investigador/a principal (IP):** César San Nicolás Romera **Nº de componentes grupo:** 7  
**Código normalizado:** E053-09  
**Ciudad de radicación:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Entidad de afiliación:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio:** 01/01/2009
- 6** **Nombre del grupo:** Grupo de investigación Televisión y Nuevas Tecnologías. Historia, industria y recepción  
**Nombre del investigador/a principal (IP):** Joseba Bonaut Irirarte **Nº de componentes grupo:** 8  
**Ciudad de radicación:** Zaragoza, Aragón, España  
**Entidad de afiliación:** Universidad San Jorge **Tipo de entidad:** Universidad



Fecha de inicio: 01/01/2008

Duración: 2 años

**Actividad científica o tecnológica****Proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de Administraciones o entidades públicas y privadas**

- 1** **Nombre del proyecto:** Investigación de Los Roles Femeninos en la Docencia Teórica de la Comunicación: Enfoques y Propuestas (2014-2024) (Femidocom)  
**Entidad de realización:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Nº de investigadores/as:** 13  
**Fecha de inicio-fin:** 01/01/2025 - 29/02/2028 **Duración:** 2 años - 2 meses  
**Cuantía total:** 37.554 €
- 2** **Nombre del proyecto:** LOBBY Y COMUNICACION EN ESPAÑA. ANALISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACION  
**Entidad de realización:** Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Antonio Castillo Esparcia  
**Nº de investigadores/as:** 6  
**Entidad/es financiadora/s:** Ministerio de Economía, Industria y Competitividad **Tipo de entidad:** Agencia Estatal  
**Ciudad entidad financiadora:** España  
**Fecha de inicio:** 01/11/2016  
**Cuantía total:** 24.500 €

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

- 1** **Nombre del proyecto:** Investigación y gestión de la comunicación en escuelas de música: métodos y técnicas de un programa de comunicación integral.  
**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** JAVIER GARCÍA LÓPEZ  
**Nº de investigadores/as:** 5  
**Entidad/es participante/s:** Agrupación Musical de Alhama de Murcia; FUNDACION EMPRESA UNIVERSIDAD DE MURCIA  
**Entidad/es financiadora/s:** AGRUPACIÓN MUSICAL DE ALHAMA DE MURCIA **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones  
**Fecha de inicio:** 17/06/2021 **Duración:** 1 año  
**Cuantía total:** 19.166,4 €
- 2** **Nombre del proyecto:** Asesoría de comunicación, planificación, desarrollo y ejecución de formación en técnicas comunicativas para directivos y asociados de la Federación de Bandas de Música de la Región de Murcia  
**Grado de contribución:** Coordinador del proyecto total, red o consorcio  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** JAVIER GARCÍA LÓPEZ  
**Nº de investigadores/as:** 1  
**Entidad/es financiadora/s:** **Tipo de entidad:** Asociaciones y Agrupaciones



Federación de Bandas de Música de la Región de Murcia

**Fecha de inicio:** 05/01/2021

**Duración:** 3 meses

**Cuantía total:** 2.200 €

- 3** **Nombre del proyecto:** DESARROLLO DE UN MODELO DE INFORME INICIAL PARA SU APLICACIÓN EN EL TRABAJO PUBLICITARIO. ENTIDAD: LA CALLE ES TUYA, S.L.U.  
**Modalidad de proyecto:** De investigación y desarrollo incluida traslacional **Entidad de realización:** LA CALLE ES TUYA, S.L.U.  
**Grado de contribución:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** LA CALLE ES TUYA, S.L.U.  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** Pedro Antonio Hellín Ortuño  
**Nº de investigadores/as:** 4  
**Entidad/es financiadora/s:**  
La Calle es Tuya SLU **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial  
**Ciudad entidad financiadora:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Fecha de inicio:** 09/02/2018 **Duración:** 3 meses
- 4** **Nombre del proyecto:** Asesoría para la creación de un Proyecto sobre el Balneario de Alhama de Murcia.  
**Modalidad de proyecto:** Estudio de viabilidad técnica **Entidad de realización:** Ayuntamiento de Alhama de Murcia  
**Grado de contribución:** Coordinador/a científico/a  
**Entidad de realización:** Ayuntamiento de Alhama de Murcia **Tipo de entidad:** Ayuntamiento  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** JAVIER GARCÍA LÓPEZ  
**Nº de investigadores/as:** 1  
**Entidad/es participante/s:** Ayuntamiento de Alhama de Murcia; Universidad a Distancia de Madrid  
**Entidad/es financiadora/s:**  
Ayuntamiento de Alhama de Murcia **Tipo de entidad:** Ayuntamiento  
**Fecha de inicio:** 01/01/2016 **Duración:** 1 año
- 5** **Nombre del proyecto:** Proyecto de colaboración con Ayuntamiento de Alhama de Murcia para ideación, desarrollo de un expediente de Fiesta Interés Nacional  
**Grado de contribución:** Coordinador del proyecto total, red o consorcio  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** JAVIER GARCÍA LÓPEZ  
**Nº de investigadores/as:** 1  
**Entidad/es participante/s:** Ayuntamiento de Alhama de Murcia  
**Entidad/es financiadora/s:**  
Ayuntamiento de Alhama de Murcia **Tipo de entidad:** Ayuntamiento  
**Fecha de inicio:** 01/01/2016 **Duración:** 1 año
- 6** **Nombre del proyecto:** Análisis del discurso publicitario y su impacto sobre la discriminación social en España  
**Modalidad de proyecto:** De investigación fundamental (incluyendo excavaciones arqueológicas, etc.).  
**Grado de contribución:** Coordinador del proyecto total, red o consorcio  
**Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...):** JAVIER GARCÍA LÓPEZ  
**Nº de investigadores/as:** 3  
**Entidad/es financiadora/s:**  
Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad



Fecha de inicio: 01/02/2012

Duración: 2 años - 11 meses

Cuantía total: 6.000 €

## Actividades científicas y tecnológicas

### Producción científica

#### Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1** JAVIER GARCIA LOPEZ; FRANCISCO CABEZUELO LORENZO; ISMAEL LOPEZ MEDEL. La comunicación de valores ecosociales y su influencia a través del fútbol. Análisis del caso F.C. St. Pauli. Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication. 15 - 2, pp. 251 - 267. Universidad de Alicante/Universidad de Zaragoza, 2024. Disponible en Internet en: <<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.26942>>. ISSN 1989-872X

**Tipo de producción:** Artículo científico**Tipo de soporte:** Revista**Autor de correspondencia:** Sí

**Resultados relevantes:** Este trabajo analiza el caso paradigmático de las acciones de responsabilidad social corporativa (RSC), claves en la comunicación estratégica, del club de fútbol St. Pauli de Hamburgo (Alemania). La hipótesis de partida es que otro fútbol es posible, lo que implica otra política de comunicación corporativa alternativa, coherente con la lógica ecosocial. Se sigue el proceso inductivo-deductivo como herramienta de análisis. El método principal es el estudio de caso a partir de una estrategia heurística y de análisis documental. La realidad de la responsabilidad social del fútbol se estudia desde el análisis de texto y desde una perspectiva ética. Para ello se centra en el análisis de seis variables de su política corporativa: 1) dimensión política; 2) dimensión económica; 3) dimensión social; 4) dimensión medioambiental; 5) dimensión cultural; y 6) otras dimensiones. El trabajo identifica los valores culturales del club, basados en la tolerancia, la inclusión LGTBI+ y la protección del medioambiente, así como su ideología, ligada a grupos sociales, asociaciones ecologistas y formaciones políticas de izquierda, a veces incluso anticapitalista, que marca su modo de actuar. Se observa un interés en comprender la interacción social en el ámbito deportivo desde la publicidad y las relaciones públicas, más allá de aspectos relacionados con lo crematístico. Este interés se presenta como una necesidad imperante para entender, desde la comunicación social, los dinámicos mecanismos de un mundo que tiende a la toma de decisiones en medio de la actual crisis medioambiental, sanitaria, económica y social.

**Publicación relevante:** Sí

- 2** Javier García López; Alicia López Balsas. La decadencia del sueño americano en A serious man (2009). Trauma e incertidumbre en las sociedades occidentales a partir de los años 60. Historia y Comunicación Social. 26 - 2, pp. 643 - 651. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Universidad Complutense de Madrid, 2021. Disponible en Internet en: <<http://revistas.ucm.es/index.php/hics>>. ISSN 1137-0734

**Tipo de producción:** Artículo científico**Tipo de soporte:** Revista**Posición de firma:** 1**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo**Autor de correspondencia:** Sí**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Índice de impacto:** 0.384**Posición de publicación:** 107**Categoría:** Communication**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 1.492**Fuente de impacto:** Dialnet Metricas**Índice de impacto:** 0.576**Posición de publicación:** 13**Categoría:** Comunicación**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 62**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 0.92**Posición de publicación:** 139**Categoría:** Q1 Cine, radio, televisión**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 491



**Fuente de impacto:** MIAR  
**Índice de impacto:** 10.9  
**Posición de publicación:** 6

**Fuente de impacto:** Latindex  
**Índice de impacto:** 34

**Fuente de impacto:** ANEP/FECYT  
**Índice de impacto:** A

**Fuente de impacto:** ANEP/FECYT A  
**Índice de impacto:** A

**Fuente de impacto:** CIRC  
**Índice de impacto:** A

**Fuente de impacto:** Google Scholar Metrics  
**Índice de impacto:** H14

**Fuente de impacto:** CIRC A

**Fuente de impacto:** ERIH

**Publicación relevante:** Sí

**Categoría:** Comunicación  
**Revista dentro del 25%:** Sí  
**Num. revistas en cat.:** 29

**Categoría:** CCHS

**Categoría:** CCHS

**Categoría:** Comunicación  
**Revista dentro del 25%:** Sí

**Categoría:** Comunicación

**Categoría:** Comunicación

- 3** Pedro A. Hellín Ortuño; Eneus Trindade; JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Latin-American perceptions on definitions and arguments about crossmedia and transmedia in advertising. El Profesional de la Información. 28 - 4, pp. 1 - 9. EPI SCP, 2019. Disponible en Internet en: <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/jul/hellin-trindade-garcia.pdf>>. ISSN 1699-2407

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Autor de correspondencia:** Sí

**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)

**Índice de impacto:** 0.48

**Posición de publicación:** 82

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

**Índice de impacto:** 1.141

**Fuente de impacto:** Dialnet

**Índice de impacto:** 1.226

**Posición de publicación:** 2

**Fuente de impacto:** Latindex

**Índice de impacto:** 34

**Fuente de impacto:** FECYT

**Índice de impacto:** 93.24

**Posición de publicación:** 2

**Fuente de impacto:** CIRC

**Índice de impacto:** A

**Fuente de impacto:** ERIHPLUS

**Tipo de soporte:** Revista

**Categoría:** Cultural Studies

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Num. revistas en cat.:** 1.093

**Categoría:** Communication

**Categoría:** Comunicación

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Num. revistas en cat.:** 59

**Categoría:** Comunicación

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Num. revistas en cat.:** 16

**Categoría:** Ciencias Sociales

**Resultados relevantes:** Marco de investigación en el que se desarrolla el artículo: Artículo de investigación en inglés que investiga una muestra considerable de publicidad audiovisual brasileña y española desde una perspectiva del análisis del discurso. Se despliega un análisis de contenido y categorización de publicidad a nivel mundial en

torno a la conceptualización crossmedia y transmedia. Se trata de dos elementos de la comunicación audiovisual y la publicidad centrales en las sociedades digitales del momento. El trabajo analiza por vez primera desde el marco conceptual seleccionado la relación entre estos dos esferas de los discursos digitales y las nuevas formas publicitarias, mediante una gran muestra de publicidad audiovisual en Brasil y España. Existe una transformación construida sobre una sociedad hipermoderna, influenciada por dispositivos sociotecnológicos que determina el modo de hacer publicidad y los nuevos formatos publicitarios. Por medio de un minucioso análisis comparativo, a través del artículo se puede comprobar cómo en el contexto latinoamericano actual, el consumidor se convierte en un colaborador necesario en el proceso de producción de sentido. El artículo está auspiciado y financiado por el Grupo de Estudos em Semiótica Comunicação, Cultura e Consumo (GES3), de la Escola de Comunicações e Artes de la Universidad de Sao Paulo, Brasil. Debido a que la investigación abarca diversos años y a la cantidad de datos que ha sido necesario tratar, analizar e interpretar (se ha analizado una muestra significativa de publicidad audiovisual en Brasil y España), se ha necesitado la colaboración de tres investigadores, que son los autores del presente artículo. Las variables analizadas han planteado especial dificultad a la investigación, ya que no habían sido tratadas con anterioridad desde la perspectiva marco y al no existir literatura científica al respecto (existe literatura científica general o planteada desde otras perspectivas colindantes). El solicitante ha participado de manera activa mediante la elaboración metodológica y el amplio análisis del caso español (se han necesitado recursos informáticos ofrecidos por la Universidad de Murcia para la selección, recogida y análisis de datos, que han sido trabajados por el solicitante). El solicitante es autor de referencia. Otros referentes de impacto y difusión: el artículo es reciente y aún no se puede valorar el impacto en número de citas y su efecto en investigaciones posteriores. No obstante, atendiendo a la revisión de citas ya efectuadas, se puede colegir que el artículo puede convertirse en referente para otras investigaciones posteriores y se percibe que el trabajo que se presenta ha podido sentar las bases de investigación para la elaboración de otros artículos científicos que desarrollan temáticas análogas para otros países. De igual modo, el artículo ha podido contribuir a la proliferación de otros estudios y trabajos de investigación sobre la publicidad digital y sus discurso, debido posiblemente a los importantes resultados y conclusiones que demuestra el artículo. Indicios de calidad: A. Indexada en SJR (Scimago Journal and Country Rank, Cultural Studies): Q1. B. Indexada en el Social Science Citation Index (WOS-JCR, Communication): Q3 (2019). C. Incluida en ERIH PLUS en las disciplinas Library and Information Science, Media Studies and Communication. D. Ranking FECYT: Q1 (Comunicación, Información y Documentación Científica). E. Dialnet Métricas: Q1 (Comunicación) F. MIAR: ICDS de 10.9 en 2019. Resumen de los sistemas de información bibliométrica e impacto en los que se encuentra: 1.- SJR (Scimago Journal and Country Rank). Índice de impacto de la base de datos SCOPUS: Tiene un Índice de impacto SJR de 0.48 Año 2019. Ocupa la posición 82 de un total de 1093 revistas en la Categoría temática CULTURAL STUDIES: 1er Cuartil (Q1). 2.- JCR SOCIAL SCIENCE CITATION INDEX (ISI): 1,580 (2019). Posición 47 (92), Q3. 3.- Incluida en ERIH PLUS en las disciplinas Li...

**Publicación relevante:** Sí

- 4** JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Publicidad, necesidades y decrecimiento. Hacia una comunicación publicitaria menos comercial. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. 134, pp. 127 - 142. (Ecuador): Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), 2017. Disponible en Internet en: <<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3061>>. ISSN 1390-1079

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

**Fuente de impacto:** Latindex

**Índice de impacto:** 33

**Fuente de impacto:** CIRC

**Índice de impacto:** C

**Fuente de impacto:** Dialnet

**Fuente de impacto:** ERIHPLUS

**Fuente de impacto:** ESCI

**Fuente de citas:** Google Scholar

**Citas:** 2

**Resultados relevantes:** Marco de investigación en el que se desarrolla el artículo: El trabajo se encuadra dentro de las actividades de investigación desarrolladas en el seno del Grupo de Investigación Transdisciplinar sobre Transiciones Socioecológicas (Universidad Autónoma de Madrid, donde el solicitante

obtuvo el título de Máster), un grupo transdisciplinar desde las áreas de las Ciencias Sociales, Económicas, Biblioteconomía y Documentación, Medicina, Historia, Antropología, Ciencias Ambientales, Educación Social y Filosofía (<https://transecos.wordpress.com/about/integrantes-del-grupo/>), donde el solicitante ha colaborado y cuyo investigador principal es el reconocido profesor Jorge Riechmann ([jorge.riemann@uam.es](mailto:jorge.riemann@uam.es)). El trabajo plantea un nuevo modelo de creación publicitaria enfocado en un sistema decreciente de producción y consumo. Por medio de una investigación sustentada en el análisis y evaluación argumentativos o lógica informal (también llamada geometría de la demostración por el profesor Marraud, 2011, de la Universidad Autónoma de Madrid, donde el solicitante colabora en un grupo de investigación), el artículo disecciona la estructura argumental de la publicidad de la segunda década del siglo XXI (2010-2016) y propone un nuevo prototipo de creación publicitaria acorde con los condicionantes sociales, económicos, culturales y ambientales de nuestra época. La originalidad y novedad del trabajo reside en la concepción de una nueva forma de hacer publicidad, que el solicitante propone denominar alterpublicidad (concepto que ha sido citado en otros trabajos posteriores de investigadores del ámbito de la Comunicación de reconocida relevancia), desde un marco propio de la Teoría de las Necesidades; una publicidad más amable con el ambiente y con las relaciones sociales, vista la importancia y la influencia de la publicidad en la determinación del pensamiento y conducta de las personas. Otros referentes de impacto y difusión: El artículo tiene muy buena acogida académica en el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, donde se utiliza como referente para mostrar nuevas formas y fórmulas publicitarias encaminadas a la consecución de una vida buena o buen vivir (tal y como se prefiere denominar en el ámbito académico crítico de América Latina). El artículo ha sido recomendado por el profesor Antonio Caro, referente en la investigación sobre Publicidad, en la plataforma de difusión de la investigación Academia.edu. Además, el artículo ha sido citado en revistas de impacto internacionales en diversas ocasiones. A. Incluida en ERIH PLUS en las disciplinas Media Studies and Communication. B. Incluida en Web Of Science. Core Collection: Emerging Sources Citation Index (ESCI), por lo que probablemente en poco tiempo pase a ser indexada en Social Science Citation Index (WOS-JCR). C. Capes Qualis. A2. D. Latindex. 33 criterios cumplidos (de 33 posibles). E. MIAR. ICDS de 10 (2017). Resumen de los sistemas de información bibliométrica e impacto en los que se encuentra: 1.- Incluida en ERIH PLUS en las disciplinas Media Studies and Communication. 2.- Incluida en Web Of Science. Core Collection: Emerging Sources Citation Index (ESCI), por lo que probablemente en poco tiempo pase a ser indexada en Social Science Citation Index (WOS-JCR). 3.- CAPES QUALIS. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nivel Superior. Organismo dependiente del Ministerio de Educación de Brasil con funciones similares a la ANECA en nuestro país. CAPES propone, a través de la plataforma Sucupira, una clasificación de revistas en ocho niveles, desde el A1 al C (A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5, C). Clasificación A2. ALTO IMPACTO Y RELEVANCIA. 4.- Latindex. 33 criterios cumplidos (de 33 posibles). 5.- MIAR (Matriz de información para el análisis de revistas) Revistas multidisciplinares y de cobertura mundial La revista está incluida en MIAR y tiene un ICDS de 10.0 (2017). Indizada en las siguientes bases de datos: Emerging Sources C...

**Publicación relevante:** Sí

- 5** JAVIER GARCÍA LÓPEZ. El impacto de la publicidad en la crisis socioecológica. Opción. Revista de Ciencias Humanas y Sociales. 32 - 11, pp. 588 - 611. (Venezuela): Universidad del Zulia, 2016. Disponible en Internet en: <<https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/21968>>. ISSN 1012-1587

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)

**Categoría:** Social Sciences (miscellaneous)

**Índice de impacto:** 0.1

**Posición de publicación:** 234

**Num. revistas en cat.:** 430

**Fuente de impacto:** CIRC

**Categoría:** Ciencias Humanas

**Índice de impacto:** A

**Fuente de impacto:** CIRC

**Categoría:** Ciencias Sociales

**Índice de impacto:** B

**Fuente de impacto:** Dialnet

**Categoría:** Ciencias Sociales

**Fuente de impacto:** Latindex

**Fuente de citas:** Google Scholar

**Citas:** 4

**Resultados relevantes:** Breve resumen: Marco de investigación en el que se desarrolla el artículo: El trabajo es la segunda publicación encuadrada y financiada por el Proyecto de I+D+i financiado por Fundación Universidad a Distancia de Madrid. Nombre del proyecto: Análisis del discurso publicitario y su impacto sobre la discriminación social en España. Igualmente, el trabajo se asienta en la colaboración del firmante con el Grupo de Investigación Transdisciplinar sobre Transiciones Socioecológicas (Universidad Autónoma de Madrid, donde el solicitante obtuvo el título de Máster), un grupo transdisciplinar desde las áreas de las Ciencias Sociales, Económicas, Biblioteconomía y Documentación, Medicina, Historia, Antropología, Ciencias Ambientales, Educación Social y Filosofía (<https://transecos.wordpress.com/about/integrantes-del-grupo/>). Se plantea un análisis sobre los efectos de la publicidad convencional comercial a nivel global sobre la percepción que tienen las sociedades acerca de su rol en el sistema socioeconómico preponderante. Se presta especial atención al flujo de consumo y a la influencia emocional que confiere la publicidad actual en el consumidor-receptor digital de principios del siglo XXI, mucho más alfabetizado audiovisualmente que el consumidor-receptor propio de las sociedades asentadas en los flujos de comunicación analógica. Se estudian las estructuras discursivas de los relatos publicitarios, prestando especial atención a características socioeconómicas y psicográficas del perfil de consumidor actual; todo ello relacionado con un análisis cualitativo del discurso publicitario. Otros referentes de impacto y difusión: El artículo, en consonancia con el proyecto de investigación que lo sustenta y la colaboración con el grupo de investigación, promueve la justicia social, la profundización de la democracia y la sostenibilidad ambiental por medio de la investigación social ya que, como se demuestra, diferentes formas publicitarias comerciales actuales esconden un problema ético y moral que debe ser atajado desde una óptica más práctica. Igualmente, atendiendo a las citas recibidas en revistas académicas de impacto, se puede decir que el trabajo ha servido a otras investigaciones sobre Publicidad que plantean modelos prácticos de creación publicitaria (discurso-lenguaje) válidos con las tesis refrendadas en dicho artículo. Indicios de calidad: A. Indexada en SJR (Scimago Journal and Country Rank, Social Sciences): Q3. B. Latindex. Cumple 32 criterios de 33 posibles. C.- Está en la Categoría A de la clasificación CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas) para Ciencias Humanas y B para Ciencias Sociales. D. MIAR. ICDS actual de 8.0 en 2016. Resumen de los sistemas de información bibliométrica e impacto en los que se encuentra: 1.- SJR (Scimago Journal and Country Rank). Tiene un Índice de impacto SJR de 0.193 Año 2016 Ocupa la posición 305 de un total de 536 revistas en la Categoría temática Social Sciences (miscellaneous): 3er Cuartil (Q3). Ocupa la posición 234 de un total de 430 revistas en la Categoría temática Arts and Humanities (miscellaneous): 3er Cuartil (Q3). Tiene un desarrollo ascendente en cuanto a índice de impacto. En 2019 tiene un Índice de impacto SJR de 0.202 2.- Latindex. Cumple 32 criterios de 33 posibles. 3.- Está en la Categoría A de la clasificación CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas) para Ciencias Humanas y B para Ciencias Sociales. 4.- MIAR (Matriz de información para el análisis de revistas). Cobertura mundial. La revista está incluida en MIAR y tiene un ICDS actual de 8.0 en 2016. Indizada en las siguientes bases de datos: Scopus, DIALNET. Evaluada en: CARHUS Plus+ 2018, LATINDEX. Catálogo v1.0 (2002 - 2017). Citas: se conocen al menos las siguientes citas del artículo: - Mercado-Herrera, A. et al. (2019). Innovación empresarial en administración estratégica de la mercadotecnia. Veracruz, México: Red Iberoamericana de Academias de Investigación. - Dávalos-Ve...

**Publicación relevante:** Sí

- 6** JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Gestión biosocial de las relaciones públicas. El caso Kalundborg. Revista Internacional de Relaciones Públicas,. VI - 12, pp. 191 - 208. 2016. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-12-2016-11-191-208>>. ISSN 2174-3681

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Fuente de impacto:** DIALNET

**Categoría:** COMUNICACIÓN

**Índice de impacto:** 0.255

**Posición de publicación:** 20

**Num. revistas en cat.:** 59

**Fuente de impacto:** LATINDEX

**Índice de impacto:** 34

**Fuente de impacto:** MIAR

**Categoría:** COMUNICACIÓN

**Índice de impacto:** 9.2

**Fuente de impacto:** CIRC

**Índice de impacto:** C

**Fuente de impacto:** ERIHPLUS

**Fuente de impacto:** ESCI**Fuente de citas:** Google Scholar**Citas:** 1

**Resultados relevantes:** Breve resumen: Marco de investigación en el que se desarrolla el artículo: El artículo de investigación es fruto de la financiación y de la participación del solicitante en el Proyecto de Investigación I+D+I CSO2016-79357-R: Lobby y comunicación. Análisis de las estrategias de comunicación. El proyecto está financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad. El artículo aporta un modelo original de administración comunicativa organizacional, sustentado en un minucioso análisis sobre la gestión de la comunicación en las empresas y organizaciones del siglo XXI. Estos entes se enfrentan a nuevos retos marcados por los límites biosociales que se están haciendo patentes de una manera creciente. Numerosos estudios científicos han demostrado que el mundo en el que vivimos es más vulnerable de lo que se pensaba a priori, sobre todo en lo referente a la dimensión de los recursos naturales y sociales. En este contexto, las empresas se enfrentan al reto de adaptarse a unas circunstancias que ya estamos padeciendo. El artículo propone un nuevo modelo de gestión comunicativa, participando de una nueva administración de recursos, reforzando su relación con los públicos y mejorando su reputación. Como se está poniendo de manifiesto en la época actual, 5 años después de la publicación del artículo, la investigación seleccionada se puede considerar adelantada y acorde con la investigación de tendencias. No obstante, aspectos como el cambio climático, la pandemia que ha emergido en los últimos tiempos (esta circunstancia, tratada como un hecho general y no específico, como es lógico, ya que no se podía predecir en 2016 cuándo ni cómo iba a aflorar una pandemia; si bien sí se podían percibir condicionantes biofísicos propicios para ella) y otras circunstancias biosociales ya fueron trabajadas en el artículo, que ha podido servir como referente para ejecutar una nueva visión empresarial y organizativa, desde el ámbito de la Comunicación y su estrategia. La investigación utiliza el método etnográfico comunicativo, mediante un estudio de caso (Kalundborg), sustentado en una observación directa sistemática. Los resultados manifiestan que es posible adaptarse a la nueva situación socioecológica, a través de una gestión de las relaciones públicas responsable y eficiente. Para desarrollar la investigación el solicitante realizó una breve estancia en Dinamarca para la recogida de material y datos de la investigación. El mérito aportado forma parte de un proyecto amplio de investigación en gestión y estrategia de la Comunicación. De hecho, el artículo parte de una investigación anterior desplegada por el solicitante y que fue premiada por los Premios de investigación Centro de Estudios Financieros 2015 (mérito aportado en CV; también se puede comprobar en: <https://www.cef.es/premiados-y-jurados-premio-estudios-financieros-2015.html>). Indicios de calidad: A.- Incluida en ERIH PLUS en las disciplinas Interdisciplinary research in the Social Sciences and Media Studies and Communication. B.- Web Of Science. Core Collection: Emerging Sources Citation Index (ESCI). C.- Dialnet Métricas. Q1 (Comunicación). D.- MIAR. ICDS de 9.2 en 2016. Resumen de los sistemas de información bibliométrica e impacto en los que se encuentra: 1.- Incluida en ERIH PLUS en las disciplinas Interdisciplinary research in the Social Sciences and Media Studies and Communication. 2.- Incluida en Web Of Science. Core Collection: Emerging Sources Citation Index (ESCI), por lo que probablemente en poco tiempo pase a ser indexada en Social Science Citation Index (WOS-JCR). 3.- Dialnet Métricas. Índice de impacto de la base de datos Dialnet. Tiene un índice de impacto de 0.324 en el año 2016. Ocupa la posición 13 de un total de 59 revistas en la Categoría temática COMUNICACIÓN: 1er Cuartil (C1). La revista tiene un desarrollo ascendente. Tiene un índice de impacto de 0.373 en el año 20...

**Publicación relevante:** Sí

- 7 JAVIER GARCÍA LÓPEZ; Pedro A. Hellín Ortuño. La desigualdad social en la publicidad. Estudio del caso español 2009-2015. PRISMA SOCIAL. 17, pp. 184 - 209. Fundación iS+D para la investigación Social Avanzada, 2016. Disponible en Internet en: <<https://revistaprismasocial.es/article/view/1282>>. ISSN 1989-3469

**Tipo de producción:** Artículo científico**Tipo de soporte:** Revista**Autor de correspondencia:** Sí**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Categoría:** Social Sciences (miscellaneous)**Índice de impacto:** 0.162**Fuente de impacto:** DIALNET**Categoría:** Sociología**Índice de impacto:** 0.214**Revista dentro del 25%:** Sí**Posición de publicación:** 19**Num. revistas en cat.:** 86**Fuente de impacto:** Latindex**Índice de impacto:** 34

**Fuente de impacto:** MIAR**Índice de impacto:** 9.4**Categoría:** Ciencias Sociales**Fuente de impacto:** CIRC**Índice de impacto:** B**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Categoría:** Emerging Sources Citation Index**Fuente de citas:** Google Scholar**Citas:** 3

**Resultados relevantes:** Breve resumen: Marco de investigación en el que se desarrolla el artículo: El artículo que se presenta es un trabajo sustentado y financiado por el Proyecto de I+D+i financiado por Fundación Universidad a Distancia de Madrid. Nombre del proyecto: Análisis del discurso publicitario y su impacto sobre la discriminación social en España. A su vez, el trabajo se enmarca dentro de la colaboración con el Grupo de investigación E053-09 TRENDELAB. Grupo de Investigación en Comunicación Corporativa y Consumo, de la Universidad de Murcia. El trabajo plantea como objetivo principal desvelar la estructura interna de la publicidad televisiva española en un momento delicado para la industria publicitaria y de cambios en el proceso comunicativo emisor-receptor. Se revelan en la publicidad española del momento relaciones de dominación que dan lugar a una discriminación social inserta en la semiosis persuasiva comercial. Entendiendo el papel de la publicidad en la formación de pensamiento y conducta social, lo que se pone de manifiesto son los potenciales efectos nocivos de una parte de la publicidad convencional comercial en la sociedad española y se invita a la industria publicitaria a revisar los modelos de producción creativa para generar discursos publicitarios más acordes con las sociedades del siglo XXI, con un menor impacto en la salud emocional y en el entorno socioambiental. Para ello, el artículo propone un nuevo modelo de creación publicitaria (lenguaje publicitario) que evita la forja de discriminación social implícita en la publicidad audiovisual analizada. Justificación de autoría: El trabajo abarca los años 2009 a 2015, lo que planteó una dificultad de investigación, debido al volumen de unidades de análisis involucrado. Además, el trabajo metodológico parte de una perspectiva cuantitativa y cualitativa para el tratamiento de los datos y la posterior interpretación de los mismos. No obstante, las unidades de análisis que componen la muestra ascienden a 2.448, una vez eliminados los anuncios repetidos. La recogida de datos se ha llevado a cabo a través de un sistema informático compuesto por un decodificador de televisión digital terrestre y un grabador de vídeo, incluidos en un mismo software. Para ello hemos necesitado disponer de seis equipos informáticos (dos ordenadores personales con monitor y cuatro ordenadores portátiles), con el fin de grabar cada día propuesto los seis soportes televisivos seleccionados, de seis capturadores y grabadores de televisión digital terrestre en forma de USB (AVerTV TwinStar) y de seis discos duros portátiles para el almacenamiento de los datos. Las grabaciones se han realizado en formato MPEG-2 y han supuesto una media de seis gigabytes por día y soporte; de manera que el peso total de las grabaciones asciende a tres terabytes y veinticuatro gigabytes de información audiovisual publicitaria. Todo ello ha hecho necesaria la participación de dos investigadores a tiempo completo (los firmantes del artículo). El solicitante ha aportando el marco teórico, el diseño de investigación, así como el análisis, compilación y aplicación de resultados y su discusión en 2/3 de las unidades de análisis (1632 unidades de análisis). Otros referentes de impacto y difusión: debido a la importancia social de los resultados del trabajo, el artículo tiene buena acogida en la comunidad académica y es expuesto en diversas facultades de Comunicación en España (Universidad de Málaga, Universidad de Sevilla, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Murcia, entre otras), en asignaturas relacionadas con la teoría publicitaria, discurso publicitario o lenguaje publicitario. A pesar de haber pasado ya 5 años desde la publicación, el trabajo muestra aún relevancia, novedad y originalidad, como muestran las recientes citas en revistas académicas, libros, tesis doctorales. Indicios de calidad: A. Indexada en SJR (Scimago Journal and Country Rank, Social Sciences): Q3. B. Web Of Science. Core Collection: Eme...

**Publicación relevante:** Sí

- 8 JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Advertising and Consumption in "They Live": Critical Analysis on Ad Ideology. Vivat Academia. Revista de Comunicación. 130, Universidad Complutense de Madrid, 2015. ISSN 1575-2844

**DOI:** <https://doi.org/10.15178/va.2015.130.184-210>**Tipo de producción:** Artículo científico**Tipo de soporte:** Revista**Fuente de impacto:** ERIHPLUS**Índice de impacto:** 0.180**Fuente de impacto:** LATINDEX**Índice de impacto:** 36

**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Categoría:** ESCI**Fuente de impacto:** DIALNET**Categoría:** Sociología**Índice de impacto:****Revista dentro del 25%:** Sí**Posición de publicación:** 30**Num. revistas en cat.:** 90

**Resultados relevantes:** Breve resumen: Marco de investigación en el que se desarrolla el artículo: Este artículo es fruto del trabajo del autor como investigador del Grupo de Investigación HUM868 Tecnología, Arte y Comunicación (dirección URL: <http://grupo.us.es/tecnoarcom/>), que depende del Programa Andaluz de Investigación (PAIDI) de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía (Andalucía- España) y de la Universidad de Sevilla. El solicitante y autor del artículo forma parte del Grupo de Investigación en Tecnología, Arte y Comunicación, que contribuye activamente al campo de la transformación tecnológica de la cultura a través de eventos, publicaciones y el diálogo en red. La esfera de los medios de comunicación tiene un enorme potencial para el cambio social y tecnológico; en este ámbito, la función del artículo que se presenta es obtener resultados relevantes en el marco de la publicidad y su relación con productos culturales como el cine. Para ello, el autor consiguió publicar este trabajo en la importante revista Vivat Academia. Revista de Comunicación, fundada en noviembre del 1998 y editada ininterrumpidamente desde entonces, siendo vicedecana de las revistas electrónicas universitarias españolas de comunicación. Desde 2014, el impacto de esta revista ha ido en aumento, siendo indexada en importantes índices de impacto como ERIHPlus (2015) o Emerging Sources Citation Index (por lo que se estima que pronto podría encuadrarse dentro de JCR); y cumple todos los criterios Latindex en el catálogo v.1, que le corresponde al año de publicación (36 criterios cumplidos de 36 posibles). El trabajo estudia la relación de los discursos publicitarios con ciertos productos culturales, como el cine, importante elemento vertebrador de la ideología y de la cosmovisión de las sociedades occidentales. A partir del análisis histórico del cine considerado como independiente, el artículo se centra en un minucioso trabajo de investigación sobre el mecanismo a partir del cual la publicidad consigue determinar una ideología imperante en las nacientes sociedades hiperconsumistas (a partir de los años 80; previamente, como sustentan numerosos autores, se puede hablar de sociedades consumistas, sobre todo a partir de la Segunda Guerra Mundial). Esa acción pseudopedagógica propia del cine (más aún del cine independiente) y su relación con los efectos sociales y culturales de la publicidad son estudiados en profundidad en este artículo. Se muestra que, a través de ciertas historias de ficción cinematográficas, se desarrollan descripciones verosímiles sobre cómo la ideología sistemática, amplificada por la publicidad, configura una pauta velada de pensamiento y de acción social al servicio de algunas empresas e instituciones de dudosa actividad social y moral. En este contexto, el análisis pone de manifiesto que la disidencia implica un violento y doloroso camino para conseguir una libertad entendida como autorrealización y no como un efecto de la acumulación material. Otros referentes de impacto y difusión: Aunque existen importantes trabajos anteriores que vinculan la relación del cine con la publicidad, como Phillips; Noble (2007), en Journal of Advertising, o Staiger (1990), en Cinema Journal, ninguno de ellos aborda la relación entre cine independiente y el tratamiento de la publicidad como un elemento institucionalizado y preponderante capaz de ejercer una influencia crucial en la construcción cultural de las sociedades occidentales y occidentalizadas. Esta tarea se resuelve en el trabajo que se presenta, que ha tenido una buena acogida en la investigación sobre aspectos sociales y culturales de la publicidad y su relación con otras formas culturales como el cine. El artículo demuestra la importante conexión entre la Comunicación Audiovisual y la Publicidad. Indicios de calidad: A. Incluida en ERIH PLUS en las disciplinas Sociology y Media Studies and Communication. B. Incluida en Web Of Science. Core Collection: Emerging...

**Publicación relevante:** Sí

- 9** Javier García López; Pedro A. Hellín Ortuño. Cronotopos y estereotipos de la ficción publicitaria. Un análisis sobre la identificación del receptor con el relato publicitario. Historia y Comunicación Social. 19, pp. 759 - 769. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Universidad Complutense de Madrid, 2014. Disponible en Internet en: <<http://revistas.ucm.es/index.php/hics>>. ISSN 1137-0734

**Tipo de producción:** Artículo científico**Tipo de soporte:** Revista**Posición de firma:** 1**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Categoría:** Communication**Índice de impacto:** 0.101**Posición de publicación:** 9**Num. revistas en cat.:** 10**Fuente de impacto:** DICE**Categoría:** Comunicación**Índice de impacto:** 15**Revista dentro del 25%:** Sí

**Posición de publicación:** 7**Num. revistas en cat.:** 52**Fuente de impacto:** Latindex**Índice de impacto:** 34**Fuente de impacto:** MIAR**Índice de impacto:** 7.755**Posición de publicación:** 6**Categoría:** Comunicación**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 29**Fuente de impacto:** CIRC**Índice de impacto:** A**Categoría:** Comunicación**Fuente de impacto:** ANEP/FECYT**Índice de impacto:** B**Categoría:** CCHS**Fuente de impacto:** Google Scholar Metrics**Índice de impacto:** H3**Categoría:** Comunicación**Fuente de impacto:** ERIH**Índice de impacto:** Int2**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Categoría:** Arts and Humanities (miscellaneous)**Fuente de citas:** Google Scholar**Citas:** 8

**Resultados relevantes:** Artículo de investigación producido en el seno del E053-09 Grupo de investigación en Comunicación Corporativa y Consumo de la Universidad de Murcia.. El artículo es realizado en colaboración con Pedro A. Hellín Ortuño, investigador principal del mismo. La importancia del proyecto para la organización de una comunicación publicitaria de las marcas mucho más amable y menos perjudicial con los receptores, y del artículo como resultado de aquel, ha hecho necesaria la colaboración de dos personas en la realización del artículo, atendiendo a la cantidad de datos e información que se ha debido gestionar y al tratamiento de los mismos. La revista Historia y Comunicación Social está indexada en el Arts & Humanities Citation Index (WOS-JCR). Está indexada en Scopus/SCImago, donde ocupa la 9ª posición de todas las revistas españolas del área de Comunicación. Está en la Categoría A de la clasificación CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas). Sistemas de información bibliométrica e impacto: JCR ARTS & HUMANITIES CITATION INDEX (ISI WOK). SCOPUS/SCImago Journal Rank (2013): 0,101 (Q4). DICE: Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí. Valoración de la difusión internacional: 15. Internacionalidad de las contribuciones (porcentaje): 11,11. Categoría ANEP: B. RESH: Criterios CNEAI: 15. Criterios ANECA: 18. Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 34. MIAR ICDS: 7,755 Área de conocimiento: Communication. URL: <http://revistas.ucm.es/index.php/hics> Periodicidad: anual. Bases de datos de prestigio: America: History and Life, Csa Worldwide Political Science Abstracts (Cambridge Scientific Abstracts), A&HCI, AH&L, DOAJ, Historical Abstract, ISOC, WPSA, ERIH, Dialnet, Google Scholar, Rebiun, Universia.

**Publicación relevante:** Sí

- 10** Esther Martínez Pastor; JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Investigación sobre publicidad digital en revistas científicas españolas. El profesional de la información. 22 - 2, pp. 173 - 180. Barcelona, Cataluña(España): Taylor & Francis, 2013. Disponible en Internet en: <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/index.html>>. ISSN 1386-6710

**Tipo de producción:** Artículo científico**Tipo de soporte:** Revista**Posición de firma:** 1**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo**Autor de correspondencia:** Sí**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Categoría:** Communication**Índice de impacto:** 0.345**Revista dentro del 25%:** Sí**Posición de publicación:** 2**Num. revistas en cat.:** 10**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Categoría:** Library and Information Sciences**Índice de impacto:** 0.402

**Posición de publicación:** 60**Fuente de impacto:** INRECS**Índice de impacto:** 0.945**Posición de publicación:** 1**Fuente de impacto:** DICE**Índice de impacto:** 46.5**Posición de publicación:** 1**Fuente de impacto:** MIAR**Índice de impacto:** 9.842**Posición de publicación:** 2**Fuente de impacto:** CIRC**Índice de impacto:** A**Fuente de impacto:** ANEP/FECYT**Índice de impacto:** A+**Posición de publicación:** 1**Fuente de impacto:** Google Scholar Metrics**Índice de impacto:** H18**Posición de publicación:** 1**Fuente de citas:** Google Scholar Metrics**Num. revistas en cat.:** 84**Categoría:** Documentación**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 21**Categoría:** Biblioteconomía y documentación**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 39**Categoría:** Comunicación**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 29**Categoría:** Comunicación**Categoría:** Comunicación**Categoría:** Comunicación**Citas:** 30

**Resultados relevantes:** El artículo investiga la presencia y el modo de tratamiento de la publicidad digital en las revistas de mayor impacto en España desde 2002. El objetivo es conocer qué temas son los más tratados y cuáles son las contribuciones teóricas y prácticas aportadas por los autores. Los resultados del trabajo ofrecen una panorámica minuciosa que sirve a los investigadores sobre publicidad digital para tener un estado de la cuestión a mano, dentro de un tema que anteriormente no había sido tratado en España. Debido a que la investigación abarca 10 años y a la cantidad de datos que ha sido necesario tratar, analizar e interpretar (se han analizado todos los números de todas las revistas presentes en In-Recs desde 2002 hasta 2012), se ha necesitado la colaboración de dos investigadores, que son los autores del presente artículo. La revista El Profesional de la Información está indexada en el Social Science Citation Index (WOS-JCR). Está indexada en Scopus/SCImago, donde ocupa la 2ª posición de todas las revistas españolas del área de Comunicación. Ocupa la 1ª posición en el índice In-Recs, Primer Cuartil (2011, últimos datos disponibles). Está en la Categoría A de la clasificación CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas). Tiene un índice H5 de 18 en Google Scholar Metrics (donde se encuentran las 100 mejores publicaciones de cada lengua); ocupa la 1ª posición de las revistas españolas en el área de Comunicación y la 9ª posición de todas las publicaciones científicas en lengua española de cualquier área. - Sistemas de información bibliométrica e impacto: JCR SOCIAL SCIENCE CITATION INDEX (ISI): 0,402 (2013). Posición 60, Q3. SCOPUS/SCImago Journal Rank: 0,345 (Q2). In-Recs: 0,945 (2011). Posición 1, Q1. DICE: Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí. Valoración de la difusión internacional: 46,5. Internacionalidad de las contribuciones (porcentaje): 30,23. Categoría ANEP: A+. RESH: Criterios CNEAI: 17. Criterios ANECA: 20. Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 33. MIAR ICDS: 9,842 Área de conocimiento: Information Science. URL: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/index.html> Periodicidad: bimestral. Bases de datos que la incluyen: ACADEMIC SEARCH COMPLETE, ACADEMIC SEARCH PREMIER, FRANCIS, INSPEC, LISA, ISOC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, REBIUN, UNIVERSIA, EBSCOHOST, SCOPUS, SSCI.

**Publicación relevante:** Sí

- 11** Antonio Rodríguez Ruibal; Javier García López. Uso y funciones de Twitter en periodistas españoles. Estudios sobre el mensaje periodístico. 19, pp. 963 - 979. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Universidad Complutense, 2013. Disponible en Internet en: <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP>>. ISSN 1134-1629

**Tipo de producción:** Artículo científico**Tipo de soporte:** Revista**Posición de firma:** 2

**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** 0,063**Posición de publicación:** 72**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Índice de impacto:** 0.213**Posición de publicación:** 3**Fuente de impacto:** INRECS**Índice de impacto:** 0.244**Posición de publicación:** 4**Fuente de impacto:** DICE**Índice de impacto:** 13.5**Posición de publicación:** 9**Fuente de impacto:** MIAR**Índice de impacto:** 7.801**Posición de publicación:** 5**Fuente de impacto:** ANEP/FECYT**Índice de impacto:** A**Fuente de impacto:** CIRC**Índice de impacto:** A**Fuente de impacto:** Google Scholar Metrics**Índice de impacto:** H8**Posición de publicación:** 4**Fuente de citas:** Google Scholar Metrics**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo**Categoría:** Communication**Num. revistas en cat.:** 72**Categoría:** Communication**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 10**Categoría:** Comunicación**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 22**Categoría:** Comunicación**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 52**Categoría:** Comunicación**Revista dentro del 25%:** Sí**Num. revistas en cat.:** 29**Categoría:** CCHS**Revista dentro del 25%:** Sí**Categoría:** Comunicación**Categoría:** Comunicación**Citas:** 5

**Resultados relevantes:** Artículo de investigación producido en el seno de la actividad del Grupo de Investigación "Medios Audiovisuales y Comunicación Digital", de la Universidad a Distancia de Madrid. Los autores del artículo forman parte activa de dicho grupo. El uso combinado de una metodología cuantitativa y cualitativa, así como la gran cantidad de datos que han debido ser procesados y analizados para la obtención de resultados en el trabajo, han hecho necesaria la colaboración de los dos autores del artículo científico. El artículo muestra resultados relevantes sobre el uso de las redes sociales por parte de los periodistas españoles más activos en internet. Esta utilización ha hecho que las fuentes y los canales informativos estén cambiando. Los periodistas de los principales medios de comunicación españoles, han empezado a utilizar muy proactivamente destacadas redes sociales, en especial la red de microblogging Twitter. La firma de sus escritos generalmente en géneros periodísticos de opinión, va acompañada en ocasiones por su nick de esta red social, lo que provoca que se convierta en escaparate publicitario de esta red social y de su propia marca personal. La revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico está indexada en el Social Science Citation Index (WOS-JCR). Está indexada en Scopus/SCImago, donde ocupa la 3ª posición de todas las revistas españolas del área de Comunicación. Ocupa la 4ª posición en el índice In-Recs, Primer Cuartil (2011, últimos datos disponibles). Está en la Categoría A de la clasificación CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas). Tiene un índice H de 8 en Google Scholar Metrics (donde se encuentran las 100 mejores publicaciones de cada lengua); ocupa la 4ª posición de las revistas españolas en el área de Comunicación. - Sistemas de información bibliométrica e impacto: • JCR SOCIAL SCIENCE CITATION INDEX (ISI): 0,145 (2011). Posición 69, Q4. • SCOPUS/SCImago Journal Rank: 0,213 (Q3). • DICE: • Evaluadores externos: Sí. • Cumplimiento de periodicidad: Sí. • Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. • Apertura exterior de los autores: Sí. • Valoración de la difusión internacional: 13,5. • Internacionalidad de las contribuciones (porcentaje): 11,11. • Categoría ANEP: A. • RESH: • Criterios CNEAI: 17. • Criterios ANECA: 20. • Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 33. • MIAR • ICDS: 7,801 • In-Recs: 0,244 (2011). Posición 4, Q1. - Área de conocimiento: Communication. - URL:



<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP> - Periodicidad: semestral. - Bases de datos que la incluyen: ISOC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, REBIUN, UNIVERSIA, EBSCOHOST, SSCI.

**Publicación relevante:** Sí

- 12** Javier García López; Antonio Rodríguez Ruibal. El enfoque informativo sobre las protestas mineras de 2012. Estudios sobre el mensaje periodístico. 18, pp. 963 - 975. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Universidad Complutense, 2012. Disponible en Internet en: <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP>>. ISSN 1134-1629

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Posición de firma:** 1

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

**Índice de impacto:** 0,063

**Posición de publicación:** 72

**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)

**Índice de impacto:** 0.213

**Posición de publicación:** 3

**Fuente de impacto:** INRECS

**Índice de impacto:** 0.244

**Posición de publicación:** 4

**Fuente de impacto:** DICE

**Índice de impacto:** 13.5

**Posición de publicación:** 9

**Fuente de impacto:** MIAR

**Índice de impacto:** 7.801

**Posición de publicación:** 5

**Fuente de impacto:** ANEP/FECYT

**Índice de impacto:** A

**Fuente de impacto:** CIRC

**Índice de impacto:** A

**Fuente de impacto:** Google Scholar Metrics

**Índice de impacto:** H8

**Posición de publicación:** 4

**Fuente de citas:** Google Scholar Metrics

**Tipo de soporte:** Revista

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

**Categoría:** Communication

**Num. revistas en cat.:** 72

**Categoría:** Communication

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Num. revistas en cat.:** 10

**Categoría:** Comunicación

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Num. revistas en cat.:** 22

**Categoría:** Comunicación

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Num. revistas en cat.:** 52

**Categoría:** Comunicación

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Num. revistas en cat.:** 29

**Categoría:** CCHS

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Categoría:** Comunicación

**Categoría:** Comunicación

**Citas:** 1

**Resultados relevantes:** Artículo auspiciado por el Grupo de Investigación "Medios Audiovisuales y Comunicación Digital", de la Universidad a Distancia de Madrid. Los autores son miembros activos de dicho grupo. El artículo desarrolla un estudio sobre el framing informativo de la prensa española sobre las protestas de los mineros producidas en junio de 2012. La investigación despliega un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo sobre el tratamiento informativo de dicho acontecimiento a través de los diarios españoles de mayor difusión, tanto en papel como en Internet. Los resultados demuestran un proceso de construcción social por parte de la prensa que se interpreta en términos negativos o positivos, dependiendo de la estructura ideológica del diario. En conclusión, la investigación demuestra la desigual cobertura informativa y la orientación ideológica sobre un hecho relevante y trascendental que ha sido producto de la situación socioeconómica de España. Debido al trabajo que ha sido necesario llevar a cabo, atendiendo a la multitud de soportes que han sido analizados, a los centenares de noticias estudiadas, así como a los relevantes resultados que se han obtenido, ha sido necesaria la participación de dos investigadores. El trabajo de ambos autores ha permitido, no solo la localización de los distintos encuadres de la prensa, sino la detección de posibles efectos que pueden determinar los pensamientos y conductas de las audiencias. La revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico está indexada en el Social Science Citation Index (WOS-JCR). Está indexada en Scopus/SCImago, donde ocupa la 3ª posición de todas las revistas españolas del

área de Comunicación. Ocupa la 4ª posición en el índice In-Recs, Primer Cuartil (2011, últimos datos disponibles). Está en la Categoría A de la clasificación CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas). Tiene un índice H de 8 en Google Scholar Metrics (donde se encuentran las 100 mejores publicaciones de cada lengua); ocupa la 4ª posición de las revistas españolas en el área de Comunicación. - Sistemas de información bibliométrica e impacto: • JCR SOCIAL SCIENCE CITATION INDEX (ISI): 0,145 (2011). Posición 69, Q4. • SCOPUS/SCImago Journal Rank: 0,213 (Q3). • DICE: • Evaluadores externos: Sí. • Cumplimiento de periodicidad: Sí. • Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. • Apertura exterior de los autores: Sí. • Valoración de la difusión internacional: 13,5. • Internacionalidad de las contribuciones (porcentaje): 11,11. • Categoría ANEP: A. • RESH: • Criterios CNEAI: 17. • Criterios ANECA: 20. • Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 33. • MIAR • ICDS: 7,801 • In-Recs: 0,244 (2011). Posición 4, Q1. - Área de conocimiento: Communication. - URL: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP> - Periodicidad: semestral. - Bases de datos que la incluyen: ISOC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, REBIUN, UNIVERSIA, EBSCOHOST, SSCI.

**Publicación relevante:** Sí

- 13** Javier García López. Las bases contradictorias del mecanismo ideológico en la nueva publicidad española: el encubrimiento publicitario de la discriminación social. Trípod. 2011, pp. 81 - 98. Barcelona, Cataluña(España): Universitat Ramon Llull, 2011. Disponible en Internet en: <<http://www.tripodos.com/>>. ISSN 1138-3305

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Fuente de impacto:** INRECS

**Índice de impacto:** 0,159

**Posición de publicación:** 5

**Fuente de impacto:** DICE

**Índice de impacto:** 1,5

**Posición de publicación:** 24

**Fuente de impacto:** MIAR

**Índice de impacto:** 4.255

**Posición de publicación:** 9

**Fuente de impacto:** CIRC

**Índice de impacto:** Grupo B

**Fuente de impacto:** Google Scholar Metrics

**Índice de impacto:** H6

**Posición de publicación:** 7

**Tipo de soporte:** Revista

**Categoría:** Comunicación

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Num. revistas en cat.:** 23

**Categoría:** Comunicación

**Num. revistas en cat.:** 52

**Categoría:** Comunicación

**Num. revistas en cat.:** 29

**Categoría:** Comunicación

**Categoría:** Comunicación

**Resultados relevantes:** Este artículo es fruto del trabajo del autor en el Grupo de Investigación "HUM868 Tecnología, Arte y Comunicación", de la Universidad de Sevilla, reconocido por la Comunidad Autónoma de Andalucía. El artículo aborda una investigación sobre una muestra de publicidad televisiva de mil doscientos veinticuatro spots, con el fin de analizar las posibles implicaciones de la publicidad en las desigualdades sociales presentes en la sociedad contemporánea. Los objetivos que se propone el estudio son: la caracterización de la problemática de la construcción y el posicionamiento de la discriminación social en los spots publicitarios españoles del momento; la contribución al conocimiento de los posibles alcances democráticos del mensaje publicitario, por medio de un análisis de las potencialidades de la ideología en su discurso; la verificación de la posible discriminación social oculta en la publicidad televisiva contemporánea. Los resultados ponen de manifiesto importantes implicaciones éticas de la publicidad televisiva española y posibles efectos sociales en las audiencias. La revista Trípod. ocupa la 5ª Posición (PRIMER CUARTIL) del índice In-Recs de 2011, año de publicación del artículo que se presenta. Está en la Categoría B de la clasificación CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas). Tiene un índice H de 6 en Google Scholar Metrics; ocupa la 7ª posición de todas las revistas de la categoría Comunicación. Índice de impacto: In-Recs: 0,159 (2011). Posición 5, Q1. Área de conocimiento: Comunicación. URL: <http://www.tripodos.com/> Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 25. Periodicidad: trimestral. Bases de datos que la incluyen: RED ALYC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, PORTAL DE COMUNICACION INCOM-UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA, REBIUN, ISOC. Criterios DICE: Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí. Valoración de la difusión internacional: 1,5. Internacionalidad de las contribuciones (porcentaje): 33,33. Criterios RESH: CNEAI: 13. ANECA: 16.

**Publicación relevante:** Sí

- 14** Javier García López. Nuevas publicidades para evitar la distopía ecosocial. Comunicando en el siglo XXI: claves y tendencias. pp. 187 - 194. Tirant lo Blanch, 2021. ISBN 9788418534355

**Tipo de producción:** Capítulo de libro

**Tipo de soporte:** Libro

**Autor de correspondencia:** Sí

**Fuente de impacto:** SPI

**Categoría:** General

**Índice de impacto:** 1037

**Revista dentro del 25%:** Sí

**Posición de publicación:** 1

**Num. revistas en cat.:** 105

**Publicación relevante:** Sí

- 15** Publicidad, comunicación y cultura. Perspectivas teóricas para el estudio de la publicidad. pp. 1 - 202. Universitat Oberta de Catalunya, 2015. ISBN 978-84-9064-587-1

**Tipo de producción:** Libro o monografía científica

**Tipo de soporte:** Libro

**Fuente de citas:** GOOGLE SCHOLAR

**Citas:** 32

**Fuente de citas:** SPI

**Resultados relevantes:** Breve resumen: Marco de investigación en el que se desarrolla el libro: El trabajo se enmarca dentro de las investigaciones llevadas a cabo por el solicitante dentro del Grupo de Investigación E053-09 TRENDELAB. GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y CONSUMO (<https://trendenlab.com/>), consolidado y financiado por la Universidad de Murcia, donde el solicitante es profesor miembro a tiempo completo. El libro muestra las investigaciones del solicitante sobre la relación entre las manifestaciones publicitarias (gráficas y audiovisuales), las Teorías de la Comunicación y los Estudios Culturales. El trabajo de investigación analiza la industria publicitaria y su situación en los primeros años del siglo XXI. Una industria que se ha visto abocada a una profunda modificación en las esferas de los anunciantes y las agencias de publicidad y comunicación, con el objetivo de adaptarse a los cambios económicos, sociales y culturales. La investigación concluye con un modelo metodológico para la investigación general sobre aspectos culturales de cualquier manifestación publicitaria. Otros referentes de impacto y difusión: Las 36 citas en revistas académicas internacionales y trabajos de investigación muestran el impacto del libro en la comunidad investigadora en Comunicación, sobre todo aquella preocupada por la relación entre la Publicidad y los aspectos culturales y sociales desde una perspectiva crítica. Es utilizado en diversas facultades de Comunicación de España y América Latina en programas de Doctorado y Máster para aplicar el marco metodológico propuesto en estudios sobre Publicidad y Cultura. El libro ha sido reseñado en diversas revistas y ha sido recomendado en RTVE, en el programa de difusión internacional (TVE Internacional y La2 de TVE). El solicitante, con motivo de la publicación del libro y de su impacto, ha sido entrevistado en 3 ocasiones en dicho programa: Entrevista 15/06/2015: <https://www.rtve.es/alacarta/videos/la-aventura-del-saber/aventurajglopez/3170472/> Entrevista 16/11/2015: <https://www.rtve.es/alacarta/videos/la-aventura-del-saber/aventurajavier/3364786/> Entrevista 16/12/2015: <https://www.rtve.es/alacarta/videos/la-aventura-del-saber/aventura-del-saber-16-12-15/3409554/> Indicios de calidad: Resumen de los sistemas de información bibliométrica e impacto en los que se encuentra: 1.- SPI. Scholarly Publishers Indicators in Humanities and Social Sciences Posición 7 de 24 en el Ranking Comunicación, 1er Tercil (T1) en 2018. 2.- Índice de Editoriales CSIC (ie-CSIC 2017) Valor ALTO Citas: En televisión (RTVE): - <https://www.rtve.es/alacarta/videos/la-aventura-del-saber/aventurajglopez/3170472/> - <https://www.rtve.es/alacarta/videos/la-aventura-del-saber/aventurajavier/3364786/> -

<https://www.rtve.es/alacarta/videos/la-aventura-del-saber/aventura-del-saber-16-12-15/3409554/> De las más de 36 citas que el solicitante ha podido identificar, se pueden proponer las siguientes como indicadores de calidad: - Gómez Nieto, B. y Tapia Frade, A. (2017). La enseñanza de la Publicidad a través de la guía docente: el caso de la asignatura Teoría General de la Publicidad. Revista Complutense de Educación, 28 (2), 391-407. - López-Paredes, M., & García, M. (2019). El Femvertising como estrategia de Comunicación y su impacto en mujeres entre 25 y 35 años en la ciudad de Quito – Ecuador. ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación, 10(2), 174-192. <https://doi.org/10.31207/rch.v10i2.202> - Córdova-Gómez, D.; Guzmán-Cervillos, C.; Ortiz-Dávila, D. (2017). Nuevas tendencias para el área académica de la Publicidad en la zona 1 del Ecuador. Ecos de la Academia, 6(3), 29-42. - Luna Chávez, B. R. . (2019). Construcción de significados sobre cultura en la publicidad institucional. : El caso de la Secretaría de Cultura del Estado de Jalisco. Anuario De Investigación De La Comunicación CONEICC, (XXVI), 1-8. <https://doi.org/10.38056/2019aiccXXVI180> - Lanuza-Avello, A., Cabezero Lorenz, F. y García-Plaza Vegas, A. (20...

**Reseñas en revistas:** 5

**Publicación relevante:** Sí

- 16** Social Media, Advertising, and Disinformation. A Transdisciplinary Analysis on Fake News and Its Advertising Use in Digital Consumer Culture. VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review. 3 - 17, pp. 103 - 115. VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review, 2025. Disponible en Internet en: <<https://visualcompublications.es/revVISUAL/article/view/5779>>.

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

- 17** JAVIER GARCIA LOPEZ. Epicuro y la publicidad. Comunicación, consumo y felicidad. IROCMM. International Review Of Communication And Marketing Mix. 7 - 2, pp. 9 - 25. Universidad de Sevilla, 2024. Disponible en Internet en: <<https://dx.doi.org/10.12795/IROCMM.2024.v07.i02.01>>. ISSN 2605-0447

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

- 18** JAVIER GARCIA LOPEZ. Football and Activism on Social Media. The Role of Fans in Identity and Social Values Construction. VISUAL REVIEW: International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual. 16 - 3, pp. 291 - 302. VisualCOM Scientific Publications, 2024. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5267>>. ISSN 2695-9631

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

**Resultados relevantes:** El fútbol, como fenómeno cultural global, influye fuertemente en la promoción de valores sociales. Este trabajo analiza cómo los seguidores de equipos considerados contraculturales utilizan las redes sociales para transmitir mensajes de diversidad e inclusión. El objetivo es mostrar, a partir de un análisis de contenido, cómo seguidores de clubes como St. Pauli, Celtic o Rayo Vallecano desarrollan su activismo en X, Instagram y TikTok. En un entorno donde los grandes conglomerados futbolísticos priorizan lo crematístico, los perfiles de aficionados pueden promover mensajes de integración y pluralidad. El fútbol, al unir pasión con valores sociales, puede impulsar un cambio positivo.

- 19** ALICIA LOPEZ BALSAS; JAVIER GARCIA LOPEZ; FRANCISCO CABEZUELO LORENZO. Indicadores de calidad en las series de televisión contraculturales. El caso paradigmático de Hung (HBO). Revista de Ciencias de la Comunicación e Información. 29 - 1, pp. 1 - 15. HISIN (Historia de los Sistemas Informativos), 2024. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e302>>. ISSN 2695-5016

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

**Resultados relevantes:** Introducción: Esta investigación desvela las construcciones sociales representadas en la serie Hung que forjan una mirada crítica de las estructuras cotidianas y suponen una ruptura con la pauta vital impuesta por la mayoría de las producciones audiovisuales de ficción seriada. Metodología: Este trabajo plantea, a través de un análisis del discurso, un estudio sobre los indicadores de calidad de una serie de ficción que ofrece una nueva visión sobre el fracaso del sueño americano y que utiliza la crítica de la sociedad occidental como un vehículo narrativo. Resultados y Discusión: Hung es una la serie de televisión en la que permanecen latentes ciertos indicadores de calidad como la originalidad, un nuevo modo de contar la historia y un tono discursivo sustentado



en la sexualidad y la prostitución. Conclusiones: Es por tanto la propuesta de un relato de calidad, constituido sobre la base de lo irreverente.

- 20** The Alienated City in 21st Century Cinema. SAUC - Street Art and Urban Creativity. 10 - 2, pp. 20 - 31. SAUC - Street Art and Urban Creativity, 2024.

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

- 21** Javier García López. Relaciones públicas para los necesarios cambios socioeconómicos. Revista Inclusiones: Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, 8 - 8, pp. 708 - 718. (Chile): 2021. Disponible en Internet en: <<https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/index>>. ISSN 0719-4706

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

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

**Categoría:** Emerging Sources Citation Index (ESCI)

- 22** Francisco Cabezuelo Lorenzo; Ismael López Medel; JAVIER GARCÍA LÓPEZ. La investigación doctoral española sobre innovación en la agencia de publicidad: análisis cuantitativo (1992-2017). Questiones publicitarias. Revista internacional de comunicación y publicidad. 3 - 26, pp. 25 - 32. Universitat Autònoma de Barcelona, 2020. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.5565/rev/qp.347>>. ISSN 1133-6870

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Fuente de impacto:** Dialnet

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 0.143

**Posición de publicación:** 34

**Num. revistas en cat.:** 59

**Fuente de impacto:** Latindex

**Índice de impacto:** 34

**Fuente de impacto:** Miar

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 6.4

- 23** Beatriz García Gómez; JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Aplicación de las TIC en la enseñanza universitaria en Comunicación. El caso de la Universidad de Valladolid. Comunico. 2, pp. 1 - 16. Universidad San Jorge, 2016. Disponible en Internet en: <<https://www.revistacomunico.es/index.php/la-comunicacion-antes-ahora-y-despues-un-acercamiento-interdisciplinar-numero-2-ano-2016/>>. ISSN 2445-0499

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

- 24** JAVIER GARCÍA LÓPEZ; >Francisco Cabezuelo Lorenzo. El enfoque semiótico como método de análisis formal de la comunicación persuasiva y publicitaria. Dialogía. Revista de Lingüística, Literatura y Cultura. pp. 71 - 103. (Perú): Instituto Mijail Bajtín (Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, Perú) y de ILOS (Universidad de Oslo, Noruega), 2016. Disponible en Internet en: <<https://journals.uio.no/Dialogia/article/view/4014/3502>>. ISSN 1819-365X

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

**Fuente de impacto:** LATINDEX

**Índice de impacto:** 26

**Fuente de impacto:** DIALNET

- 25** JAVIER GARCÍA LÓPEZ; Pedro A. Hellín Ortuño. Publicidad interrumpida. Análisis cultural de la comunicación publicitaria en Internet. Signos do Consumo. 8 - 1, pp. 39 - 52. Sao Paulo(Brasil): Escola de Comunicações e Artes da Universidade de Sao Paulo, 2016. Disponible en Internet en: <<http://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/115160/115733>>. ISSN 1984-5057

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

**Fuente de impacto:** Latindex

- 26** Javier García López. Publicidad y marginación social. Efectos discursivos de la publicidad española actual. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. 2 - 4, pp. 12 - 18. Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 2015. Disponible en Internet en: <<http://www.revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/52/49>>. ISSN 2341-2690

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Autor de correspondencia:** Sí

**Fuente de impacto:** MIAR

**Categoría:** COMUNICACIÓN

**Índice de impacto:** 3.3

**Fuente de impacto:** LATINDEX

**Índice de impacto:** 38

**Fuente de impacto:** DIALNET

**Categoría:** COMUNICACIÓN

**Posición de publicación:** 58

**Num. revistas en cat.:** 59

- 27** Javier García López; Alicia López Balsas. Orange is the new black. Una visión antropológica. Revista de Comunicación de la SEECI. 35, pp. 19 - 33. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Universidad Complutense, 2014. Disponible en Internet en: <<http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/97/114>>. ISSN 1576-3420

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Posición de firma:** 1

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

**Fuente de impacto:** RESH

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 17

**Fuente de impacto:** DICE

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 33.33

**Fuente de impacto:** Latindex

**Índice de impacto:** 34

**Fuente de impacto:** MIAR

**Categoría:** Comunicación social y periodismo

**Índice de impacto:** 4.176

**Num. revistas en cat.:** 29

**Posición de publicación:** 18

**Fuente de impacto:** INRECS

**Categoría:** Comunicación

**Resultados relevantes:** Sistemas de información bibliométrica e impacto: DICE: Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí. Internacionalidad de las contribuciones (porcentaje): 33,33. Categoría ANEP: C. RESH: Criterios CNEAI: 17 (de 18). Criterios ANECA: 18. Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 34. MIAR ICDS: 4,176 Área de conocimiento: Comunicación. URL: <http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/index> Periodicidad: cuatrimestral. Bases de datos que la incluyen: Communication & Mass Media Complete, Academic Search Complete, Fuente Académica Premier, Dialnet, Cedal, Getinfo, ISOC, RESH, ERIH, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, REBIUN, UNIVERSIA. Hemerotecas selectivas: Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura, National Reserch Council Canada, Ibero-Amerikanisches-Institut. Portales especializados: Screensite, Universia, Plataforma de revistas 360°, IAMCR. Buscadores de literatura científica Open Acces: The Library of Congress, Google Academics, Scirus, World Wide Science: Global Science Gateway, OpenDOAR, Recolecta, ROAR, Exalead, Dulcinea, Acceso Abierto, Journals for

Free. Catálogos de bibliotecas: Worldcat, Sumaris, Electronic Journals Library, Elektronische Zeitschriftenbibliothek, Biblioteca Nacional de España, Catálogo Colectivo de Publicaciones Periódicas (CCPP), Catálogo del Instituto Ibero-Americano de Berlín.

- 28** Javier García López. Sujetos, cosas y publicidad. Entre el éxito social y la discriminación. Vivat Academia. 117, pp. 841 - 859. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Universidad Complutense, 2012. Disponible en Internet en: <[http://www.ucm.es/info/vivataca/inicio\\_va.htm](http://www.ucm.es/info/vivataca/inicio_va.htm)>. ISSN 1575-2844

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Fuente de impacto:** INRECS

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 0.024

**Posición de publicación:** 19

**Num. revistas en cat.:** 22

**Fuente de impacto:** DICE

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 18.18

**Posición de publicación:** 39

**Num. revistas en cat.:** 52

**Fuente de impacto:** MIAR

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 4.204

**Posición de publicación:** 10

**Num. revistas en cat.:** 29

**Fuente de impacto:** CIRC

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** Categoría B

**Fuente de citas:** Google Scholar Metrics

**Citas:** 1

**Resultados relevantes:** Sistemas de información bibliométrica e impacto: DICE: Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí. Internacionalidad de las contribuciones (porcentaje): 18,18. Categoría ANEP: C. RESH: Criterios CNEAI: 15. Criterios ANECA: 17. MIAR ICDS: 4,176 In-Recs: 0,011 (2011). Posición 19, Q4. Área de conocimiento: Comunicación. URL: [http://www.ucm.es/info/vivataca/inicio\\_va.htm](http://www.ucm.es/info/vivataca/inicio_va.htm) Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 34. Periodicidad: trimestral. Bases de datos que la incluyen: ISOC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, REBIUN, UNIVERSIA, EBSCOHOST.

- 29** Javier García López. Decoding Advertisements: la estructura oculta de la publicidad. Razón y Palabra. 75, pp. 1 - 14. México(México): Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2011. Disponible en Internet en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/>>. ISSN 1605-4806

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Resultados relevantes:** Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 30. Periodicidad: trimestral. Bases de datos que la incluyen: DIRECTORY OF OPEN ACCES JOURNALS (DOAJ), RED ALYC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, RED DE REVISTAS DE LA FEDERACION LATINOAMERICANA DE FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL (FELAFACS), BASE DE DATOS INFOAMERICA. EL PORTAL DE LA COMUNICACION, PORTAL DE COMUNICACION INCOM-UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA, RED IBEROAMERICANA DE REVISTAS DE COMUNICACION Y CULTURA. Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí.

- 30** Javier García López. El efecto límite de la seducción publicitaria. Vivat Academia. 115, pp. 1 - 19. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Universidad Complutense, 2011. Disponible en Internet en: <[http://www.ucm.es/info/vivataca/inicio\\_va.htm](http://www.ucm.es/info/vivataca/inicio_va.htm)>. ISSN 1575-2844

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Fuente de impacto:** INRECS

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 0.024

**Posición de publicación:** 19

**Num. revistas en cat.:** 22

**Fuente de impacto:** DICE

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 18.18

**Posición de publicación:** 39

**Num. revistas en cat.:** 52

**Fuente de impacto:** MIAR  
**Índice de impacto:** 4.204  
**Posición de publicación:** 10

**Categoría:** Comunicación  
**Num. revistas en cat.:** 29

**Fuente de impacto:** CIRC  
**Índice de impacto:** Categoría B

**Categoría:** Comunicación

**Fuente de citas:** Google Scholar

**Citas:** 1

**Resultados relevantes:** Sistemas de información bibliométrica e impacto: DICE: Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí. Internacionalidad de las contribuciones (porcentaje): 18,18. Categoría ANEP: C. RESH: Criterios CNEAI: 15. Criterios ANECA: 17. MIAR ICDS: 4,176 In-Recs: 0,011 (2011). Posición 19, Q4. Área de conocimiento: Comunicación. URL: [http://www.ucm.es/info/vivataca/inicio\\_va.htm](http://www.ucm.es/info/vivataca/inicio_va.htm) Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 34. Periodicidad: trimestral. Bases de datos que la incluyen: ISOC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, REBIUN, UNIVERSIA, EBSCOHOST.

- 31** Javier García López. La estructura ideológica del discurso publicitario televisivo desde la perspectiva semiótica crítica: la emergencia de las relaciones sociales en la publicidad. Sphera Pública. 11, pp. 93 - 107. Murcia, Región de Murcia(España): Universidad Católica San Antonio de Murcia, 2011. Disponible en Internet en: <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01>. ISSN 1180-9210

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Resultados relevantes:** Índice de impacto: In-Recs: 0,047 (2011). Posición 17, Q4. Posición que ocupa la revista en el área: 15. Área de conocimiento: Comunicación. URL: <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01> Catálogo LATINDEX. Periodicidad: anual. Bases de datos que la incluyen: RED ALYC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, PORTAL DE COMUNICACION INCOM-UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA, REBIUN. Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí.

- 32** Javier García López. La integración de la publicidad y las relaciones públicas en el EEES. Icono 14. 6, pp. 96 - 106. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Icono 14 Asociación Científica, 2011. Disponible en Internet en: <http://www.icono14.net/>. ISSN 1697-8293

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Fuente de impacto:** INRECS

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 0.078

**Posición de publicación:** 11

**Num. revistas en cat.:** 23

**Fuente de impacto:** MIAR

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** 4.041

**Posición de publicación:** 12

**Fuente de impacto:** Google Scholar Metrics

**Categoría:** Comunicación

**Índice de impacto:** H5

**Posición de publicación:** 9

**Fuente de impacto:** DICE

**Categoría:** Comunicación

**Resultados relevantes:** La revista El Profesional de la Información ocupa la 11ª posición en el índice In-Recs, (2011, últimos datos disponibles). Está en la Categoría B de la clasificación CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas). Tiene un índice H de 5 en Google Scholar Metrics; ocupa la 9ª posición de las revistas españolas en el área de Comunicación. Índice de impacto: In-Recs: 0,078 (2011). Posición 11, Q3. Área de conocimiento: Comunicación. URL: <http://www.icono14.net/> Catálogo LATINDEX. Criterios cumplidos: 34. Periodicidad: trimestral. Bases de datos que la incluyen: SOC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, PORTAL DE LA COMUNICACION INCOM, UNIVERSITAT AUTÓNOMA DE BARCELONA, RED IBEROAMERICANA DE REVISTAS DE COMUNICACION Y CULTURA. Criterios DICE: Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí. Internacionalidad de las contribuciones (porcentaje): 9,26. Categoría ANEP: C. Criterios RESH: CNEAI: 13. ANECA: 14.

- 33** Joseba Bonaut Iriarte; Javier García López. La ruptura del relato audiovisual posmoderno a través de la comedia televisiva: el caso de 'Padre de familia'. Sphera Pública. 10, pp. 123 - 138. Murcia, Región de Murcia(España): Universidad Católica San Antonio de Murcia, 2010. Disponible en Internet en: <<http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01>>. ISSN 1180-9210

**Tipo de producción:** Artículo científico

**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

**Resultados relevantes:** Índice de impacto: In-Recs: 0,047 (2011). Posición 17, Q4. Posición que ocupa la revista en el área: 15. Área de conocimiento: Comunicación. URL: <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01> Catálogo LATINDEX. Periodicidad: anual. Bases de datos que la incluyen: RED ALYC, DIALNET, GOOGLE SCHOLAR, PORTAL DE COMUNICACION INCOM-UNIVERSITAT AUTONOMA DE BARCELONA, REBIUN. Evaluadores externos: Sí. Cumplimiento de periodicidad: Sí. Apertura exterior del consejo de redacción: Sí. Apertura exterior de los autores: Sí.

- 34** Javier García López. Publicidad H2O: presentaciones y representaciones del agua en el discurso publicitario. Siranda. Revista de Estudios Culturales, Teoría de los Medios e Innovación Tecnológica. 3, pp. 196 - 209. Siranda, 2010. ISSN 1989-6514

**Tipo de producción:** Artículo científico

**Tipo de soporte:** Revista

**Resultados relevantes:** - Todos los textos publicados por Siranda son sometidos a la evaluación de un Consejo Científico Consultivo constituido al menos por dos expertos en la materia del artículo. - Calidad informativa: • Identificación de los comités editorial y científico. • Instrucciones a autores. • Información sobre el proceso de evaluación y selección de manuscritos: por pares ciegos. - Calidad informativa: • Periodicidad: anual. • Arbitraje científico: anonimato en la revisión.

- 35** JAVIER GARCÍA LÓPEZ; MARÍA DOLORES CÁCERES ZAPATERO. La caducidad de la información sobre medio ambiente. Noticias efímeras para el Mar Menor. Obsolescencia informativa programada. Incidencias de lo local a lo global. Comunicación Social, 2025. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10187858>>. ISBN 978-84-10176-06-5

**Tipo de producción:** Capítulo de libro

**Tipo de soporte:** Libro

**Posición de firma:** 1

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

**Nº total de autores:** 2

**Autor de correspondencia:** Sí

- 36** JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Merlí, enseñar filosofía práctica desde la ficción audiovisual. pp. 1 - 9. Madrid, Comunidad de Madrid(España): McGraw Hill, 2020.

**Tipo de producción:** Capítulo de libro

**Tipo de soporte:** Libro

- 37** JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Nuevas publicidades para evitar la distopía ecosocial. pp. 1 - 9. Valencia, Comunidad Valenciana(España): Tirant lo Blanch, 2020.

**Tipo de producción:** Capítulo de libro

**Tipo de soporte:** Libro

- 38** JAVIER GARCÍA LÓPEZ. La industria publicitaria y su relación con el sistema de medios. La comunicación y su estructura en la era digital. pp. 111 - 138. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Centro de Estudios Financieros, 2016. ISBN 978-84-454-3290-7

**Tipo de producción:** Capítulo de libro

**Tipo de soporte:** Libro

- 39** JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Publicidad y colapso socioecológico. Reflexiones desde la filosofía práctica. El medio ambiente en el nuevo universo audiovisual. pp. 183 - 201. Barcelona, Cataluña(España): UOC, 2016. ISBN 978-84-9116-072-4

**Tipo de producción:** Capítulo de libro

**Tipo de soporte:** Libro

- 40** JAVIER GARCÍA LÓPEZ. Socialidad, medio ambiente y comunicación responsable. Reflexiones éticas para un programa de acción comunicativa en las corporaciones del futuro. La gestión de intangibles para la excelencia empresarial. pp. 97 - 107. Valencia, Comunidad Valenciana(España): Campgràfic, 2016. ISBN 978-84-96657-47-2

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro

- 41** JAVIER GARCÍA LÓPEZ. El impacto del humor en la publicidad. Experiencias cómicas de lo publicitario. Comunicación e interactividad. pp. 205 - 220. Madrid, Comunidad de Madrid(España): ACCI, 2015. ISBN 978-84-15705-12-3

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro**Fuente de citas:** Dialnet**Citas:** 1

- 42** O impacto do humor na publicidade. Experiências cómicas do mundo publicitário. Traducción al portugués. Media XXI, 2015.

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro

- 43** Javier García López. The impact of Humor in Advertising. Experiences of Comical Advertising. Communication and Interaction. pp. 133 - 144. JAPSS Press, 2014. ISBN 978-84-15705-12-3

**Depósito legal:** M-15535-2014**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro**Traducciones:** Portugués, Inglés

- 44** JAVIER GARCÍA LÓPEZ; Pedro A. Hellín Ortuño. La identificación del receptor con la ficción publicitaria. Análisis audiovisual y publicitario actuales. pp. 191 - 206. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Visión Libros, 2013. ISBN 978-84-15965-92-3

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro

- 45** Javier García López. El discurso publicitario como productor de sentidos: algo más que anuncios. Publicidad 360°. pp. 267 - 277. Zaragoza, Aragón(España): Universidad San Jorge, 2013. ISBN 978-84-941198-1-1

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro

- 46** Antonio Rodríguez Ruibal; Javier García López. Análisis del uso y contenido de Twitter por parte de los periodistas españoles más activos. Aplicaciones del EEES a partir de la Web 2.0 y 3.0. pp. 193 - 202. Madrid, Comunidad de Madrid(España): VisiónNet, 2012. ISBN 978-84-9011-494-0

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro**Posición de firma:** 2**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 47** Javier García López; Antonio Rodríguez Ruibal. El tratamiento informativo de la huelga minera de 2012. Innovar en el EEES a través de la investigación. pp. 277 - 290. Madrid, Comunidad de Madrid(España): VisiónNet, 2012. ISBN 978-84-9011-494-0

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro**Posición de firma:** 1**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 48** Javier García López; Alicia López Balsas. El antihéroe y el fracaso del sueño americano en la ficción televisiva. Análisis del caso Hung (Superdotado). La televisión pública a examen. pp. 332 - 348. Sevilla, Andalucía(España): Comunicación Social, 2011. ISBN 978-84-92860-92-0

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro**Posición de firma:** 1**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 49** Javier García López; Alicia López Balsas. Hung, una visión crítica de la sociedad occidental contemporánea. La tercera edad dorada de la ficción televisiva. Reflexiones de la caja lista. pp. 122 - 135. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Fragua, 2011.

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro

**Posición de firma:** 1**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 50** Javier García López. Publicidad, ideología y discriminación social. Una nueva visión sobre el discurso publicitario. Estudio, innovación y desarrollo de proyectos en comunicación social en el EEES. pp. 83 - 97. Madrid, Comunidad de Madrid(España): VisiónLibros, 2011. ISBN 978-84-9008-121-1

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro

- 51** Javier García López; Alicia López Balsas. La ruptura de la realidad en la ficción televisiva contemporánea: la transformación de la historia en Los Tudor, House of Saddam y Generation Kill. Informativos para la televisión del espectáculo. pp. 117 - 125. Sevilla, Andalucía(España): Comunicación Social, 2010. ISBN 978-84-92860-71-5

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro**Posición de firma:** 1**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 52** Javier García López. “¡Mami, qué será lo que tiene el negro!: lo erótico y lo sensual en la publicidad española contemporánea a través del imaginario latino y africano. Miradas y voces de la inmigración. pp. 157 - 177. Barcelona, Cataluña(España): Montesinos, 2010. ISBN 978-84-92616-27-5

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro

- 53** Javier García López. Mundos aparentes, realidades emergentes: del consumo de objetos al consumo de imaginarios. Imagen y apariencia. pp. 1 - 14. Murcia, Región de Murcia(España): Universidad de Murcia, 2009. ISBN 978-84-691-8432-5

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro

- 54** Pedro A. Hellín Ortuño; Javier García López. Publicidad, cultura y consumo del ‘superhombre’. La cultura y el entretenimiento en los medios de comunicación. pp. 1 - 13. Málaga, Andalucía(España): Universidad de Málaga, 2008. ISBN 978-84-690-8232-4

**Tipo de producción:** Capítulo de libro**Tipo de soporte:** Libro**Posición de firma:** 2**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 55** Dispublicitados. Los efectos (ideológicos) de la publicidad. Editum. Universidad de Murcia, 2016.

**Tipo de producción:** Libro o monografía científica**Tipo de soporte:** Libro

**Resultados relevantes:** Reseña: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5768388> Reseña: <https://comunicacionyhombre.com/article/dispublicitados-los-efectos-ideologicos-la-publicidad/>

**Reseñas en revistas:** 2

- 56** Javier Ríos Medina; Javier García López; Adrián Castro López; Santiago Hernández Hernández. Talento e innovación en marketing y publicidad. Centro de Estudios Financieros, 2016.

**Tipo de producción:** Libro o monografía científica**Tipo de soporte:** Libro

## Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título del trabajo:** Investigar la publicidad desde la ecología. Una aproximación epistemológica

**Nombre del congreso:** IX Congreso Internacional de la AEIC**Autor de correspondencia:** Sí**Ciudad de celebración:** Murcia, Región de Murcia, España**Fecha de celebración:** 28/05/2024**Fecha de finalización:** 31/05/2024**Entidad organizadora:** Asociación Española de Investigación en Comunicación

JAVIER GARCIA LOPEZ. "Investigar la publicidad desde la ecología. Una aproximación epistemológica".

- 2 Título del trabajo:** La construcción de la identidad visual en el fútbol europeo  
**Nombre del congreso:** V Congreso Internacional de Comunicación y Redes en la Sociedad de la Información  
**Ciudad de celebración:** Salamanca, Castilla y León, España  
**Fecha de celebración:** 25/04/2024  
**Fecha de finalización:** 26/04/2024  
**Entidad organizadora:** Universidad Pontificia de Salamanca  
**Tipo de entidad:** Universidad  
JAVIER GARCIA LOPEZ.
- 3 Título del trabajo:** Las relaciones públicas ante los retos socioecológicos actuales. Nuevas estrategias de comunicación para los inevitables cambios socioeconómicos  
**Nombre del congreso:** XII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social  
**Tipo evento:** Congreso  
**Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)  
**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 04/12/2020  
**Entidad organizadora:** Universidad Complutense de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Con comité de admisión ext.:** Sí  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.
- 4 Título del trabajo:** Merlí, filosofía práctica para problemas juveniles desde la ficción televisiva  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional Comunicación Especializada  
**Tipo evento:** Congreso  
**Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)  
**Intervención por:** Revisión previa a la aceptación  
**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 26/11/2020  
**Entidad organizadora:** Universidad Complutense de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Con comité de admisión ext.:** Sí  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.
- 5 Título del trabajo:** Estrategias de comunicación en Red para conceptos tabú  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional sobre Vulnerabilidad y Cultura Digital  
**Tipo evento:** Congreso  
**Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)  
**Intervención por:** Revisión previa a la aceptación  
**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 19/10/2018  
**Entidad organizadora:** Universidad Complutense de Madrid  
**Tipo de entidad:** Universidad  
**Con comité de admisión ext.:** Sí
- 6 Título del trabajo:** Medios de comunicación: hacia la forja de una ideología única  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional Lenguas, Migraciones, Culturas  
**Tipo evento:** Congreso  
**Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Plenaria  
**Intervención por:** Por invitación  
**Ciudad de celebración:** Córdoba, Argentina  
**Fecha de celebración:** 12/11/2016



**Entidad organizadora:** Universidad Nacional de Córdoba Argentina  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.

**Tipo de entidad:** Universidad

- 7** **Título del trabajo:** Publicidad ética para las empresas del futuro  
**Nombre del congreso:** I Jornadas Científicas Creatividad y Empresa  
**Tipo evento:** Jornada **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Participativo - Plenaria **Intervención por:** Por invitación  
**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 09/04/2016  
**Entidad organizadora:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.

- 8** **Título del trabajo:** El rol de la publicidad en la sociedad del decrecimiento obligado. Reflexiones para una comunicación responsable  
**Nombre del congreso:** XVII Foro de Investigación en Comunicación  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)  
**Ciudad de celebración:** Murcia, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 12/02/2016  
**Entidad organizadora:** Foro para el Conocimiento y la Investigación de la Comunicación **Tipo de entidad:** Fundación  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.

- 9** **Título del trabajo:** La publicidad ante los retos socioecológicos actuales  
**Nombre del congreso:** I Jornada de Comunicación  
**Tipo evento:** Jornada **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia invitada / Keynote **Intervención por:** Por invitación  
**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 28/11/2015  
**Entidad organizadora:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.

- 10** **Título del trabajo:** Reflexiones sobre la ética de Internet. Cómo la tecnología digital ordena nuestras mentes  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional Cultura Digital, Sociedad y Comunicación  
**Tipo evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)  
**Ciudad de celebración:** Zaragoza, Aragón, España  
**Fecha de celebración:** 16/03/2015  
**Fecha de finalización:** 17/03/2015  
**Entidad organizadora:** Universidad San Jorge **Tipo de entidad:** Universidad  
**Con comité de admisión ext.:** Sí  
Javier García López.



- 11 Título del trabajo:** Comunicación en la ecología de la interrupción. Estudio acerca de los efectos ideológicos de Internet desde la filosofía práctica  
**Nombre del congreso:** Move.net. Congreso Internacional sobre Movimientos Sociales y TIC  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación  
**Ciudad de celebración:** Sevilla, Andalucía, España  
**Fecha de celebración:** 07/02/2015  
**Entidad organizadora:** Universidad Pablo de Olavide **Tipo de entidad:** Universidad  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.
- 12 Título del trabajo:** Socialidad, medio ambiente y comunicación responsable. Reflexiones éticas para un programa de acción comunicativa en las corporaciones del futuro  
**Nombre del congreso:** XVI Foro de Investigadores en Comunicación  
**Tipo evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación  
**Ciudad de celebración:** Badajoz, Extremadura, España  
**Fecha de celebración:** 05/02/2015  
**Fecha de finalización:** 06/02/2015  
**Entidad organizadora:** Universidad de Extremadura **Tipo de entidad:** Universidad  
Javier García López.
- 13 Título del trabajo:** Los efectos de la publicidad en la biosfera. Una reflexión filosófica sobre la publicidad y la vida buena  
**Nombre del congreso:** XI Festival Internacional de Televisión sobre Vida y Ecología Urbanas. Foro Transformar la televisión. Otra televisión es posible  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación  
**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 12/11/2014  
**Entidad organizadora:** La Casa Encendida **Tipo de entidad:** Fundación  
**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Con comité de admisión ext.:** Sí  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.
- 14 Título del trabajo:** La marginación social como estrategia discursiva de la publicidad española actual  
**Nombre del congreso:** XV Foro Universitario de Investigación en Comunicación. El nuevo diálogo social: organizaciones, público y ciudadanos  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación  
**Ciudad de celebración:** Vigo, Galicia, España  
**Fecha de celebración:** 03/02/2014  
**Fecha de finalización:** 04/02/2014  
**Entidad organizadora:** Universidade de Vigo **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad organizadora:** Vigo, Galicia, España  
Javier García López. 03/02/2014.

- 15 Título del trabajo:** Relaciones sociales y contextos de consumo en la publicidad televisiva. Estudio del caso español en los años 2009-2012  
**Nombre del congreso:** Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: contenidos, investigación, innovación y docencia (CUICID 2013)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)  
**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 15/10/2013  
**Fecha de finalización:** 16/10/2013  
**Entidad organizadora:** Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad Madrid  
**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
Javier García López.
- 16 Título del trabajo:** Realidad y ficción en la publicidad televisada. Nuevas formas de seducción  
**Nombre del congreso:** IX Festival Internacional de Televisión sobre Vida y Ecología Urbanas. Foro Transformar la televisión. Otra televisión es posible.  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)  
**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 20/11/2012  
**Fecha de finalización:** 20/11/2012  
**Entidad organizadora:** FUNDACION CAJA DE MADRID  
**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
Javier García López.
- 17 Título del trabajo:** Los nuevos procesos creativos de la publicidad en tiempos de crisis  
**Nombre del congreso:** Jornadas Internacionales Del entorno académico al medio profesional: investigar y emprender en Comunicación  
**Tipo evento:** Jornada **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia invitada / Keynote **Intervención por:** Por invitación  
**Ciudad de celebración:** Zaragoza, Aragón, España  
**Fecha de celebración:** 31/05/2012  
**Entidad organizadora:** Universidad San Jorge **Tipo de entidad:** Universidad  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.
- 18 Título del trabajo:** El miedo es el mensaje. McLuhan y la publicidad contemporánea  
**Nombre del congreso:** International Conference on Marshall McLuhan  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia invitada / Keynote **Intervención por:** Por invitación  
**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de celebración:** 10/05/2012  
**Entidad organizadora:** Universidad San Pablo CEU **Tipo de entidad:** Universidad  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.
- 19 Título del trabajo:** La mirada única. Informativos televisivos en la red  
**Nombre del congreso:** VIII Festival Internacional de Televisión sobre Vida y Ecología Urbanas. Foro Transformar la televisión. Otra televisión es posible.

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

**Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de celebración:** 18/11/2011

**Fecha de finalización:** 18/11/2011

**Entidad organizadora:** FUNDACION CAJA DE MADRID

**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**20 Título del trabajo:** Publicidad y discriminación. Retos éticos para la publicidad en las sociedades digitales

**Nombre del congreso:** II Congreso Internacional Sociedad Digital

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia invitada / Keynote

**Intervención por:** Por invitación

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de celebración:** 24/10/2011

**Fecha de finalización:** 24/10/2011

**Entidad organizadora:** Universidad Complutense de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
Javier García López.

**21 Título del trabajo:** Cultural Studies and Advertising. New Trends on Spanish TV Adverts

**Nombre del congreso:** Ciclo de Conferencias Internacionales de otoño

**Tipo evento:** Seminario

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia invitada / Keynote

**Intervención por:** Por invitación

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de celebración:** 10/10/2011

**Entidad organizadora:** Syracuse University Center in Spain

**Tipo de entidad:** Universidad

JAVIER GARCÍA LÓPEZ.

**22 Título del trabajo:** Retos y desafíos digitales de la publicidad: las redes sociales especializadas

**Nombre del congreso:** II International Conference on Media and Communication

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

**Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de celebración:** 16/06/2011

**Fecha de finalización:** 18/06/2011

**Entidad organizadora:** Universidad San Pablo CEU

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
Javier García López.

**23 Título del trabajo:** Nuevos entornos digitales de la publicidad audiovisual

**Nombre del congreso:** Ciclo de conferencias magistrales sobre Teoría de la Comunicación y de la Información

**Tipo evento:** Jornada

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia invitada / Keynote

**Intervención por:** Por invitación

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España



**Fecha de celebración:** 18/05/2011

**Fecha de finalización:** 18/05/2011

**Entidad organizadora:** Universidad San Pablo CEU **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

Javier García López.

**24 Título del trabajo:** Publicidad y Relaciones Públicas en el EEES

**Nombre del congreso:** VI Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

**Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

**Ciudad de celebración:** Vigo, Galicia, España

**Fecha de celebración:** 05/05/2011

**Fecha de finalización:** 06/05/2011

**Entidad organizadora:** Universidade de Vigo

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad organizadora:** Vigo, Galicia, España

Javier García López. 05/05/2011.

**25 Título del trabajo:** Spots publicitarios que despiertan emociones

**Nombre del congreso:** Conferencia invitada

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia invitada / Keynote

**Intervención por:** Por invitación

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de celebración:** 23/11/2010

**Fecha de finalización:** 23/11/2010

**Entidad organizadora:** Universidad Carlos III de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

Javier García López.

**26 Título del trabajo:** El antihéroe y el fracaso del sueño americano en la ficción televisiva contemporánea. Análisis del caso "Hung (superdotado).

**Nombre del congreso:** VII Festival Internacional de Televisión sobre Vida y Ecología Urbanas. Foro Transformar la televisión. Otra televisión es posible.

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

**Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de celebración:** 18/11/2010

**Fecha de finalización:** 18/11/2010

**Entidad organizadora:** FUNDACION CAJA DE MADRID

**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

Javier García López.

**27 Título del trabajo:** Publicidad emocional y sus efectos

**Nombre del congreso:** X Semana de la Ciencia de Madrid

**Tipo evento:** Semana de la Ciencia

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia invitada / Keynote

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de celebración:** 16/11/2010



**Entidad organizadora:** FUNDACION MADRIMASD PARA EL CONOCIMIENTO  
JAVIER GARCÍA LÓPEZ.

**28 Título del trabajo:** Blog: marca personal

**Nombre del congreso:** II Encuentro de Innovación Docente

**Tipo evento:** Jornada

**Ámbito geográfico:** Nacional

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia invitada / Keynote

**Intervención por:** Por invitación

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de celebración:** 18/06/2010

**Fecha de finalización:** 18/06/2010

**Entidad organizadora:** Universidad a Distancia de Madrid

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
Javier García López.

**29 Título del trabajo:** "Cultural Studies" y mecanismos de representación en la publicidad contemporánea

**Nombre del congreso:** II Congreso Internacional AE-IC. Comunicación y Desarrollo en la Era Digital

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

**Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

**Ciudad de celebración:** Málaga, Andalucía, España

**Fecha de celebración:** 03/02/2010

**Fecha de finalización:** 05/02/2010

**Entidad organizadora:** Universidad de Málaga

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad entidad organizadora:** Málaga, Andalucía, España  
Javier García López.

**30 Título del trabajo:** La ruptura de la realidad en la ficción televisiva: transformaciones del pasado y representaciones del futuro en las nuevas series.

**Nombre del congreso:** VI Festival Internacional de Televisión sobre Vida y Ecología Urbanas. Foro Transformar la televisión. Otra televisión es posible.

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

**Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

**Ciudad de celebración:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de celebración:** 05/11/2009

**Fecha de finalización:** 05/11/2009

**Entidad organizadora:** FUNDACION CAJA DE MADRID

**Ciudad entidad organizadora:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
Javier García López.

**31 Título del trabajo:** Breaking the linear structure of TV Fiction to portray the American family: The Simpson and Family Guy

**Nombre del congreso:** European Network for Cinema and Media Studies

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito geográfico:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

**Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

**Ciudad de celebración:** Lund, Suecia

**Fecha de celebración:** 11/06/2009

**Fecha de finalización:** 11/06/2009

**Entidad organizadora:** Lund University

**Tipo de entidad:** Universidad



**Ciudad entidad organizadora:** Lund, Suecia  
Javier García López.

- 32 Título del trabajo:** Publicidad H2O: presentaciones y representaciones del agua en el discurso publicitario  
**Nombre del congreso:** V Seminario Internacional Imágenes de la Cultura/Cultura de las Imágenes  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)  
**Ciudad de celebración:** Sevilla, Andalucía, España  
**Fecha de celebración:** 26/03/2009  
**Fecha de finalización:** 28/03/2009  
**Entidad organizadora:** Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad organizadora:** Sevilla, Andalucía, España  
Javier García López.
- 33 Título del trabajo:** La familia en las series animadas de ficción: entre Los Simpson y Padre de familia  
**Nombre del congreso:** XXIII Congreso Internacional de Comunicación  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)  
**Ciudad de celebración:** Pamplona, Comunidad Foral de Navarra, España  
**Fecha de celebración:** 12/02/2009  
**Fecha de finalización:** 13/02/2009  
**Entidad organizadora:** Universidad de Navarra **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad organizadora:** Pamplona, Comunidad Foral de Navarra, España  
Javier García López.
- 34 Título del trabajo:** Mundos aparentes, realidades emergentes: del consumo de objetos al consumo de imaginarios  
**Nombre del congreso:** I Congreso Internacional Imagen y Apariencia  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)  
**Ciudad de celebración:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Fecha de celebración:** 19/10/2008  
**Fecha de finalización:** 21/10/2008  
**Entidad organizadora:** Universidad de Murcia **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad organizadora:** Murcia, Región de Murcia, España  
Javier García López.
- 35 Título del trabajo:** El efecto emocional de la publicidad y la creación de imaginarios sucedáneos  
**Nombre del congreso:** IV Seminario Internacional Imágenes de la Cultura/Cultura de las Imágenes  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)  
**Ciudad de celebración:** Oporto, Portugal  
**Fecha de celebración:** 04/07/2008  
**Fecha de finalización:** 04/07/2008  
**Entidad organizadora:** Universidade Aberta **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad organizadora:** Oporto, Portugal  
Javier García López.

## Gestión de I+D+i y participación en comités científicos

### Comités científicos, técnicos y/o asesores

- 1** **Título del comité:** Comité Organizador del IX Congreso Internacional de la AEIC 2024  
**Entidad de afiliación:** Asociación Española de Investigación en Comunicación  
**Fecha de inicio-fin:** 28/05/2024 - 31/05/2024
- 2** **Título del comité:** Comité Científico del V Congreso Internacional de Comunicación y Redes en la Sociedad de la Información  
**Entidad de afiliación:** Universidad Pontificia de Salamanca **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad afiliación:** Salamanca, Castilla y León, España  
**Fecha de inicio-fin:** 25/04/2024 - 26/04/2024
- 3** **Título del comité:** Comité Organizador del I Congreso Internacional de Comunicación Clara COMCLARA  
**Entidad de afiliación:** Universidad Rey Juan Carlos **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio-fin:** 09/11/2023 - 10/11/2023
- 4** **Título del comité:** Comité científico del I Congreso Internacional Virtual: Educación y Comunicación en la Sociedad Actual  
**Entidad de afiliación:** CIVECSA  
**Ciudad entidad afiliación:** Barranquilla, Colombia  
**Fecha de inicio-fin:** 23/04/2021 - 24/04/2021
- 5** **Título del comité:** Comité científico del I Congreso Internacional de Comunicación Especializada en la Sociedad de la Información  
**Entidad de afiliación:** Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio-fin:** 25/11/2020 - 26/11/2020
- 6** **Título del comité:** Comité científico del V Congreso Nacional de Metodología de la Investigación en Comunicación  
**Entidad de afiliación:** Asociación Española de Investigación en Comunicación  
**Fecha de inicio-fin:** 21/11/2019 - 22/11/2019
- 7** **Título del comité:** Comité Científico I Jornada Comunicación Udimas  
**Entidad de afiliación:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio-fin:** 28/11/2016 - 28/11/2016
- 8** **Título del comité:** Comité Científico Internacional del I Congreso Internacional Lenguas – Migraciones – Culturas  
**Entidad de afiliación:** Universidad Nacional de Córdoba - Argentina  
**Ciudad entidad afiliación:** Córdoba, Argentina  
**Fecha de inicio-fin:** 10/11/2016 - 12/11/2016



- 9** **Título del comité:** Comité Científico I Congreso Internacional de Educación y Tecnología "ELearning 2016: New Strategies and Trends"  
**Entidad de afiliación:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio-fin:** 22/06/2016 - 24/06/2016
- 10** **Título del comité:** Comité científico internacional del II International Conference on Media and Communication  
**Primaria (Cód. Unesco):** 630800 - Comunicaciones sociales  
**Entidad de afiliación:** Universidad San Pablo CEU **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad afiliación:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de inicio-fin:** 01/03/2011 - 01/07/2011

### Evaluación y revisión de proyectos y artículos de I+D+i

- 1** **Nombre de la actividad:** Evaluador externo de la revista científica indexada Chasqui  
**Funciones desempeñadas:** Evaluador externo de la revista científica indexada Chasqui  
**Entidad de realización:** CIESPAL  
**Ciudad entidad realización:** Quito, Ecuador  
**Modalidad de actividad:** Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 3  
**Sistema de acceso:** Con reconocimiento expreso de los méritos que concurren  
**Fecha de inicio:** 01/01/2018
- 2** **Nombre de la actividad:** Evaluador externo de la revista científica indexada Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales  
**Funciones desempeñadas:** Evaluador externo de la revista científica indexada Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales  
**Entidad de realización:** Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Sevilla, Andalucía, España  
**Modalidad de actividad:** Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 3  
**Sistema de acceso:** Con reconocimiento expreso de los méritos que concurren  
**Fecha de inicio:** 01/01/2018
- 3** **Nombre de la actividad:** Evaluador externo de la revista científica indexada El Profesional de la Información (WOS y Scopus)  
**Funciones desempeñadas:** Evaluador externo de la revista científica indexada El Profesional de la Información (WOS y Scopus)  
**Entidad de realización:** El Profesional de la Información  
**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Modalidad de actividad:** Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 3  
**Sistema de acceso:** Con reconocimiento expreso de los méritos que concurren  
**Fecha de inicio:** 01/01/2016
- 4** **Nombre de la actividad:** Revista Internacional de Relaciones Públicas  
**Funciones desempeñadas:** Evaluador externo de la revista científica Revista Internacional de Relaciones Públicas  
**Entidad de realización:** Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad realización:** Málaga, Andalucía, España



**Modalidad de actividad:** Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 3

**Sistema de acceso:** Con reconocimiento expreso de los méritos que concurren

**Fecha de inicio:** 01/01/2015

- 5 Funciones desempeñadas:** Evaluador externo de la revista científica indexada Revista Complutense de Educación (Scopus)
- Entidad de realización:** Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad
- Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España
- Modalidad de actividad:** Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 3
- Sistema de acceso:** Con reconocimiento expreso de los méritos que concurren
- Fecha de inicio:** 01/01/2014

- 6 Nombre de la actividad:** 4) Evaluador externo de la revista científica Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales.
- Funciones desempeñadas:** Evaluador externo de la revista científica Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales.
- Entidad de realización:** Universidad San Pablo CEU **Tipo de entidad:** Universidad
- Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España
- Modalidad de actividad:** Revisión de artículos en revistas científicas o tecnológicas **Frecuencia de la actividad:** 3
- Sistema de acceso:** Con reconocimiento expreso de los méritos que concurren
- Fecha de inicio:** 01/01/2013

## Otros méritos

### Estancias en centros públicos o privados

- 1 Entidad de realización:** University of Warsaw **Tipo de entidad:** Universidad
- Facultad, instituto, centro:** Department of Diplomacy and International Institutions, Faculty of Political Science and International Studies, University of Warsaw
- Ciudad entidad realización:** Varsovia, Polonia
- Fecha de inicio-fin:** 01/05/2025 - 31/07/2025 **Duración:** 3 meses
- Objetivos de la estancia:** Posdoctoral
- Tareas contrastables:** Desarrollo de una estancia de investigación en la Universidad de Varsovia orientada al establecimiento de vínculos académicos e investigativos, al análisis de proyectos europeos y a la planificación de futuras colaboraciones docentes y científicas.
- Tipo Estancia:** Investigación
- 2 Entidad de realización:** Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad
- Fecha de inicio-fin:** 01/09/2023 - 31/08/2024 **Duración:** 1 año
- Entidad financiadora:** Ministerio de Ciencia e Innovación. Universidades **Tipo de entidad:** P
- Nombre del programa:** RECUALIFICACIÓN
- Objetivos de la estancia:** RECUALIFICACIÓN DEL PROFESORADO UNIVERSITARIO
- Tareas contrastables:** Proyecto de Investigación sobre Publicidad, Ética y Medio Ambiente
- Tipo Estancia:** Investigación



- 3** **Entidad de realización:** Universidad Nacional de Córdoba, Argentina **Tipo de entidad:** Universidad  
**Facultad, instituto, centro:** Facultad de Lenguas  
**Ciudad entidad realización:** Córdoba, Argentina, Argentina  
**Fecha de inicio-fin:** 01/09/2016 - 05/12/2016 **Duración:** 3 meses - 5 días  
**Objetivos de la estancia:** Invitado/a  
**Tareas contrastables:** Investigación en Comunicación y Filosofía  
**Tipo Estancia:** Investigación
- 4** **Entidad de realización:** Syracuse University Center in Spain **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha de inicio-fin:** 01/08/2011 - 01/11/2011 **Duración:** 3 meses  
**Objetivos de la estancia:** Posdoctoral  
**Tareas contrastables:** Elaboración y publicación de un artículo de investigación y ponencia invitada

### Ayudas y becas obtenidas

- 1** **Nombre de la ayuda:** Beca de postgrado convocada en régimen de publicidad por el Ministerio de Asuntos Exteriores. Gabinete de Dirección del Instituto Cervantes de Madrid (sede central), a cargo del director, D. César Antonio Molina. Obtención de una única beca ofertada por el organismo, en concurrencia competitiva, en todo el Estado español  
**Ciudad entidad concesionaria:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Finalidad:** Predoctoral  
**Entidad concesionaria:** MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES  
**Importe de la ayuda:** 13.200 €  
**Fecha de concesión:** 01/10/2006 **Duración:** 1 año  
**Fecha de finalización:** 30/09/2007  
**Entidad de realización:** Instituto Cervantes  
**Facultad, instituto, centro:** Sede Central
- 2** **Nombre de la ayuda:** Beca de postgrado convocada en régimen de publicidad el Ministerio de la Presidencia. Departamento de Publicidad de la sede central del Boletín Oficial del Estado. Obtención de una única beca ofertada por el organismo, en concurrencia competitiva, en todo el Estado español  
**Ciudad entidad concesionaria:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Finalidad:** Predoctoral  
**Entidad concesionaria:** Ministerio de la Presidencia **Tipo de entidad:** BOE  
**Importe de la ayuda:** 5.564 €  
**Fecha de concesión:** 15/03/2006 **Duración:** 6 meses - 15 días  
**Fecha de finalización:** 30/09/2006  
**Entidad de realización:** BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO

### Otras distinciones (carrera profesional y/o empresarial)

- 1 Descripción:** Premio Centro de Estudios Financieros a la investigación en Publicidad y Marketing 2015  
**Ámbito geográfico:** Nacional  
**Entidad concesionaria:** Centro de Estudios Financieros  
**Tipo de entidad:** Entidad Empresarial  
**Ciudad entidad concesionaria:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de concesión:** 2015
- 2 Descripción:** Técnico en prácticas de Publicidad en el Ayuntamiento de Mazarrón (Murcia), durante los meses de junio a septiembre de 2004.  
**Entidad concesionaria:** AYUNTAMIENTO DE MAZARRON  
**Ciudad entidad concesionaria:** Mazarrón, Región de Murcia, España  
**Fecha de concesión:** 2004

### Acreditaciones/reconocimientos obtenidos

- 1 Descripción:** Acreditado por ANECA como: Profesor Titular de Universidad  
**Entidad acreditante:** Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación  
**Tipo de entidad:** ANECA  
**Fecha del reconocimiento:** 21/10/2021
- 2 Descripción:** Sexenio de Investigación 2015-2020  
**Entidad acreditante:** Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación  
**Tipo de entidad:** CNEAI  
**Fecha del reconocimiento:** 12/07/2021
- 3 Descripción:** Sexenio de Investigación 2009-2014  
**Entidad acreditante:** Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora CNEAI  
**Tipo de entidad:** Agencia Estatal  
**Nº de tramos reconocidos:** 1  
**Fecha de obtención:** 25/06/2015  
**Fecha del reconocimiento:** 25/06/2015
- 4 Descripción:** Acreditado por la ANECA como: Profesor Contratado Doctor y Profesor Doctor de Universidad Privada  
**Entidad acreditante:** Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación  
**Tipo de entidad:** ANECA  
**Fecha del reconocimiento:** 13/12/2013
- 5 Descripción:** Acreditado por la ACAP como: Profesor Contratado Doctor y Profesor Doctor de Universidad Privada  
**Entidad acreditante:** Agencia de Calidad, Acreditación y Prospectiva de las Universidades de Madrid  
**Tipo de entidad:** Comunidad Autónoma de Madrid  
**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha del reconocimiento:** 27/08/2012



## Resumen de otros méritos

- 1 Descripción del mérito:** Vocal evaluador pruebas EBAU Comunidad Autónoma de la Región de Murcia  
**Entidad acreditante:** Universidad de Murcia      **Tipo entidad:** Universidad  
**Fecha de concesión:** 2021
- 2 Descripción del mérito:** Miembro de la Comisión para la elaboración del plan de estudios del nuevo título de Grado Bilingüe en Communication and Media Studies de la Universidad de Murcia  
**Entidad acreditante:** Universidad de Murcia      **Tipo entidad:** Universidad  
**Fecha de concesión:** 15/09/2020
- 3 Descripción del mérito:** Vocal evaluador pruebas EBAU Comunidad Autónoma de la Región de Murcia  
**Entidad acreditante:** Universidad de Murcia      **Tipo entidad:** Universidad  
**Fecha de concesión:** 2020
- 4 Descripción del mérito:** Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
**Entidad acreditante:** Universidad de Murcia      **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Fecha de concesión:** 01/09/2018
- 5 Descripción del mérito:** Miembro Comisión Calidad Facultad Comunicación y Documentación  
**Entidad acreditante:** Universidad de Murcia      **Tipo entidad:** Universidad  
**Fecha de concesión:** 01/09/2018
- 6 Descripción del mérito:** Tutor Erasmus  
**Entidad acreditante:** Universidad de Murcia      **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Fecha de concesión:** 01/09/2018
- 7 Descripción del mérito:** Miembro titular de la tesis doctoral titulada La función estética del color. Una aproximación teórico-práctica defendida por la doctoranda Julia Sopenséns Izuel.  
**Entidad acreditante:** Universidad San Jorge      **Tipo entidad:** Universidad  
**Fecha de concesión:** 22/09/2017
- 8 Descripción del mérito:** Secretario Académico del Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación  
**Entidad acreditante:** Universidad de Murcia      **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Murcia, Región de Murcia, España  
**Fecha de concesión:** 01/09/2017
- 9 Descripción del mérito:** Miembro titular del tribunal de la tesis doctoral titulada LA REPRESENTACIÓN DE LA HOMOSEXUALIDAD EN LAS NUEVAS SERIES DE FICCIÓN TELEVISIVA: APROXIMACIÓN ANALÍTICA AL CASO DE HBO (HOME BOX OFFICE) DESDE LA PERSPECTIVA DE LA SEMIÓTICA DE LA COMUNICACIÓN defendida por el doctorando Javier Calvo Anoro.  
**Entidad acreditante:** Universidad San Jorge      **Tipo entidad:** Universidad  
**Fecha de concesión:** 02/06/2017
- 10 Descripción del mérito:** Miembro titular del tribunal de la tesis doctoral titulada DISEÑO, ESTRATEGIAS Y PLANIFICACIÓN DE LA RADIO LOCAL EN LA PROVINCIA DE SEVILLA defendida por el doctorando Enrique José Díaz León.



**Entidad acreditante:** Universidad de Sevilla  
**Fecha de concesión:** 27/01/2016

**Tipo entidad:** Universidad

- 11 Descripción del mérito:** Miembro titular del tribunal de la tesis doctoral titulada LA COMUNICACIÓN DE LA NUTRICIÓN EN ESPAÑA defendida la doctoranda María Carretero Sánchez

**Entidad acreditante:** Universidad Complutense de Madrid  
**Tipo entidad:** Universidad

**Fecha de concesión:** 19/01/2016

- 12 Descripción del mérito:** Premio de Estudios Financieros 2015. Sección Publicidad y Marketing

**Entidad acreditante:** Centro de Estudios Financieros  
**Tipo entidad:** Fundación

**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de concesión:** 30/06/2015

- 13 Descripción del mérito:** Coordinador del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo entidad:** Universidad

**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de concesión:** 01/10/2014

- 14 Descripción del mérito:** Miembro de la Comisión de Reconocimiento de créditos del Grado en Publicidad

**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo entidad:** Universidad

**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de concesión:** 01/09/2014

- 15 Descripción del mérito:** Vicedecano de Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad a Distancia de Madrid

**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo entidad:** Universidad

**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de concesión:** 01/09/2014

- 16 Descripción del mérito:** Presidente de la Comisión para la elaboración del plan de estudios en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad a Distancia de Madrid. Curso 2013/2014. (Plan de grado aprobado por ANECA, que se imparte desde el 29 de septiembre de 2014 en dicha universidad).

**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo entidad:** Universidad

**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de concesión:** 2013

- 17 Descripción del mérito:** Miembro del tribunal evaluador de PFG (Periodismo - Universidad a Distancia de Madrid). Curso: 2012/2013.

**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid  
**Tipo entidad:** Universidad

**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España

**Fecha de concesión:** 2012

- 18 Descripción del mérito:** Vocal de la comisión de evaluación de Trabajos Fin de Grado de la Universidad Rey Juan Carlos (comisión 2-F-PER, Periodismo, Campus de Fuenlabrada). 26/06/2012.

**Entidad acreditante:** Universidad Rey Juan Carlos  
**Tipo entidad:** Universidad



**Ciudad entidad acreditante:** Fuenlabrada, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de concesión:** 2012

- 19 Descripción del mérito:** Secretario del Departamento de Comunicación  
**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de concesión:** 01/10/2011
- 20 Descripción del mérito:** Coordinador del Master Universitario en Comunicación Digital  
**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de concesión:** 01/09/2011
- 21 Descripción del mérito:** Miembro del equipo revisor de la publicación "Transformar la televisión", Urban TV (La Casa Encendida Obra Social Caja Madrid), 2011.  
**Entidad acreditante:** FUNDACION CAJA DE MADRID  
**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de concesión:** 2011
- 22 Descripción del mérito:** Miembro de la Comisión de Calidad  
**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de concesión:** 01/09/2010
- 23 Descripción del mérito:** Miembro de la Comisión de Reconocimiento de créditos del Grado en Periodismo  
**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de concesión:** 01/09/2010
- 24 Descripción del mérito:** Miembro del Consejo de Departamento de Comunicación  
**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de concesión:** 01/09/2010
- 25 Descripción del mérito:** Coordinador del Blog del Grado en Periodismo de la UDIMA, alojado en la URL: <http://www.periodismoudima.com> . Cursos 2010/2011, 2011/2012, 2012/2013, 2013/2014.  
**Entidad acreditante:** Universidad a Distancia de Madrid **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Madrid, Comunidad de Madrid, España  
**Fecha de concesión:** 2010
- 26 Descripción del mérito:** Coordinador del Título de Experto en Protocolo y Organización de Actos  
**Entidad acreditante:** Universidad San Jorge **Tipo entidad:** Universidad  
**Ciudad entidad acreditante:** Zaragoza, Aragón, España  
**Fecha de concesión:** 01/09/2008



**27 Descripción del mérito:** Alumno interno de la Sección Departamental de Publicidad y Relaciones Públicas del Departamento de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Empresa en el curso académico 2004/2005, en la Universidad Católica San Antonio de Murcia.

**Entidad acreditante:** Universidad Católica San Antonio de Murcia

**Tipo entidad:** Universidad

**Ciudad entidad acreditante:** Murcia, Región de Murcia, España

**Fecha de concesión:** 2004