

MEMORIA ACTIVIDADES DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y
PUBLICIDAD CURSO 2019/2020

1. El Departamento de Comunicación Audiovisual. Composición y Órganos de Gobierno

1.1. El Departamento

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Centro: Facultad de Ciencias de la Comunicación

Director

Antonio Castillo Esparcia

acastilloe@uma.es

952136609

Subdirector

Vicente Peña Timón

vicente@uma.es

952133463

Secretaria

Rocío Chamizo Sánchez

rsc@uma.es

952133462

Gestora administrativa

Ana Rosa Díaz García

ardiaz@uma.es

952132908

Correo electrónico del Departamento

dirdep066@uma.es

Áreas de conocimiento del departamento:

Comunicación Audiovisual y Publicidad

Teléfono: 952 13 29 08

E-mail: dirdep066@uma.es

1.2. Composición del personal docente e investigador durante el curso 2019/20

AGUILERA MOYANO, MIGUEL DE	DOCENTES	CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD
ALMANSA MARTINEZ, ANA MARIA	DOCENTES	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
ALVARADO JODAR, ALEJANDRO IGNACIO	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
ALVAREZ NOBELL, ALEJANDRO	DOCENTES	PROFESOR AYUDANTE DOCTOR
BECERRA MUÑOZ, ELENA	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
BELMONTE JIMENEZ, ANA MARIA	DOCENTES	PROFESOR SUSTITUTO INTERINO

BLANCO RUIZ, SONIA MARIA	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
CABELLO FERNANDEZ DELGADO, FLORENCIO	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR TEMPORAL
CAMIÑAS HERNANDEZ, ANASTASIO	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
CAMPOS GARCIA, JOSE LUIS	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
CANCELO SANMARTIN, MARIA DE LAS MERCEDES	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
CANTOS CEBALLOS, ANTONIO MIGUEL	DOCENTES	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
CASTILLERO OSTIO, ELIZABET	DOCENTES	PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
CASTILLO DIAZ, ANA	DOCENTES	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
CASTILLO ESPARCIA, ANTONIO	DOCENTES	CATEDRATICO DE UNIVERSIDAD
CASTRO HIGUERAS, ANTONIO	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
CHAMIZO SANCHEZ, ROCIO	DOCENTES	PROFESOR COLABORADOR
CORTES GONZALEZ, ALFONSO	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
CRISTOFOL RODRIGUEZ, MARIA DEL CARMEN	DOCENTES	PROFESOR ASOCIADO
DOBLAS ARREBOLA, SALVADOR	DOCENTES	PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
ESCAÑO GONZALEZ, JUAN ADOLFO	DOCENTES	PROFESOR ASOCIADO
FERNANDEZ TORRES, MARIA JESUS	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
GABILONDO GARCIA DEL BARCO, MARIA VICTORIA	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
GALARZA FERNANDEZ, EMELINA	DOCENTES	PROFESOR ASOCIADO
GARCIA FERNANDEZ, MARIA DOLORES	DOCENTES	PROFESOR ASOCIADO
GARCIA LOPEZ, MARCIAL	DOCENTES	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
GARNELO DIEZ, MARIA ISABEL	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
GIL RAMIREZ, MARTA	DOCENTES	PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
GOMEZ DE TRAVESEDO ROJAS, RUTH	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
GOMEZ GOMEZ, AGUSTIN JAVIER	DOCENTES	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
GUERRA HEREDIA, SERGIO	DOCENTES	PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
GUERRERO NAVARRO, DANIEL	DOCENTES	PROFESOR ASOCIADO
HERAS PEDROSA, CARLOS ANTONIO DE LAS	DOCENTES	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
IRANZO BENITO, JOSE VICENTE	DOCENTES	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
JORGE ALONSO, ANA MARIA	DOCENTES	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
LOBILLO MORA, GEMA MARIA	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
LOPEZ VILAFRANCA, PALOMA DEL ROCIO	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
LUMBRERAS KRAUEL, TECLA	DOCENTES	PROFESOR COLABORADOR
MAÑAS VALLE, SEBASTIAN	DOCENTES	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
MARTIN MARTIN, PENELOPE NOELIA	DOCENTES	PROFESOR AYUDANTE DOCTOR
MARTINHO ALMAGRO, MARIA TERESA	DOCENTES	PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
MAYA RETAMAR, MARIA ROCIO DE LA	DOCENTES	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
MELIVEO NOGUES, PAULA	DOCENTES	PROFESOR SUSTITUTO INTERINO

MUÑOZ JIMENEZ, JOSE ANTONIO
PAREJO GIMENEZ, MARIA DOLORES
PEÑA TIMON, VICENTE
PEREZ RUFÍ, JOSE PATRICIO
PLAZA ROSADO, FRANCISCO
SANTOS
POSTIGO GOMEZ, MARIA
INMACULADA
RODRIGUEZ FUENTES, MARIA
CARMEN
RUIZ DEL OLMO, FRANCISCO JAVIER
RUIZ MORA, ISABEL MARIA
RUIZ MUÑOZ, MARIA JESUS
RUIZ SAN MIGUEL, FRANCISCO
JAVIER
SEDEÑO VALDELLOS, ANA MARIA
SIBAJA CUMPLIDO, ROCIO
TORRES MARTIN, JOSE LUIS
VICTORIA MAS, JUAN SALVADOR
VILLENAL ALARCON, EDUARDO
ANTONIO
HERNÁNDEZ-CARRILLO DE LA
HIGUERA, CRISTINA
MORENO CABANILLAS, ANDREA
RODRÍGUEZ LÓPEZ, MARÍA
SOSA VALCÁRCEL, AIMIRIS
BARQUERO ARTES, CONCEPCION
CARBALLEDA CAMACHO, MIREYA
ROCIO
CASTRO MARTINEZ, ANDREA
CESTINO GONZALEZ, ESTEFANIA
HERTOGS BIARGE, IGNACIO
PEREZ ORDOÑEZ, CRISTINA DE LOS
ANGELES
SAIZ DIAZ, MARIA JESUS
SMOLAK LOZANO, EMILIA
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y
PUBLICIDAD
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y
PUBLICIDAD
BRISSET MARTIN, DEMETRIO
ENRIQUE
FERNANDEZ SORIANO, MARIA
EMELINA

PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
PROFESOR TITULAR DE
UNIVERSIDAD
PROFESOR TITULAR DE
UNIVERSIDAD
PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
PROFESOR ASOCIADO
PROFESOR TITULAR DE
UNIVERSIDAD
PROFESOR CONTRATADO DOCTOR
PROFESOR TITULAR DE
UNIVERSIDAD
PROFESOR TITULAR DE
UNIVERSIDAD
PROFESOR TITULAR DE
UNIVERSIDAD
PROFESOR TITULAR DE
UNIVERSIDAD
PROFESOR TITULAR DE
UNIVERSIDAD
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
PROFESOR TITULAR DE
UNIVERSIDAD
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
Personal Investigador en Formación
Personal Investigador en Formación
Personal Investigador en Formación
Personal Investigador en Formación
PROFESOR ASOCIADO
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
PROFESOR ASOCIADO
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO
PROFESOR ASOCIADO
PROFESOR SUSTITUTO INTERINO

1.3. Estructura del Consejo de Departamento

El Consejo de Departamento está constituido por 73 profesores, de los cuales 59 son PDI doctor, 12 sin título de doctor y 1 colaborador honorario. El sector de estudiantes está formado por 10 alumnos. El sector del personal de administración y servicios está formado por 1 PAS.

2. Docencia

2.1. Docencia de Grado y Máster

Facultad de Ciencias de la Salud			
Graduado/a en Fisioterapia			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Comunicación y Salud	4º	1º	GG1, GR1
TFG	4º	2º	

Facultad de Ciencias de la Salud			
Graduado/a en Podología			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Comunicación y Salud	4º	2º	GG1, GR1
TFG	4º	2º	

Facultad de Ciencias de la Salud			
Graduado/a en Terapia Ocupacional			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Comunicación y Salud	4º	2º	GG1, GR1
TFG	4º	2º	

Facultad de Filosofía y Letras			
Graduado/a en Filosofía			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Teoría de la Comunicación	1º	2º	GG1, GR1,2
TFG	4º	2º	

Facultad de Filosofía y Letras			
Máster en Igualdad y Género			
Asignatura	Curs o	Semest re	Grup os
LA SOCIEDAD DE LA COMUNICACION DESDE UNA PERSPECTIVA DE GENERO	1	1º	
TFM	2	1º	

Facultad de Filosofía y Letras			
Máster en Traducción para el Mundo Editorial			
Asignatura	Curs o	Semest re	Grup os
TRADUCCIÓN EDITORIAL (8): CÓMIC Y NOVELA GRÁFICA	1	2º	

Facultad de Comercio y Gestión			
Graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Creatividad Publicitaria	4º	1º	GG1, GR1,2
TFG	4º	2º	

Facultad de Ciencias de Comunicación			
Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas			
Asignatura	Curs o	Semestr e	Grupos
Tecnología de la Comunicación Audiovisual	1º	1º	GG1, GG2 GR1,2,3,4, 5
Comunicación Política	1º	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Comunicación Y Sociedad	1º	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Fundamentos de Realización Audiovisual en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Teoría e Historia de la Publicidad	1º	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Teoría e Historia de las Relaciones Publicas	1º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Teorías de la Comunicación	1º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Comunicación Institucional: Administración Pública y Ciudadanos	2º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Dirección Estratégica en Relaciones Públicas	2º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Sistema de Comunicación Empresarial	2º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Tecnologías Aplicadas a la Publicidad y las Relaciones Públicas	2º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4, 5
Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad	2º	2º	GG1,GG2

			GR1,2,3,4,5
Dirección Estratégica en Publicidad	2º	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Empresa de Comunicación	2º	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Técnicas y Herramientas en Relaciones Públicas	3º	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Creatividad Publicitaria	3º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Discurso Publicitario	3º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Método Científico e Investigación en Comunicación	3º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Campañas de Comunicación Institucional: Creación y Análisis	3º	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Comunicación en ONGs y Movimientos Sociales	4º	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Investigación Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Publicas	4ª	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Planificación de Medios	4	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Prospectiva en Comunicación	4	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Comunicación Interna	3	1º	GG1, GR1,2
Comunicación para el Ocio	3	1º	GG1, GR1,2
Diseño Gráfico	3	1º	GG1, GR1,2
Fotografía Publicitaria	3	1º	GG1, GR1,2
Comunicación Cultural	3	2º	GG1, GR1,2
Diseño Web	3	2º	GG1, GR1,2
Producción Publicitaria	3	2º	GG1, GR1,2
Protocolo y Organización de Eventos	3	2º	GG1, GR1,2
Realización de Videos Multimedia	3	2º	GG1, GR1,2
Relaciones con los Medios de Comunicación	3	2º	GG1, GR1,2
Relaciones Públicas Especializadas	3	2º	GG1, GR1,2
Responsabilidad Social	3	2º	GG1, GR1,2

Formación de Portavoces	4	1º	GG1, GR1,2
Redacción del Mensaje Publicitario	4	1º	GG1, GR1,2
Campañas de Comunicación Alternativa	4	2º	GG1, GR1,2
Comunicación en Situaciones de Crisis	4	2º	GG1, GR1,2
Creación de Campañas en Entornos Digitales	4	2º	GG1, GR1,2
Dirección de Arte y Gráfica Publicitaria	4	2º	GG1, GR1,2
Dirección de Cuentas	4	2º	GG1, GR1,2
Imagen de Marca	4	2º	GG1, GR1,2
Prácticas Profesionales	4	2º	
Trabajo Fin de Grado	4	2º	

Facultad de Ciencias de Comunicación			
Graduado/a en Periodismo			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Comunicación publicitaria	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Lenguaje audiovisual	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Relaciones públicas	2	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Tecnología de la comunicación audiovisual	2	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5

Facultad de Ciencias de Comunicación			
Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Teorías de la Comunicación	1	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Estructura del Mercado Audiovisual	2	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Teoría y Análisis de la Imagen	1	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Historia de la Cinematografía	1	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Técnica y Edición de la Imagen Fija	1	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Cultura Visual	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Guion Audiovisual	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Técnica y Edición de Video y Sonido	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Teoría de la Comunicación Audiovisual	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Comunicación Audiovisual y Cambio Social	2	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Historia de los Medios Audiovisuales	2	2º	GG1,GG2

			GR1,2,3,4,5
Narrativa Audiovisual	2	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Investigación en Comunicación	3	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Producción Audiovisual	3	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Técnica y Edición Multiplataforma	3	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Dirección y Gestión de Empresas Audiovisuales	3	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Realización Audiovisual	3	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Planificación y Realización de Proyectos Interactivos	4	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Promoción y Comercialización de Productos Audiovisuales	4	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Realización de los Géneros Televisivos	4	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Deontología de la Comunicación Audiovisual	3	1º	GG1, GR1,2
Documentación Audiovisual	3	1º	GG1, GR1,2
Formatos Radiofónicos	3	1º	GG1, GR1,2
Fotografía de Creación	3	1º	GG1, GR1,2
Análisis y Crítica de Productos Audiovisuales	3	2º	GG1, GR1,2
Dirección de Fotografía	3	2º	GG1, GR1,2
Postproducción y Ambientación Sonora	3	2º	GG1, GR1,2
Programación Audiovisual	3	2º	GG1, GR1,2
Cine Español	4	2º	GG1, GR1,2
Dirección de Actores	4	1º	GG1, GR1,2
Diseño Gráfico	4	1º	GG1, GR1,2
Guion Especializado	4	1º	GG1, GR1,2
Industria y Tendencias del Videojuego	4	1º	GG1, GR1,2
Postproducción de Video	4	1º	GG1, GR1,2
Creación Audiovisual	4	2º	GG1, GR1,2
Diseño y Realización de Videojuegos	4	2º	GG1, GR1,2
Prácticas Profesionales	4	2º	
Realización de Documental	4	2º	GG1, GR1,2
Técnicas de Animación Audiovisual	4	2º	GG1, GR1,2
Trabajo Fin de Grado	4	2º	
Teorías de la Comunicación	1	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5

Estructura del Mercado Audiovisual	2	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Teoría y Análisis de la Imagen	1	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Historia de la Cinematografía	1	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Técnica y Edición de la Imagen Fija	1	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Cultura Visual	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Guion Audiovisual	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Técnica y Edición de Video y Sonido	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Teoría de la Comunicación Audiovisual	2	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Comunicación Audiovisual y Cambio Social	2	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Historia de los Medios Audiovisuales	2	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Narrativa Audiovisual	2	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Investigación en Comunicación	3	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Producción Audiovisual	3	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Técnica y Edición Multiplataforma	3	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Dirección y Gestión de Empresas Audiovisuales	3	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Realización Audiovisual	3	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Planificación y Realización de Proyectos Interactivos	4	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Promoción y Comercialización de Productos Audiovisuales	4	2º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Realización de los Géneros Televisivos	4	1º	GG1,GG2 GR1,2,3,4,5
Deontología de la Comunicación Audiovisual	3	1º	GG1, GR1,2
Documentación Audiovisual	3	1º	GG1, GR1,2
Formatos Radiofónicos	3	1º	GG1, GR1,2

Facultad de Ciencias de Comunicación			
Máster en Creación Audiovisual y Artes Escénicas			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
COMUNICACIÓN, CULTURA DIGITAL E INNOVACIÓN	1	1º	
SEMINARIO DE TENDENCIAS AVANZADAS EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	1	Anual	
DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y USO DE UN ENTORNO PERSONAL DE APRENDIZAJE	1	2º	
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA APLICADA Y PROSPECTIVA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	1	1º	

LA PUESTA EN ESCENA TEATRAL, MUSICAL, COREOGRÁFICA Y CINEMATOGRAFICA: PROCESOS CREATIVOS	1	2º	
CREACIÓN Y DESARROLLO DE LA MARCA PERSONAL EN LA RED PARA PROFESIONALES DEL SECTOR DEL ENTRETENIMIENTO	1	2º	
	1		
HIBRIDACIÓN ARTÍSTICA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA LA MÚSICA	1	1º	
INDUSTRIAS CREATIVAS Y ECONOMÍA: COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO AUDIOVISUAL	1	2º	
RELATO AUDIOVISUAL TRANSMEDIA	1	2º	
RELACIONES COMUNICACIONALES ENTRE MÚSICA, DANZA Y TEATRO	1	1º	
LA MÚSICA CLÁSICA EN SU CONTEXTO ESTÉTICO, SOCIAL Y DIDÁCTICO	1	2º	
DIÁLOGOS EN LAS ARTES AUDIOVISUALES Y ESCÉNICAS	1	1º	
LA MÚSICA Y EL FOLKLORE EN EL CINE	1	2º	
INTERDISCIPLINARIEDAD Y TRANSDISCIPLINARIEDAD EN LA PUESTA EN ESCENA MODERNA Y CONTEMPORÁNEA	1	1º	
TFM	1	2º	

Facultad de Ciencias de Comunicación			
Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
METODOLOGÍA GENERAL	1	1º	
COMUNICACIÓN, CULTURA DIGITAL E INNOVACIÓN	1	1º	
SEMINARIO DE TENDENCIAS AVANZADAS EN COMUNICACIÓN	1	1º	
TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA	1	2º	
MEDICIÓN Y EVALUACIÓN EN COMUNICACIÓN	1	2º	
LIDERAZGO Y HABILIDADES DIRECTIVAS	1	1º	
MARCA DIGITAL PERSONAL	1	2º	
LOBBY Y THINK TANKS	1	2º	
CIBERPOLÍTICA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA	1	1º	
MARCA Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA	1	1º	
DIRCOM: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN	1	2º	
ESTRATEGIA Y CREACIÓN PUBLICITARIA	1	1º	
TRANSPUBLICIDAD. NUEVA PUBLICIDAD PARA SOCIEDADES EN MOVIMIENTO	1	1º	
PUBLICIDAD INTERACTIVA DIGITAL	1	1º	
GLOCALIZACIÓN	1	2º	
FUNDRAISING Y CROWFUNDING	1	2º	
COMUNICACIÓN Y MINORÍAS	1	2º	
COMUNICACIÓN, CONFLICTO Y VIOLENCIA DE GÉNERO	1	2º	
COMUNICACIÓN PARA LA ACCIÓN SOCIAL	1	2º	
TFM	1	2º	

Facultad de Ciencias de Comunicación	
Máster en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa	

Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
COMUNICACIÓN, CULTURA DIGITAL E INNOVACIÓN	1	1	
METODOLOGÍA GENERAL	1	1	
SEMINARIO DE TENDENCIAS AVANZADAS EN COMUNICACIÓN	1	2	

Facultad de Bellas Artes			
Graduado/a en Bellas Artes			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Videoarte	3	2º	GG1, GR1, 2
Análisis de la Fotografía y el Cine	4	1º	GG1, GR1
Facultad de Bellas Artes			
Máster en Producción Artística Interdisciplinar			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
INTERDISCIPLINARIEDAD Y METODOLOGÍA EN ARTE, CIENCIA Y SOCIEDAD I	Y1	1º	
LENGUAJES ARTÍSTICOS CONTEMPORÁNEOS Y TECNOCENCIA	1	1º	

Facultad de Comercio y Gestión			
Graduado/a en Gestión y Administración Pública			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Comunicación de las Instituciones Públicas	2	2º	GG1, GR1,2
Prácticas Externas 1	4	1º	
Prácticas Externas 2	4	2º	
Trabajo Fin de Grado	4	2º	

Facultad de Comercio y Gestión			
Graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
Comunicación de las Instituciones Públicas	2	2º	GG1, GR1,2,3
Prácticas Externas 1	4	1º	
Prácticas Externas 2	4	2º	
Trabajo Fin de Grado	4	2º	

Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo			
Graduado/a en Estudios de Asia Oriental			
Asignatura	Curs o	Semest re	Grup os
Cultura Digital y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en Asia Oriental	2	2º	GG1, GR1
Prácticas Externas	4	2º	
Trabajo Fin de Grado	4	2º	

Facultad de Ciencias de la Educación			
Máster en Cultura de Paz, Conflictos, Educación y Derechos Humanos			
Asignatura	Curso	Semestre	Grupos
TIPOLOGÍAS DE LOS CONFLICTOS CONTEMPORÁNEOS	1	1º	
DERECHOS HUMANOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	1	1º	
GÉNERO Y PAZ	1	1º	
TEORÍA DE CONFLICTOS	1	1º	
PRÁCTICAS EXTERNAS	1	2º	
TRABAJO FIN DE MÁSTER	1	2º	

Facultad de Turismo			
Máster en Turismo Electrónico, Tecnologías Aplicadas a la Gestión y Comercialización de Turismo			
Asignatura	Curs o	Semest re	Grup os
LA MARCA Y LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN SITIOS WEB TURÍSTICOS	1	1º	
PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	1	2º	
TFM	1	2º	

2.2 Tesis doctorales

Título: LA COMUNICACIÓN EN LOS CONSERVATORIOS SUPERIORES DE MÚSICA EN ESPAÑA
Nombre: Haro, Rosario
Universidad: Universidad de Málaga
Departamento: Comunicación audiovisual y publicidad
Fecha de lectura: 15/07/2020
Programa de doctorado: Programa de Doctorado en Comunicación por la Universidad de Cádiz; la Universidad de Huelva; la Universidad de Málaga y la Universidad de Sevilla
Dirección:
Director: ANTONIO CASTILLO ESPARCIA
Codirector: Antonio Félix Narejos Bernabéu

Título: LA MÚSICA COMO INSTRUMENTO PROPAGANDÍSTICO EN EL PRIMER FRANQUISMO (1939 -1951)
Nombre: van Zummeren Moreno, Guillermo
Universidad: Universidad de Málaga
Departamento: Comunicación audiovisual y publicidad
Fecha de lectura: 14/07/2020

Programa de doctorado: Programa de Doctorado en Comunicación por la Universidad de Cádiz; la Universidad de Huelva; la Universidad de Málaga y la Universidad de Sevilla
Dirección:
Director: ANA ALMANSA MARTÍNEZ
Tutor/Ponente: ANA ALMANSA MARTÍNEZ

Título: RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN PARA UN FUNDRAISING SOSTENIBLE. PERSPECTIVAS INTERNACIONALES
Autor: TORRES MANCERA, ROCIO
Universidad: Universidad de Málaga
Departamento: Comunicación audiovisual y publicidad
Fecha de Lectura: 09/07/2020
Mención Europeo / Mención Internacional: Concedido
Programa de doctorado: Programa de Doctorado en Comunicación por la Universidad de Cádiz; la Universidad de Huelva; la Universidad de Málaga y la Universidad de Sevilla
Dirección: DE LAS HERAS PEDROSA, CARLOS

Título: PROTOCOLO Y CEREMONIAL DE ACCESO AL PODER EN LA ESPAÑA CONTEMPORÁNEA
Autor: SÁNCHEZ GONZÁLEZ, MARÍA DOLORES DEL MAR
Universidad: Universidad de Málaga
Departamento: Comunicación audiovisual y publicidad
Fecha de Lectura: 12/06/2020
Mención Europeo / Mención Internacional: Concedido
Programa de doctorado: Programa de Doctorado en Comunicación por la Universidad de Cádiz; la Universidad de Huelva; la Universidad de Málaga y la Universidad de Sevilla
Dirección: ALMANSA MARTÍNEZ, ANA (Director)

Título: APROXIMACIÓN AL FUNCIONAMIENTO DE LAS REDES DE CONOCIMIENTO DESDE UN ENFOQUE COMUNICATIVO: ESTUDIO DE CASOS MÚLTIPLES EN ANDALUCÍA SOBRE REDES EN EL MARCO DE LA COOPERACIÓN DESCENTRALIZADA PARA EL DESARROLLO HUMANO LOCAL
Autor: Blanco Morett, Alvaro
Universidad: Universidad de Málaga
Departamento: Comunicación audiovisual y publicidad
Fecha de Lectura: 13/03/2020
Programa de doctorado: Programa de Doctorado en Educación y Comunicación Social por la Universidad de Málaga
Dirección: GARCÍA LÓPEZ, MARCIAL (Director)

2.3. Proyectos de innovación educativa

2.3.1. Nombre del PIE: Aplicación de la gamificación a asignaturas del grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Investigadora principal: Ana Castillo Díaz.

Investigadores participantes: 10.

Entidad financiadora: Universidad de Málaga.

Referencia del proyecto: PIE19-103.

2.3.2. PIE19-213. Refotografía y arquitectura en el Mediterráneo

Persona responsable: José Muñoz Jiménez.

Miembros: Mireya Carballeda, Jonatan Ruíz Jaramillo, Luis García Pulido, Juan Gabriel Morales.
Entidad financiadora (código): UMA.

2.3.3. Proyecto de Innovación Educativa 19-008: El desarrollo de competencias profesionales en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la escritura del guion audiovisual (III)

Modalidad de proyecto: De investigación fundamental (incluyendo excavaciones arqueológicas, etc.).

Ámbito geográfico: Nacional

Grado de contribución: Investigador/a

Entidad de realización: Universidad de Málaga Tipo de entidad: Universidad.

Ciudad entidad realización: Málaga, Andalucía, España Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): María Jesús Ruiz Muñoz Tipo de participación: Miembro de equipo Fecha de inicio-fin: 2019 - 2021 Duración: 2 años Cuantía total: 1.500 €.

2.3.4. Proyecto de Innovación Educativa 19-199. Implementación de mejoras en las competencias y prácticas profesionales en el ámbito de la comunicación.

Una propuesta interuniversitaria

Modalidad de proyecto: De investigación fundamental (incluyendo excavaciones arqueológicas, etc.).

Ámbito geográfico: Nacional

Grado de contribución: Investigador/a

Entidad de realización: Universidad de Málaga

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad realización: Málaga, Andalucía, España Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Antonio Castillo Esparcia Tipo de participación: Miembro de equipo Fecha de inicio-fin: 2019 - 2021 Duración: 2 años Cuantía total: 1.700 €.

2.3.5 PIE19-101Galería Central

Investigadora principal: Natalia Meléndez y Ana Sedeño Valdellos

Investigadores participantes: 6.

Entidad financiadora: Universidad de Málaga.

Referencia del proyecto: PIE19-101.

2.3.6. PIE El Pódcast como herramienta educativa y de sensibilización social en el aula

IP: Paloma López Villafranca y Silvia Olmedo Salar

Financiación: Universidad de Málaga. Programa 2019-2021. Código: PIE 19-073. Importe: 1.500 euros.

Rol: Investigador Principal.

2.3.7. PIE 19-059 "Transversalización de los derechos humanos en la UMA: Formación, sensibilización, investigación y cooperación internacional" de la Universidad de Málaga. Importe total: 1.500 euros.

I.P.: Alejandro Alvarado Jodar

2.3.8. PIE II Voluntariado universitario para la capacitación y producción de contenidos audiovisuales en el centro de secundaria y tecnológico de la red rural de FyA en Piura, Perú / Entidad financiadora: Universidad de Málaga - Junta de Andalucía.

Agencia Andaluza de Cooperación (AACID) / Referencia del proyecto: 2018UF005 / Tipo de convocatoria: Autonómica / Entidades participantes: Universidad de Málaga, Federación Internacional Fe y Alegría. / Duración: Desde: 01/09/2019 Hasta: 31/10/2020 / N° meses: 12 / Investigadora principal: Concha Barquero / N° de investigadores participantes: 3.

I.P.: Concepción Barquero Artés.

2.3.9. Working title: Arguments Against Aggression Strategies and Tools against Hate Speech in Face-to-Face Encounters and in Social Media (AAA) / Entidad financiadora: Unión Europea / Referencia del proyecto: 2018-1-DE02-KA204-005060 /

Tipo de convocatoria: Erasmus+ Programme KA2 Strategic partnership developing innovation / Entidades participantes: Association Culture and Work, Germany (coordinator); Science Initiative Lower Austria, Austria; INTEGRA Institute for Development of Human Potentials, Slovenia; QUALED - Qualification & Education, Slovakia; University Malaga, Spain; Greek Academic Network, Greece; University Utrecht, Netherlands / Duración: Desde: 01/11/2018 Hasta: 31/10/2020 N° meses: 24 / Investigador principal: Wolfgang Eisenreich (SILA) y M^a Teresa Vera Balanza (UMA) / N° de investigadores participantes: 16 / Importe total del proyecto/contrato: 281.600 (Total), - 30.555 euros (UMA).

I.P.: Concepción Barquero Artés.

3. Actividad investigadora

3.1. Proyectos de investigación

3.1.1. Lobby y Comunicación en España. Análisis de las estrategias de comunicación

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Programa Nacional de I+D. Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad (Código de proyecto: CSO2016-79357-R). Duración: 2016-2020 (42 meses)

Investigador principal: Antonio Castillo Esparcia y Ana Almansa Martínez

Número de investigadores participantes: 9

3.1.1.2. Observatorio de los gabinetes de comunicación en Andalucía

Entidad financiadora: Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación –PAIDI 2020- (Código de proyecto: P18-RT-3243). Duración: 2020-2023 (36 meses)

Investigador principal: Antonio Castillo Esparcia y Ana Almansa Martínez

Número de investigadores participantes: 15

3.1.1.3. El juego de rol como herramienta interdisciplinar en la docencia.

Entidad financiadora: Universidad de Málaga (2019-2021). UMA PIE 085/19

Investigador principal: Carmen Cristofol

Número de investigadores principales: 6

3.1.1.4. Formación digital para docentes de asignaturas bilingües a través de píldoras de aprendizaje en entornos audiovisuales

Entidad financiadora: Universidad de Málaga. UMA CLIC-TECH

Investigador principal: Cristina Castillo

Número de investigadores principales: 16

3.1.1.5. Memoria(s), sociedad y cine en Andalucía. La mirada de nuestros mayores

Persona responsable: Nekane Parejo

Miembros: 8

Entidad financiadora: Plan Andaluz de Investigación I+D+i (PAIDI 2020). Código: P20_00112

3.1.1.6. Documentales agrarios y nacionalidades: estudio comparado de las producciones de los ministerios de agricultura de España, Francia e Italia (1930-1970)

Persona responsable: Ana Melendo Cruz y Pedro Poyato Sánchez.

Número de investigadores principales: 6

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, I+D+i Código: PID2019-105462GB-I00

3.1.1.7. Participación ciudadana 2.0, políticas públicas locales y estrategias de comunicación: el recorrido ciudadano para democratizar las instituciones (PPIT.UMA.B1.2017/25)

Investigadora principal: Isabel Ruiz Mora

Nº investigadores (incluye grupo de trabajo): 6 Ámbito: Local

Fecha inicio: Junio 2017 Fecha fin: Junio 2019

Entidad financiadora: I Plan Propio de Investigación y Transferencia Universidad de Málaga (Convocatoria 2017).

3.1.1.8. La crisis del european dream: hogar, identidad y éxodo en las representaciones audiovisuales

Persona responsable: Antonio Escalonilla y Araceli Rodríguez Mateos.

Miembros: Pablo Echart, Pilar Irala, Nekane Parejo, Paolo Russo, Javier Figuro, Marta Frago, Roberto Gelado. María Noguera, Raúl Álvarez y Pablo Alzola.

Entidad financiadora (código): Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, referencia HAR2017-85846-R. Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad.

3.1.1.9. Proyecto de Investigación del Plan Propio de la Universidad de Málaga “Las aplicaciones (apps) para la realización de textos audiovisuales en directo”.

Entidad financiera: Programa de Ayudas para el fomento de proyectos de investigación en Ciencias Sociales y Jurídicas, Humanidades, Arquitectura y Bellas Artes (Plan Propio de la Universidad de Málaga), Comisión de Investigación y Transferencia de la Universidad de Málaga. Investigador Principal: Miguel De Aguilera Moyano.

3.1.1.10. Proyecto de Investigación Del Plan Nacional “Transmedialización y crowdsourcing en las narrativas de ficción y no ficción audiovisuales, periodísticas, dramáticas y literarias”.

Entidad financiadora (código): Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. CSO2017-85965-P. Subvención: 84.700 €. Periodo de participación: desde el 01/01/2018 hasta el 31/12/2020. Tipo de dedicación: Única.

Investigador Principal: Domingo Sánchez-Mesa Martínez (Universidad de Granada) y Jordi Alberich Pascual (Universidad de Granada)

Miembros: Domingo Sánchez-Mesa Martínez, Jordi Alberich-Pascual, Jan Baetens, Miguel Gea Mejías, María Ángeles Grande Rosales, Javier Hernández Ruiz, María José Sánchez Montes, Ana Sedeño Valdellós, María Teresa Vilariño Picos, Francisco Javier Gómez Pérez, José Patricio Pérez Rufí, Antonio Alías Bergel, Mario de la Torre Espinosa, Juan Ángel Jódar Marín, José Manuel Ruiz Martínez, Enrique Estellés Arolas, Arnau Gifreu Castells, Eladio Mateos Miera, Rui Torres, Magdalena Trillo Domínguez, Francisco Javier Cantón Correa, Ildefonso Cordero Sánchez, Pablo Marín Escudero, Julia Nawrot, Sarai Adarve Martínez, María José Higuera Ruiz, Andrea Kaiser Moro, María Begoña López Ávila, Irene Parrilla Vallespín, Nieves Rosendo, Esther Sanz Urcia, Alba Torrebejano, Miguel Olea Romacho, Juanjo Balaguer Pérez.

3.1.1.11. La reputación de las organizaciones en una sociedad digital. Elaboración de una Plataforma Inteligente para la Localización, Identificación y Clasificación de Influenciadores en los Medios Sociales Digitales

Proyectos de investigación: CONVOCATORIA DE AYUDAS A PROYECTOS DE I+D+i EN EL MARCO DEL 30 PROGRAMA OPERATIVO FEDER

Entidad financiadora: Junta de Andalucía

Investigador principal: Carlos de las Heras Pedrosa

Número de investigadores participantes: 10

Grupos de investigación: Junta de Andalucía (SICA). SEJ-628

Nombre del grupo: Open Communication en Startups lideradas por mujeres. Estrategias competitivas para la diferenciación y la innovación

Investigador principal: Carlos de las Heras Pedrosa

Financia: Junta de Andalucía

Número investigadores: 10

3.1.1.12. Proyecto I+D: PRÁCTICAS DE LA SUBJETIVIDAD EN LAS ARTES CONTEMPORÁNEAS. RECEPCIÓN CRÍTICA Y FICCIONES DE LA IDENTIDAD DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO.

Persona responsable: Maite Méndez Baiges

Miembros del equipo de investigación

Maite Méndez Baiges (Investigadora Principal 1) (Universidad de Málaga), Luis Puelles Romero (Investigador Principal 2) (Universidad de Málaga), Carmen Cortés Zaborras, Isabel Garnelo Díez, Belén Ruiz Garrido, Eva Ramos Frendo (Universidad de Málaga).

Entidad financiadora (código): Referencia: HAR2016-75662-P

Proyecto I+D: PROGRAMA ESTATAL DE FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TÉCNICA DE EXCELENCIA, SUBPROGRAMA ESTATAL DE GENERACIÓN DEL CONOCIMIENTO MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES.

Plazo de ejecución: DEL 30/12/2016 AL 29/12/2020. Prorrogado hasta 29 de junio de 2021.

3.1.1.13. NAR-TRANS 2 “Transmedialización y crowdsourcing en las narrativas de ficción y no ficción audiovisuales, periodísticas, dramáticas y literarias”.

Universidad de Granada (2018-actualidad). Nar-Trans2 (CSO2017-89657-P).

3.1.1.14. Proyectos de I+D del Plan Estatal de Fomento de la Investigación Científica del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

Persona responsable: Ip Domingo Sanchez Mesa y Jordi Alberich (IP2).

Miembros: Maria Jose Sanchez Montes, Magdalena Trillo, Maria Teresa Vilariño, Mario de la Torre Espinosa, Juanjo Balaguer, Francisco Javier Pérez Gomez, Jose Patricio Pérez Rufi, Marai Angeles Grande Rosales, Jan Baetens, Jose Manuel Ruiz Martinez, Rui torre, Eladio Mateos, Fco. Javier Cantón, Ildefonso Corderon, Pablo Marin Escudero, Julia Nawrot, Sarai Adarve, Maria

Jose Higuera, Alba Torrebajno, Andrea Kaiser, Irene Parrilla, Nieve Rosendo, Arnau Gifreu, Juan Angel Jodar.

Entidad financiadora (código): (CSO2017-89657-P) . Proyectos de I+D del Plan Estatal de Fomento de la Investigación Científica del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

3.1.1.15. Proyecto "Audiovisual y Performance: observatorio de tecnología audiovisual para espectáculos escénicos"

Proyecto Precompetitivo de la Universidad de Málaga. Persona Responsable: José Vicente Iranzo Benito (2015 hasta actualidad).

Entidad financiadora (código): Proyectos de ciencias Sociales, Humanidades. Proyecto precompetitivo de la Universidad de Málaga. Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Málaga.

3.1.1.16. Las aplicaciones (APPS) para la realización de textos audiovisuales en directo

Modalidad de proyecto: De investigación y desarrollo incluida traslacional Ámbito geográfico:

Nacional Grado de contribución: Investigador/a Entidad de realización: Universidad de Málaga

Tipo de entidad: Universidad.

Ciudad entidad realización: España.

Nº de investigadores/as: 8.

Tipo de participación: Miembro de equipo Nombre del programa: Plan Propio de la Universidad de Málaga, Línea B.3.

Ayudas para el Fomento de Proyectos de Investigación en Ciencias Sociales y Jurídicas, Humanidades, Arquitectura y Bellas Artes en la Universidad de Málaga Fecha de inicio-fin: 01/01/2019 - 2021 Duración: 2 años Cuantía total: 5.000 €.

3.1.1.17. Título del proyecto: Acciones para la gestión de proyectos en comunicación con perspectiva de género para el fortalecimiento de los grupos y la creación de redes europeas.

Entidad financiadora: Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación, dentro de las ayudas para la promoción de empleo joven e implantación de la Garantía Juvenil en I+D+i en el Subprograma Estatal de Incorporación, del Programa Estatal de Promoción del Talento y su Empleabilidad en I+D+i, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2017-2020. (BOE núm. 127, de 25 de mayo de 2018).

Referencia del proyecto: PEJ2018-002796-A

Financiación concedida: 32.844 euros

Tipo de convocatoria: Nacional

Duración: Desde: 2019 Hasta: 2021. Nº meses: 24.

Investigadora principal: Inmaculada Postigo Gómez.

3.1.1.18. Título del proyecto: Non-formal Skills improvement and recognition for adults learners

Entidad financiadora: Comisión Europea. Erasmus+ Programme. Proyectos K2 para la cooperación, innovación e intercambio de buenas prácticas.

Referencia del proyecto: 2020-1-ES01-KA204-082195, SKILLS REC

Financiación concedida: 152.825 €

Tipo de convocatoria: Europea.

Duración: Desde: 01/09/2020 Hasta: 31/08/2022 N° meses: 24.

Investigadora principal: Teresa Vera Balanza (UMA)

Investigadora del equipo perteneciente al Dpt. CAVP: Inmaculada Postigo Gómez

3.1.1.19. Título del proyecto: Arguments Against Aggression: Strategies and Tools against Hate Speech in Face-to-Face Encounters and in Social Media.

Entidad financiadora: Comisión Europea. Erasmus+ Programme. Proyectos K2 para la cooperación, innovación e intercambio de buenas prácticas.

Referencia del proyecto: 2018-1-DE02-KA204-005060

Financiación concedida: 272.715 euros.

Tipo de convocatoria: Europea.

Duración: Desde: 2018 Hasta: 2020. N° meses: 24.

Investigadora principal: Karin Drda-Kühn (coord) / Teresa Vera Balanza (UMA).

Investigadora del equipo perteneciente al Dpt. CAVP: Inmaculada Postigo Gómez.

3.1.1.20. Título del proyecto: Red temática libertad de expresión y seguridad de periodistas

Entidad financiadora: Universidad de Málaga. Plan propio de investigación y transferencia.

Duración: Desde: 01/06/2018 Hasta: 01/06/2020. N° meses: 24.

Investigador principal: Bernardo Díaz Nosty.

Investigadora del equipo perteneciente al Dpt. CAVP: Inmaculada Postigo Gómez.

3.1.1.21. Título del proyecto: Prodsusage juvenil en las redes sociales y manifestación de las desigualdades de género: nuevas formas de violencia.

Entidad financiadora: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.

Financiación concedida: 26.620 euros.

Referencia del proyecto: FEM2017-83302-C3-2-P.

Tipo de convocatoria: Plan Nacional de I+D. Programa Estatal de fomento de la investigación científica y técnica de excelencia; Subprograma estatal de generación del conocimiento.

Entidades participantes: Universidad de Málaga, Universidad de Sevilla, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad de Cádiz.

Duración: Desde: 01/01/2018 Hasta: 01/01/2022. N° meses: 48.

Investigadora principal: Inmaculada Postigo Gómez, Teresa Vera Balanza.

Nº de investigadores participantes: 11.

Proyecto de Investigación Del Plan Nacional “Impacto de la desinformación en el periodismo: contenidos, rutinas profesionales y audiencias”. Entidad financiadora (código): Ministerio de Ciencia e Innovación. PID2019-108956RB-I00. Subvención: 42.350 €. Periodo de participación: desde el 21/01/2020 hasta el 30/12/2022. Investigador Principal: Palomo, Bella.

3.2. Grupos de investigación

3.2.1. HUM 584 Observatorio de prospectiva cultural. Andalucía: de la Teoría de la Dependencia a la eclosión contracultural (1960-1980)

Persona responsable: José Antonio González Alcantud.

Miembros: en total 5.

Entidad financiadora (código): CSO2015-66637-R.

3.2.2. Las Relaciones Públicas en la Pequeña y Mediana Empresa

Investigador principal: Antonio Castillo Esparcia

Financiación: Junta de Andalucía. Código: SEJ340

3.2.3. SEJ 435. Contenidos Audiovisuales Avanzados

Persona responsable: Miguel de Aguilera Moyano.

3.2.4. Formación digital para docentes de asignaturas bilingües a través de píldoras de aprendizaje en entornos audiovisuales

Persona responsable: Cristina Castillo

Miembros: 16

Entidad financiadora (código) UMA CLIC-TECH

3.2.5. Investigación y tecnología de bienes culturales

Persona responsable: Miguel de Aguilera.

Miembros: 9.

Entidad financiadora: Junta de Andalucía, código: HUM-428.

3.2.6. SEJ390: Investigación sobre Transformaciones en el Ecosistema de la Comunicación

Ámbito geográfico: Nacional Grado de contribución: Investigador/a Entidad de realización: Universidad de Málaga

Tipo de entidad: Universidad.

Ciudad entidad realización: Málaga, Andalucía, España Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): María Jesús Ruiz Muñoz Tipo de participación: Miembro de equipo Fecha de inicio-fin: 24/05/2012 – 2021.

3.2.7. Metodología y Herramientas para la Investigación en Cultura Visual (MHICV) (HUM-999). Zona de desarrollo sectorial: Protección y Patrimonio Cultural (PPC). PAIDI.

Universidad de Málaga. Desde 2/06/2017 a la actualidad (en vigencia).

Bajo la dirección de Ruiz del Olmo, Javier.

3.2.8. Feminismo, comunicación y cooperación para la justicia social

Referencia SEJ 635 (Grupo PAIDI)

Entidad Financiadora: Junta de Andalucía

Investigadora principal: Inmaculada Postigo Gómez

3.2.9. SEJ-612. Media & Data Innovation Observatory.

Persona Responsable: Bella Palomo.

Miembros: 10.

3.3. Contratos de investigación

3.3.1. Cátedra de videojuegos, gamificación y juegos serios.

Empresa contratante: Ayuntamiento de Málaga

Duración del contrato: 23/02/2019 a 31/12/2019

Importe: 40.000€

Investigador principal: Antonio José Fernández Leiva.

Institución/Empresa/Hospital: Junta de Andalucía. Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación

3.3.2. Realización de Plan de Sensibilización en Violencia de Género

Investigadora miembro del equipo: Inmaculada Postigo Gómez

Actividad desarrollada: Realización de Plan de Sensibilización en Violencia de Género

Duración: desde: 01/09/2019 hasta: 31/08/2020 Total meses: 12.

Interés para la docencia y/o la investigación: Consultoría que arroja el estado de las políticas de igualdad desarrolladas por la Junta de Andalucía y propone un plan de acción de ejecución de mejoras. Contrato Otri Junta de Andalucía.

3.4. Publicaciones

3.4.1 Artículos

3.4.1.1. Ana Almansa Martínez, Vanessa Díaz Jiménez

Título: La mujer en política en España. El caso de las presidencias de las comunidades autónomas

Revista: Más poder local, ISSN-e 2172-0223, Nº. 42, págs. 44-48

Fecha publicación: 2020

3.4.1.2. Marta Gil, Ruth Gómez de Travesedo y Ana Almansa-Martínez

Título: YouTube y coronavirus: análisis del consumo de vídeos sobre la pandemia COVID-19

Revista: *Revista Latina de Comunicación Social*

DOI: 10.4185/RLCS-2020-1471 Fecha publicación: 2020

3.4.1.3. Viena Medina, Ana Almansa-Martínez, Magda León y Deborah Torres

Título: Gestión del conocimiento y capital social en la universidad. El caso de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana

Revista: *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*

DOI: 10.5007/1518-2924.2020.e72536 Fecha de publicación: 2020

3.4.1.4. Ana Almansa-Martínez y Elizabet Castellero- Ostio

Título: Lóbis espanhóis no Registo Europeu de Transparência

Revista: Comunicação e Sociedade (Scopus), pp. 109-126

[https://doi.org/10.17231/comsoc.0\(2020\).2743](https://doi.org/10.17231/comsoc.0(2020).2743)

Fecha publicación: 2020 País: Portugal

3.4.1.5. Ana Almansa-Martínez; Ana Belén Fernández-Souto

Título Professional Public Relations (PR) trends and challenges

Revista: El profesional de la información (JCR), Vol. 29, Nº 3, 2020, pp. 01-06

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.03>

Fecha publicación: 05/05/2020 País: España.

3.4.1.6. Almansa, A., Castillo, A. & Moreno, A. (2019). Redes sociales y organizaciones no gubernamentales. Análisis de las principales ONG de España y sus acciones de lobby. Revista Alcance 9(22). ISSN: 2411-9970.

3.4.1.7. Almansa, A y Moreno, A. (2020). Historia y evolución de las relaciones públicas. En Fernández-Camacho, C. y Romero-Rodríguez, L. M. (coords.) Manual de Fundamentos de las Relaciones Públicas. Mc Graw Hill, Madrid.

3.4.1.8. Castellero, E., Castillo, A. & Moreno, A. (2020). Comunicación política y protocolo en las instituciones europeas. El caso de los grupos de interés. Altamiro, V., Marín, PP., Dafonte, A. (coords.) Nuevos Paradigmas. Revista Comunicativos. ISBN: 978-84-368-4252-4.

3.4.1.9. Moreno, A. (2020). El Protocolo como Acto de Comunicación Organizacional en la Gestión de los Públicos. Revista Estudios Institucionales, 8(13). p-151-184.

3.4.1.10. Carrasco Santos MJ, Cristofol Rodriguez C, Royo Rodríguez, E. Why Is the Spanish Hotel Trade Lagging So Far Behind in Gender Equality? Sustainability 2020, 12, 4423; <https://doi.org/10.3390/su12114423> (JCRQ2).

3.4.1.11. Cristófol, F. J., Galmés-Cerezo, M. y Cristófol-Rodríguez, C. (2019). La creación de eventos integrados: El caso Cervezas Victoria en el Carnaval de Málaga. Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication, 10(2), <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.12>

3.4.1.12. Cristófol Rodríguez C, Meliveo Nogués P., Cristòfol, (2020) F.J. Release of the Fourth Season of Money Heist: Analysis of Its Social Audience on Twitter during Lockdown in Spain. En Information. (ISSN 2078-2489) Q3 Scopus.

3.4.1.13. Cristofol Rodríguez, C., Martínez-Sala, A, Segarra Saavedra, J., (2019) Estrategia de comunicación digital en el sector franquicias de moda. El caso de Zara en Facebook / Digital communication strategy in the fashion franchise sector. The Zara case on Facebook, Área Abierta, Vol. 19, 2, Universidad Complutense de Madrid, España ISSN: 1578-8393.

3.4.1.14. Galmés Cerezo, M., Cristófol Rodríguez C., y Cristófol, F.J. (2019). Aplicación del Design Thinking a la creación de eventos experienciales. Animus, Revista Interamericana de Comunicaçao Midiatica 18 (37). <http://dx.doi.org/10.5>

3.4.1.15. Cristòfol, F.J., Martínez-Ruiz, A., Román-Navas, I., Cristófol-Rodríguez, C. EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE PATROCINIO EN LOS E-SPORTS EN ESPAÑA: 2013-2021. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, número 48, edición de primavera (2020).

Revista Inclusiones Vol: 7 núm. Especial (2020): 306-324. (ESCI)

3.4.1.16. Villena Alarcón, E., Fernández Torres, M. J., & Carmen, C. R. (2020). La comunicación de las empresas de moda en TikTok: ASOS como caso de estudio. Redmarka. Revista de Marketing Aplicado, 24(2), 95-109.

<https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.7071>

3.4.1.17. Agustín Gómez Gómez (2019). El paisaje y su poder transformador. En Marion Le Corre-Carrasco, Philippe Merlo-Morta (eds). *Manuel Gutiérrez Aragón. Mitos, religiones y héroes* (pp. 51-64). Lyon, Auvergne (Francia): Grimh. ISBN 978-2-86272-715-8.

3.4.1.18. Agustín Gómez Gómez & Nekane Parejo (2020). Autorretrato, retrato de familia y autoficción en *Días de agosto* (2005) de Marc Recha. *Revista de Comunicación*. 19 - 1, pp. 109 - 123. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A7>

3.4.1.19. Agustín Gómez Gómez (2020). Lugares, territorios y paisajes en el documental franquista. El caso de Bosques amigos (1941) del Marqués de Villa Alcázar. *Ámbitos. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. 43, pp. 35 – 46.

3.4.1.20. Agustín Gómez Gómez & Nekane Parejo (2020). Cuatro adaptaciones españolas de El alcalde de Zalamea al lenguaje cinematográfico. En Hanno Ehlicher y Christian Grünngel (eds.), *Calderón más allá de España: Traslados y transferencias culturales* (pp. 177 – 202). Kassel, Kassel(Alemania): Edition Reichenberger. ISBN 978-3-967280-09-8. Colección: Teatro del Siglo de Oro.

3.4.1.21. Agustín Gómez Gómez (2020). Las películas documentales de José Neches para el ministerio de Agricultura a través de la documentación del Archivo General de la Administración. *Representaciones del mundo rural: del documental agrario a las incursiones del campo en el cine de ficción*. pp. 35 - 60. Córdoba (España): UCO Press, 2020. ISBN 978-84-9927-552-9.

3.4.1.22. Gonçalves, G.; Ruiz-Mora, I. (2020). A ética das Relações Públicas. Um estudo comparativo dos códigos de conduta profissional em Espanha e Portugal e o código da Global Alliance for Public Relations and Communication Management. *El profesional de la información*, 29 (3), e290316.

e-ISSN: 1699-2407. Editor: EPI - Profesional de la información.

Indicios de calidad: Índice de impacto: 1.505, WoS Social Sciences Citation Index (Q2), 2019, Área Communication. Índice de impacto: 0,48; SJR Scopus (Q1), 2019, Cultural Studies. Google Scholar Metrics (GSM), H5 index: 36.

Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.16>. 3

3.4.1.23. Álvarez-Nobell, A.; Castillo-Esparcia, A.; Ruiz-Mora, I. (2020). Automatizaciones en la gestión de la comunicación en las instituciones públicas. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 48, 10-33. ISSN: 1139-1979 eISSN: 1988-573. Editor: Universidad de Sevilla.

Indicios de calidad: Revista incluida en Dialnet, Catálogo Latindex, ErihPlus, CSIC (ISOC), Redalyc, Dulcinea, RISSC, MiAR ICDS = 3.8, Resh: C; Clasificación CIRC C. Google Scholar Metrics (GSM), H5 index: 10. Doi: <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i48.02>.

3.4.1.24. Pineda-Martínez, P.; Ruiz-Mora, I. (2019). Comunicación interna y narrativas transmedia, nuevas estrategias para la empresa responsable. Estudio de caso de Telefónica. *EI profesional de la Información*, 28(5), e280524. eISSN: 1699-2407. Editor: EPI - Profesional de la información.

Indicios de calidad: Índice de impacto: 1, 505, WoS Social Sciences Citation Index (Q2), 2019, Área Communication. Índice de impacto: 0,48; SJR Scopus (Q1), 2019, Cultural Studies. Google Scholar Metrics (GSM), H5 index: 36.

Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.24>.

3.4.1.25. Guerrero-Navarro, D.; Ruiz-Mora, I. (2019). La RSE del fútbol profesional español en los medios de comunicación. Análisis de la presencia mediática de las fundaciones de los clubes. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, IX (18), 143-160. ISSN: 2174-3681. Editor: Instituto Investigación en Relaciones Públicas / UMA.

Indicios de calidad: Revista incluida en Emerging Source Citation Index (ESCI - Thomson Reuters), Academic Search Premier, Fuente Academica Plus, DOAJ, Dialnet Metrics. ERIH PLUS, Catálogo Latindex, Dulcinea, e-Revistas, DICE, RESH (C), CIRC, ISOC, ULRICH, EBSCO, DOAJ, REBIUN, MIAR (ICDS = 9.5), Ranking REDIB. Google Scholar Metrics (GSM), H5 index: 8.

Doi: <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-18-2019-08-143-160>.

3.4.1.26. Álvarez-Nobell, A.; Castillo-Esparcia, A.; Ruiz-Mora, I. (2020). Automatizaciones en la gestión de la comunicación en las instituciones públicas. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 48, 10-33. ISSN: 1139-1979 eISSN: 1988-573. Editor: Universidad de Sevilla.

Indicios de calidad: Revista incluida en Dialnet, Catálogo Latindex, ErihPlus, CSIC (ISOC), Redalyc, Dulcinea, RISSC, MiAR ICDS = 3.8, Resh: C; Clasificación CIRC C. Google Scholar Metrics (GSM), H5 index: 10.

Doi: <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i48.02>.

3.4.1.27. Pineda-Martínez, P.; Ruiz-Mora, I. (2019). Comunicación interna y narrativas transmedia, nuevas estrategias para la empresa responsable. Estudio de caso de Telefónica. *EI profesional de la Información*, 28(5), e280524. eISSN: 1699-2407. Editor: EPI - Profesional de la información

Indicios de calidad: Índice de impacto: 1, 505, WoS Social Sciences Citation Index (Q2), 2019, Área Communication. Índice de impacto: 0,48; SJR Scopus (Q1), 2019, Cultural Studies. Google Scholar Metrics (GSM), H5 index: 36. Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.24>.

3.4.1.28. Guerrero-Navarro, D.; Ruiz-Mora, I. (2019). La RSE del fútbol profesional español en los medios de comunicación. Análisis de la presencia mediática de las fundaciones de los clubes. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, IX (18), 143-160. ISSN: 2174-3681. Editor: Instituto Investigación en Relaciones Públicas / UMA.

Indicios de calidad: Revista incluida en Emerging Source Citation Index (ESCI - Thomson Reuters), Academic Search Premier, Fuente Academica Plus, DOAJ, Dialnet Metrics. ERIH PLUS, Catálogo Latindex, Dulcinea, e-Revistas, DICE, RESH (C), CIRC, ISOC, ULRICH, EBSCO, DOAJ, REBIUN, MIAR (ICDS = 9.5), Ranking REDIB. Google Scholar Metrics (GSM), H5 index: 8.

Doi: <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-18-2019-08-143-160>.

3.4.1.29. Castillero, Elizabet. Los think tanks en España. Análisis de sus estrategias de comunicación digitales (2020), *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 253-273. doi: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1457%20> (Indización: SJR, Q2).

Castillero, Elizabet. Lóbis espanhóis no registo europeu de transparência (2020), *Comunicação e Sociedade*, 109-126. doi: [https://doi.org/10.17231/comsoc.0\(2020\).2743](https://doi.org/10.17231/comsoc.0(2020).2743) (Indización: SJR, Q3).

3.4.1.30. Castillero, Elizabet. Imagen y título de portada como elementos estratégicos de comunicación política en YouTube: uso por parte de la esfera política española (2020), *adComunica. Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, 20, 255-282.

doi: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.11> (Indización: WOS, ESCI).

3.4.1.31. Castillero, Elizabet. Investigación en comunicación. Metodologías, temáticas y fuentes (2019), *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 9, 197-218. doi: <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-18-2019-11-197-218> (Indización: WOS, ESCI).

3.4.1.32. Castillero, Elizabet. Las relaciones Iglesia-Estado durante el régimen franquista. Estudio de su evolución histórica reflejada en la celebración de actos oficiales (2019), *Historia y comunicación social*, 24, 61-76. doi: <https://doi.org/10.5209/hics.64466> (Indización: SJR, Q1).

3.4.1.33. Gil Ramírez, Marta; Gómez de Travesedo Rojas, Ruth y Almansa Martínez, Ana. (2019). Politainment y personalización política. ¿De la televisión a YouTube? *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1542-1564. doi: 10.4185/RLCS-2019-1398-81.

3.4.1.34. Gómez de Travesedo Rojas, Ruth y Gil Ramírez, Marta. (2019). Vestir la política: la indumentaria como estrategia en comunicación electoral, *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 9 (18), 95-118. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-18-2019-06-95-118>

3.4.1.35. Gómez de Travesedo Rojas, Ruth y Gil Ramírez, Marta. (2019). Comer y beber con glamour para no perder la línea: los sectores de alimentación y bebida en la publicidad de las revistas femeninas. *Revista Inclusiones*, 6, 185-208.

3.4.1.36. Gil-Ramírez, Marta, Gómez-de-Travesedo-Rojas, Ruth y Almansa-Martínez, Ana. (2020). Debate político en YouTube: ¿revitalización o degradación de la deliberación democrática? *El Profesional de la Información*, 29 (6). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.38>

3.4.1.37. Gil Ramírez, Marta, Gómez de Travesedo Rojas, Ruth y Almansa Martínez, Ana (2020). YouTube y coronavirus: análisis del consumo de vídeos sobre la pandemia COVID-19. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 121-153. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1471>

3.4.1.38. Gil Ramírez, Marta y Gómez de Travesedo Rojas, Ruth (2020). Gestión de la política española en YouTube. Una asignatura pendiente. *Observatorio (OBS*)*, 14(1), 22-44. <https://doi.org/10.15847/obsOBS14120201491>

3.4.1.39. Gómez de Travesedo Rojas, Ruth y Gil Ramírez, Marta (2020). De Twitter a Instagram: ¿Qué red social eligen las revistas de moda y belleza? *Icono14*, 18 (1), 179-204. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1395>.

3.4.1.40. Gil Ramírez, Marta, Castellero Ostio, Elizabet, y Gómez de Travesedo Rojas, Ruth (2020). Imagen y título de portada como elementos estratégicos de comunicación política en YouTube: uso por parte de la esfera política española. *AdComunica*, 255-282. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.11>

3.4.1.41. Gómez de Travesedo Rojas, Ruth y López Villafranca, Paloma (2020). La mujer en el discurso publicitario de alimentos para intolerantes: del reclamo de la salud a la perfección estética. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 14(1), 53-64.

3.4.1.42. Gómez de Travesedo Rojas, Ruth y Gil Ramírez, Marta (2020). Generación Z y consumo de información política: entre la televisión y los nuevos formatos mediáticos. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 50, 62-79.

3.4.1.43. Castillo, A., Carrillo-Durán, M. V. y Luengo-Chávez, G. (2019). La comunicación de la marca de las cadenas hoteleras a través de sus sedes web: propuesta de un modelo para su gestión. *Palabra Clave*, 22(2), e22211. DOI: 10.5294/pacla.2019.22.2.11.

- 3.4.1.44. Castillo-Esparcia, A., Castellero-Ostio, E., & Castillo-Díaz, A. (2020). Los think tanks en España. Análisis de sus estrategias de comunicación digitales. *Revista Latina De Comunicación Social*, (77), 253-273. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1457>
- 3.4.1.45. Esteva-Montero, A.; Saladrigas-Medina, H.; Castillo Díaz, A. (2019). Intangibles para la academia. Aproximaciones teóricas. Alcance. *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 20 (8), pp. 118-129.
- 3.4.1.46. Parejo, N. (2020). La fotografía en el cine de Pedro Almodóvar. *Revista Discursos fotográficos*, 16 (29), pp. 44-75. DOI: <http://dx.doi.org/10.5433/1984-7939.2020v16n29p44>
- 3.4.1.47. Gómez Gómez, A. y Parejo, N. (2020). Autorretrato, retrato de familia y autoficción en *Días de agosto* (2005) de Marc Recha. *Revista de Comunicación*, 19 (1). DOI: <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A7>
- 3.4.1.48. Gómez Gómez, A. y Parejo, N. (2020). Cuatro adaptaciones españolas de *El alcalde de Zalamea* al lenguaje cinematográfico. En *Calderón más allá de España: Translados y transferencias culturales*, Hanno Ehrlicher y Christian Grünngel (eds.). Kassel (Alemania): Edition Reichenberger. ISBN: 978-3-967280-09-8.
- 3.4.1.49. Pérez-Rufí, José Patricio (2020). La visibilidad de la autoría en el videoclip post-televisivo: la dignificación del vídeo musical a través de la reivindicación de los creadores en los títulos de créditos. *Kepes*, 21, 145-170. <https://doi.org/10.17151/kepes.2020.17.21.6>
- 3.4.1.50. Pérez-Rufí, José Patricio y Maestre-Valverde, Águeda María (2020). The spatial-temporal fragmentation of live television video clips: analysis of the television production of the Eurovision Song Contest. *Communication & Society*, 33(2), 17-31. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.17-31>
- 3.4.1.51. Ruiz Muñoz, María Jesús y Pérez-Rufí, José Patricio (2020). Hermanas, amigas y compañeras en serie. La ficción coral femenina española de las televisiones generalistas y plataformas VOD (1990-2019). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26(2), 807-826. <https://doi.org/10.5209/esmp.67828>
- 3.4.1.52. Pérez-Rufí, José Patricio y Béjar Cortés, José Luis (2020). Éxitos y fracasos de la televisión lineal en España entre 2017 y 2019: la audiencia rechaza los nuevos formatos de entretenimiento. *Razón y palabra*, 24, 108, 268-297. <https://doi.org/10.26807/rp.v24i108.1667>
- 3.4.1.53. De-Aguilera-Moyano, Miguel; Castro-Higueras, Antonio; Pérez-Rufí, José Patricio. (2019). Entre broadcast yourself y broadcast whatever: la página de inicio de YouTube como

síntesis de su estrategia empresarial. *El Profesional de la Información*, 28(2), 1-14. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.06>

3.4.1.54. Pérez-Rufí, José Patricio y Jódar-Marín, Juan Ángel (2019). Cine 3D español: experiencias del cine estereoscópico 3D durante los años del franquismo. *Palabra Clave*, 22(3), 1-22. <http://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.3.2>

3.4.1.55. Pérez-Rufí, José Patricio y Castro Higuera, Antonio (2019). Producción de cine en España: el éxito condicionado por las empresas participantes. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11 (1), 169-178. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.3>

3.4.1.56. Muñoz Jiménez, José (2019). Fotografía y luz realista en el cine. El encuentro de Sven Nykvist e Igmarr Bergman. En Lopez Villafranca, Paloma, Niño González, José Ignacio y Solano Santos, Luis Felipe (Coords.). *La comunicación como relato*. Madrid: Pirámide.

3.4.1.57. Muñoz Jiménez, José (2019). Cine en Marruecos I, introducción a la etapa colonial. Desde los comienzos del cine a la independencia de Marruecos. En Óliver Carrero Márquez, Carmen del Rocio Monedero Morales y Mónica Viñarás Abad (Coords.). *La nueva comunicación del siglo XXI*. Madrid: Pirámide.

3.4.1.58. Muñoz Jiménez, José (2019). Marruecos, la fotografía entre su inicio y el cine. Reflexiones metodológicas. En González Alcantud, José Antonio (Ed.). *Culturas de frontera. Andalucía y Marruecos en el debate de la modernidad*. Barcelona: Anthropos.

3.4.1.59. Muñoz Jiménez, José (2019). "Fotografía, memoria e identidad". En *Revista de comunicación de la SEECI (Sociedad de Estudios de la Comunicación Iberoamericana)* nº 49. Editora: María Dolores Ochoa Ochoa.

3.4.1.60. Muñoz Jiménez, José (2020). Fotografía y antropología, relaciones dispares. En Lison Tolosana, Carmelo, Calatrava, Juan y Rojo, Sandra (Eds.). *Antropología y orientalismo. Homenaje a José Antonio González Alcantud*. Granada: Editorial UGR.

3.4.1.61. Muñoz Jiménez, José (2020). Contracultura y fotografía. Reflejo del cambio e inspiración del movimiento. En González Alcantud, José Antonio (Ed.). *Europa y la contracultura*. Madrid: Abada.

3.4.1.62. Muñoz Jiménez, José (2020). "Casablanca y las formas del olvido". En *Revista Anthropos* nº 252. Editora: Anthropos Editorial.

3.4.1.63. López Raya, C., y Rodríguez López, M. (2019). Málaga. Día de la Historia. Una experiencia para acercar la historia a alumnos de Infantil y Primaria. *Aularia*, 8(1), 041-044. <http://www.aularia.org/ContadorArticulo.php?idart=349>

3.4.1.64. Smolak, L., Martinho, T. (2021). La Esfera Pública digital en tiempos de pandemia. Análisis de conversaciones digitales durante el confinamiento. En: *Nuevas tendencias en la comunicación digital*. Fragua. ISBN. 978-84-7074-915-5 -Martinho, T. (2020). Comunidad Fan y Activismo a través de Narrativas Transmedia. Estudio de caso de Mylo Xyloto y Year Zero. *Revista Inclusiones*, vol. 7, oct-dic 2020, pp. 161-180

3.4.1.65. Martinho, T., Alba, S. (2019). El universo transmedia de Year Zero: "Art is resistance", en Sedeño, A. (Coord.), (2019). *Arte, activismo y comunicación en el ámbito académico* (pp. 141 a 157). Dykinson.

3.4.1.66. De las Heras, C., Pastor, L., Martinho, T. (2018). Stakeholders en las Instituciones y Administraciones Públicas, en De las Heras, C. (ed. et. al.), (2018): *Gestión de la Comunicación en Instituciones* (pp. 33-53). Pearson Educación.

3.4.1.67. Martinho, M. Resumen de libro. "El Poder en Escenas". *Revista de Estudios Políticos*, nº 86. Oct-Dic 1994 (pp 474-476).

3.4.1.68. Sedeño-Valdellós, Ana y Schubert, Hanna: Product placement en el videoclip musical mainstream: análisis de los casos más visualizados en YouTube de 2015 a 2019. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26(4), 1599-1610. <https://doi.org/10.5209/esmp.69212>.

3.4.1.69. Alberich-Pascual, J. Y Sedeño-Valdellós, A. Videoactivismo online y problematización del concepto de autoría. El Anonimato en el colectivo audiovisual Malaguistán. *Revista Signa*, 28, 2019. 353-371.

3.4.1.70. Mateos, C. & Sedeño-Valdellós, A. (2018). Video activism: The poetics of symbolic conflict. Videoartivismo: Poética del conflicto *simbólico*. *Comunicar*, 57, 49-58. <https://doi.org/10.3916/C57-2018-05>.

3.4.1.71. Aguilera, Miguel de, Cancelo, Mercedes, Barquero, José Daniel (2019): "The European Perspective of the Labour Market for Graduates in Business Administration: The Spanish case". *European Accounting and Management Review*, vol. 5 (1), 47-68. DOI: 10.26595/eamr.2014.5.1.3

3.4.1.72. Aguilera, Miguel de, Castro, Antonio, Pérez Rufi, Patricio (2019): "Entre *Broadcast Yourself* y *Broadcast Whatever*: La página de inicio de *YouTube* como síntesis de su identidad

empresarial". (English version: "Between *Broadcast Yourself* and *Broadcast Whatever*: YouTube's homepage as a synthesis of its business strategy"). *El Profesional de la Información*, 28 (2), (e280206), 1-14. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.06>.

3.4.1.73. Sosa Valcárcel, Aimiris, Quintana Pujalte, Andrea Leticia, Aguilera Moyano, Miguel de (2019): "El poder de la comunicación en Cuba. Análisis crítico de los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación, entre los años 1959-2008". *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 139, 129-149.

3.4.1.74. Repiso, R., de Aguilera, M., & Castillo Esparcia, A. (2019). "Reseñas bibliográficas como elemento de similitud entre revistas. Análisis de la categoría Comunicación en Web of Science". *Revista General De Información Y Documentación*, 29 (1), 191-208. <https://doi.org/10.5209/rgid.64550>

3.4.1.75. Mena Young, Margoth, Aguilera Moyano, Miguel de (2019). "El periodismo científico en grandes reportajes escritos: un estudio a partir de los diarios *La Nación* de Costa Rica, *El País* de España y *El Universal* de México". *Estudios del Mensaje Periodístico*, 25 (2), 943-980. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.64818>.

3.4.1.76. Sosa Valcárcel, Aimiris; Aguilera Moyano, Miguel de; De la Noval Bautista, Luis Alain (2019). "Sistema de comunicación, poder y socialismo: el caso de Cuba". *El profesional de la información*, v. 28, n. 6, e280616. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.16>.

3.4.1.77. Espinoza, Juan Pablo, Aguilera, Miguel de (2020): "Nacionalismo y narrativas nacionales en libros de texto de enseñanza secundaria de historia de Chile". *Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva*, 2020, 14(1), 127-142. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-73782020000100127>.

3.4.1.78. Olivares-Delgado, F., Iglesias-Sánchez, P. P., Benlloch-Osuna, M. T., Heras-Pedrosa, C. de las, & Jambrino-Maldonado, C. (2020). Resilience and Anti-Stress during COVID-19 Isolation in Spain: An Analysis through Audiovisual Spots. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(23), 8876. doi:10.3390/ijerph17238876.

3.4.1.79. De las Heras-Pedrosa, C., Sánchez-Núñez, P., & Peláez, J. I. (2020). Sentiment Analysis and Emotion Understanding during the COVID-19 Pandemic in Spain and Its Impact on Digital Ecosystems. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 5542. doi:10.3390/ijerph17155542.

3.4.1.80. Sanchez-Nunez, P., Cobo, M. J., Heras-Pedrosa, C. D. L., Pelaez, J. I., & Herrera-Viedma, E. (2020). Opinion Mining, Sentiment Analysis and Emotion Understanding in

Advertising: A Bibliometric Analysis. IEEE Access, 8, 134563–134576. doi:10.1109/access.2020.3009482.

3.4.1.81. De las Heras-Pedrosa, C., Rando-Cueto, D., Jambrino-Maldonado, C., & Paniagua-Rojano, F. J. (2020). Exploring the Social Media on the Communication Professionals in Public Health. Spanish Official Medical Colleges Case Study. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(13), 4859. doi:10.3390/ijerph17134859.

3.4.1.82. De las Heras-Pedrosa, C., Millan-Celis, E., Iglesias-Sánchez, P. P., & Jambrino-Maldonado, C. (2020). Importance of Social Media in the Image Formation of Tourist Destinations from the Stakeholders' Perspective. Sustainability, 12(10), 4092. doi:10.3390/su12104092.

3.4.1.83. Iglesias-Sánchez, P. P., Correia, M. B., Jambrino-Maldonado, C., & de las Heras-Pedrosa, C. (2020). Instagram as a Co-Creation Space for Tourist Destination Image-Building: Algarve and Costa del Sol Case Studies. Sustainability, 12(7), 2793. doi:10.3390/su12072793.

3.4.1.84. De las Heras-Pedrosa, C., Jambrino-Maldonado, C., Iglesias-Sánchez, P. P., & Millán-Celis, E. (2020). Populism and Independence Movements in Europe: The Catalan-Spanish Case. Social Sciences, 9(4), 35. doi:10.3390/socsci9040035.

3.4.1.85. De Las Heras-Pedrosa, C., Rando-Cueto, D., Jambrino-Maldonado, C., & Paniagua-Rojano, F. J. (2020). Analysis and study of hospital communication via social media from the patient perspective. Cogent Social Sciences, 6(1), 1718578. doi:10.1080/23311886.2020.1718578.

3.4.1.86. Postigo, Inmaculada y Vera, Teresa (2021). Desde la habitación propia a las rutas del periodismo actual: comprender y contar el trabajo de las periodistas. Peñafiel, Carmen (ed). *Nuevos modelos y paradigmas de la información: desafíos y oportunidades en el periodismo*. (Pp. 89-105). Dykinson.

3.4.1.87. Postigo, Inmaculada y Galarza, Emelina (2021). El debate social en Twitter ante la propuesta de una “Ley Trans” en España. Bernárdez Rodal, Asunción y Padilla Castillo, Graciela (eds.). *Deshaciendo nudos en el Social Media: Redes, feminismos y políticas de la identidad*. (pp. 209-231). Tirant Lo Blanch.

3.4.1.88. Postigo, Inmaculada y Vera, Teresa (2021). GMMP España (2020): de la especialización temática a la edición de género. Retos y oportunidades. Sotelo, Joaquín y Abuín, Natalia (eds.). *Comunicar en pandemia: de las fake news a la sostenibilidad*. (pp.477-498). McGraw-Hill Interamericana de España.

3.4.1.89. López-Villafranca, P. y Olmedo Salar, S. (2019). Menores en Youtube, ¿ocio o negocio? Análisis de casos en España y EUA Revista El Profesional de la Información EPI, 5(28). e280520. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.20> ISSN: 1699-2407. Indexada en ISI Social Sciences Citation Index (Q2), Scopus (Q1) y otras bases de datos (FECYT, Cuartil 1).

3.4.1.90. Olmedo Salar, S. & López Villafranca, P. (2020). Análisis de un modelo de ciudad turística según las fuentes del relato: prensa versus plataformas ciudadanas. ¿Especulación o desarrollo? Communication Papers, 9(19).

3.4.1.91. Gómez de Travesedo Rojas, R. y López Villafranca, P. (2020). La mujer en el discurso publicitario de alimentos para intolerantes: del reclamo de salud a la perfección estética. Pensar la publicidad, 14 (1), 53-63.

3.4.1.92. Olmedo Salar, S. y López Villafranca, P. (2020). Radio as a therapeutic tool for people with mental health disorders 广播也是一种心理治愈的工具. China Broadcasts, 4, pp. 67-73.

3.4.1.93. López Villafranca, P. y Smolak Lozano, E. (2020). El consumo cultural digital de los programas de radio a través de Youtube en España y Polonia. Revista Historia y Comunicación Social, 25(1), pp.123-138. ISSN: 1137-0734- ISSN 1988- 3056. Revista indexada en Scimago (base de datos Scopus).

3.4.1.94. López Villafranca, P. y Olmedo Salar, S. Coordinadoras del Monográfico de Radioteatro de la Revista Index Comunicación: Radioteatro. Desde la época dorada al futuro de la ficción sonora en multipantallas de julio de 2019.

3.4.1.95. López Villafranca, P. (2019). Análisis de la publicidad institucional sobre el SIDA del Gobierno de España desde la era socialista de Zapatero a la del popular Mariano Rajoy. REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD. AECS,28-37. Revista indexada en EMERGING (ESCI-WOS) Catálogo LATINDEX , DICE, RESH, Dialnet, CUIDEN. ISSN: 1989-9882.

3.4.1.96. López Villafranca, P. (2019). Estudio de casos de la ficción sonora en la radio pública, RNE, y en la plataforma de podcast del grupo Prisa en España. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social. "Disertaciones", 12(2), pp.65-78. ISSN: 1856-9536. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6547> (Catálogo LATINDEX)

3.4.1.97. Olmedo Salar, S. y López Villafranca, P. (2019). Análisis comparativo de 'podcasts' y series televisivas de ficción. Estudio de casos en España y Estados Unidos. Revista Index-Comunicación, 8(3), pp. 133-155. ISSN: 2444-3249- E-ISSN: 2174-1859 (ESCI-Wos) Incluida en bases de datos FECYT.

3.4.1.98. Lobillo- Mora, G. y Smolak- Lozano, E. (2019). La relación como valor estratégico en comunicación organizacional entre los clubes de fútbol y jugadores estrella en redes sociales. Estudio del Caso de Real Madrid CF/Cristiano Ronaldo y FC Barcelona/Leo Messi. Revista Internacional de Relaciones Públicas, Vol. IX, Nº 17, 71-96. Issn: 2174-3681 <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-17-2019-05-71-96>

3.4.1.99. Lobillo, G y Gallart, R (2020). Análisis de la crisis reputacional universitaria a través de las redes sociales Twitter y Facebook: estudio del Caso de la Universidad Rey Juan Carlos. En: Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales. e-ISSN 2386-3978, nº 30, 2020, pp 369-388. 10.31921/doxacom.n30a19 , <http://hdl.handle.net/10637/10838>.

3.4.1.100. Lobillo, G. y Aja, Gil, M. (2020). Estudio de la presencia digital en MotoGP: Estudio de caso Jorge Lorenzo en Instagram. En Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, (48), 102-122. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/11051> ISSN-e: 1988-5733 DOI: 10.12795/Ambitos.2020.i48.06

3.4.1.101. Castillo-Clavero, A. M., Lobillo, G., Sánchez-Teba, E. M., & Vera Durán, M. (2021). Retos de futuro para un sector tradicional: la artesanía y las TIC unidas en el proyecto ARTCademy. Revista Eviterna, (9), 209-220. <https://doi.org/10.24310/Eviternare.vi9.11451> ISSN: 2530-6014.

3.4.1.102. Lobillo Mora, G., Ginesta, X., & de San Eugenio Vela, J. (2021). Corporate Social Responsibility and Football Clubs: The Value of Environmental Sustainability as a Basis for the Rebranding of Real Betis Balompié in Spain. Sustainability, 13(24), 13689. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/su132413689>

3.4.1.103. Blanco, Sonia; Palomo, Bella (2019). "Desencuentro de los periodistas con YouTube". El profesional de la información, v. 28, n. 4, e280411. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.11>.

3.4.2. Capítulos de libros

3.4.2.1. Ana Almansa-Martínez y Andrea Moreno:

Título: Historia y evolución de las relaciones públicas

Libro: *Introducción a las Relaciones Públicas*/ coord. por Luis M. Romero-Rodríguez y Carmen Fernández-Camacho, 2021, ISBN: 978-84-486-2458-3, Ed. McGrawGil, pp. 15-36.

3.4.2.2. Rocío Chamizo Sánchez, Ana Castillo Díaz, Ana Almansa Martínez

Título: La gamificación como recurso metodológico en la enseñanza universitaria: el caso de planificación de medios en el grado de publicidad y relaciones públicas

Libro: *La tecnología como eje del cambio metodológico* / coord. por Ernesto Colomo Magaña, Enrique Sánchez Rivas, Julio Ruiz Palmero, José Sánchez Rodríguez, 2020, ISBN 978-84-1335-052-3, pp. 1842-1845.

3.4.2.3. Cristófol Rodríguez, C. (2019) Análisis de los contenidos en vídeo de las bloggers de moda», En 'Nueva enseñanza superior a partir de las TIC, de la colección 'Herramientas universitarias' Editorial GEDISA ISBN

978-84-17690-16-8 y Depósito legal B-28043-2018.

3.4.2.4. Guerrero Navarro, D. Ruiz Mora, I. y Cristofol Rodríguez, C, (2020) Propuesta metodológica para la investigación con podcast: el análisis de los programas radiofónicos de ficción de Podium Podcast, en El Radioteatro. Olvido, renacimiento y su consumo en otras plataformas, coords. Paloma López Villafranca y Silvia Olmedo Salar (coords.), ISBN: 978-84-17600-22-8, págs. 135 a 163.

3.4.2.5. Ruiz Mora, I, Guerrero Navarro, D y Cristófol Rodríguez, C. (2020) «Podium Podcast y los podcast de ficción: estudio de audiencias en Ivoox», en La comunicación como relato, PIRÁMIDE (GRUPO ANAYA) con ISBN 978-84-368-4253-1 y Depósito legal M-37168.

3.4.2.6. Segarra Saavedra, J., Cristófol Rodríguez, C, Cristófol Rodríguez, F.J. (2020). En busca de normas a seguir para la redacción de reseñas editoriales a través de las revistas científicas de documentación. Lectura y Dificultades lectoras. Editorial Octaedro. ISBN 978-84-18348-54-9.

3.4.2.7. Guerrero Navarro, D., Cristofol, F.J., Cristofol, Rodríguez C. (2020) "Análisis de las demandas profesionales en publicidad digital de los egresados en Publicidad y Relaciones Públicas" en la narrativa audiovisual: del concepto a la alfabetización mediática, Ed. Fragua, Madrid.

3.4.2.8. Cambroner Saiz, B., Cristofol Rodríguez, C. (2020). "Análisis de los canales de YouTube de divulgación científica españoles desde la perspectiva de género "en Comunicación, Periodismo y Publicidad: retos profesionales en tiempos de crisis. Ed. Fragua, Madrid.

3.4.2.9. Meliveo Nogues, P. y Cristofol Rodríguez C. (2020). Estrategias para convertir un programa de moda en espacio cultural publicitando marcas. El caso de Flash moda en la era de la hipertelevisión, en Comunicando en el s.XXI: Nuevas fórmulas incluido en la colección "Comunica" de la Ed. Tirant Lo Blanch con el ISBN 978-84-1853436-2.

3.4.2.10. Cristofol Rodríguez, C y Cristofol F.J. Transmediación en la Comunicación Corporativa: El Caso Unbreakable de Tous en Segarra-Saavedra, J. y Hidalgo-Marí, T. (Coords.) (2020). Narrativas transmedia a la deriva: del storytelling a las nuevas ficciones audiovisuales. Sevilla: Egregius. ISBN: 978-84-18167-38-6. 158 pp. Colección Comunicación y Pensamiento. Disponible para su descarga en <https://bit.ly/3q0tlpo>

3.4.2.11. Ruiz-Mora, I. (2020). "Las relaciones con los públicos como evidencia de la unión de la Responsabilidad Social y las Relaciones Públicas", en Gabino-Campos, M- A.; Castillo-Esparcia, A. y Álvarez-Nobell, A. (Coords). *Relaciones Públicas en la actualidad* (pp.113-129). Editorial: Fragua. Tipo de producción: Capítulo de libro. ISBN: 978-84-7074-851-6.

Indicios de calidad: Índice ICEE de la editorial 26 (posición 11/24 ranking por disciplina, ámbito nacional), índice ICEE de la editorial 31.000 ranking general (posición 75/104, ámbito nacional).

3.4.2.12. Guerrero-Navarro, D.; Ruiz-Mora, I.; Cristófol-Rodríguez, C. (2020). "Propuesta metodológica para la investigación con pódcast: el análisis de los programas radiofónicos de ficción de Podium Podcast", en López-Villafranca, P. y Olmedo-Salar, S. (Coords.) *El radioteatro. Olvido, renacimiento y consumo en otras plataformas* (pp.135-164). Salamanca: Comunicación Social.

Tipo de producción: Capítulo de libro ISBN: 978-84-17600-22-8.

Indicios de calidad: Índice ICEE de la editorial 74 (posición 4/24 ranking por disciplina, ámbito nacional).

3.4.2.13. Olmedo-salar, S.; López-Villafranca, P.; Ruiz-Mora, I. (2019). "Radio comercial y rentabilidad social: estudio del Grupo Prisa en Andalucía" en Chaparro, M; Gabilondo V. y Espinar, L. (Coords). *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento?* (pp.129-138). Salamanca: Comunicación Social.

Tipo de producción: Capítulo de libro. ISBN: 978-84-17600-11-2.

Indicios de calidad: Índice ICEE de la editorial 74 (posición 4/24 ranking por disciplina, ámbito nacional).

3.4.2.14. Ruiz-Mora, I.; Gonçalves, G.; Somerville, I. (Org.). (2019) .*Organizational and Strategic Communication Research: Global Trends*. Covilhã (Portugal): LabCom Books.

Tipo de producción: Libro. ISBN: 978-989-654-552-9.

Indicios de calidad: Publicación sometida a un proceso de revisión ciega por pares, publicada en inglés. LabCom.IFP Books es una plataforma de publicación transdisciplinar y multidisciplinar de acceso abierto dedicada a la publicación en línea de libros científicos en los campos de la Comunicación, la Filosofía y las Humanidades. Además de una edición en PDF, los libros electrónicos también están disponibles en formato ePUB para facilitar su acceso a través de diferentes plataformas.

3.4.2.15. Ruiz-Mora, I.; González, A. E. (2019). "Communication strategies that support grassroots movements against anti-environmental policies: Student participation in the creation of Bosque Urbano (Urban Forest) for Málaga", en Ruiz-Mora, I.; Gonçalves, G.; Somerville, I. (Org.). *Organizational and Strategic Communication Research: Global Trends* (pp.97-120). Covilhã (Portugal): LabCom Books.

Tipo de producción: Capítulo de libro. ISBN: 978-989-654-552-9.

Indicios de calidad: Publicación sometida a un proceso de revisión ciega por pares, publicada en inglés. LabCom.IFP Books es una plataforma de publicación transdisciplinar y multidisciplinar de acceso abierto dedicada a la publicación en línea de libros científicos en los campos de la Comunicación, la Filosofía y las Humanidades. Además de una edición en PDF, los libros electrónicos también están disponibles en formato ePUB para facilitar su acceso a través de diferentes plataformas.

3.4.2.16. López-Villafranca, P.; Ruiz-Mora, I.; Olmedo-Salar, S. (2019). La iniciativa ¿Hablamos? ¿Parlem? Un ejemplo de participación ciudadana por la paz social. En Arévalo Salinas, I.A, Vilar Sastre, G y García López, M. (Eds) *Comunicación y Cambio Social* (pp. 73-86). Madrid: Tirant Lo Blanch.

Tipo de producción: Capítulo de libro. ISBN: 978-84-17508-86-9.

Indicios de calidad: Índice ICEE de la editorial 27 (posición 10/24 ranking por disciplina, ámbito nacional), índice ICEE de la editorial 1037 ranking general (posición 1/104, ámbito nacional).

3.4.2.17. Castillero, Elizabet. Medios de comunicación y lobbies ante el COVID-19 (2020). En *Aspectos éticos y marcos legales de la comunicación*. Madrid, España: Tirant Lo Blanch (Indización: SPI categoría comunicación, posición 10º).

3.4.2.18. Castillero, Elizabet. Utilización de la herramienta Kahoot en la Universidad de Málaga: estudio de caso de alumnado de Publicidad y Relaciones Públicas (2020). En *La docencia tiene TIC: un guiño al nuevo discente*. Madrid, España: Tirant Lo Blanch (Indización: SPI categoría comunicación, posición 10º).

3.4.2.19. Castellero, Elizabet. Comunicación política y protocolo en las instituciones europeas. El caso de los grupos de interés (2019). En V. Altamirano, P.P. Marín y A. Dafonte (Coords.), *Nuevos paradigmas comunicativos/Ediciones Universitarias* (pp. 217-141). Madrid, España: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya). (Indización: SPI categoría comunicación, posición 9º).

3.4.2.20. Castellero, Elizabet. Revistas de comunicación en el Journal Citation Reports (JCR) (2019). En G. González, S. García y A. M. Gayol (Coords.), *La investigación actual y sus retos multidisciplinares - Colección: Herramientas universitarias* (pp. 71-85). Madrid, España: Gedisa. (Indización: SPI categoría comunicación, posición 2º).

3.4.2.21. Castellero, Elizabet. Comunicación y RSE. Análisis de la comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas españolas consideradas más responsables (2019). En H. Guzmán y R. Herrera (Coords.), *Comunicación Estratégica: Interfaz Relacional entre las Organizaciones y sus Stakeholders* (pp. 149-179). Bogotá, Colombia: Fondo de Publicaciones Universidad Sergio Arboleda.

3.4.2.22. Gil Ramírez, Marta y Gómez de Travesedo Rojas, Ruth (2019). Representación de modelos familiares en la publicidad convencional. La inclusión como estrategia comunicativa. En Arévalo Salinas, A. I., Vilar Sastre, G. y García López, M. (eds.), *Comunicación y cambio social* (pp. 45-60). Tirant lo Blanch.

3.4.2.23. Gil Ramírez, Marta y Gómez de Travesedo Rojas, Ruth (2019). La prosumición como elemento disruptivo del control de la imagen de marca corporativa en el entorno de las redes sociales. En Liberal-Ormaechea, S. y Mañas-Viniegra, L. (coords.), *Las redes sociales como herramientas de comunicación persuasivas* (pp. 357-376). McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.

3.4.2.24. Gil Ramírez, Marta y Gómez de Travesedo Rojas, Ruth (2020). Derechos Humanos e Inmigración: repercusión del caso "Aquarius" en YouTube. En Soriano Díaz, R. L., Marín-Conejo, S., Olvera García, J. y Suárez Villegas, J.C. (eds.), *Derechos humanos desde la interdisciplinariedad en Ciencias Sociales y Humanidades* (pp. 125-145). Dykinson.

3.4.2.25. Gil Ramírez, Marta y Gómez de Travesedo Rojas, Ruth (2020). YouTube como herramienta de comunicación política durante la pandemia de la COVID-19 en España. En Vicente Domínguez, A.M y Abuín Vences, N. (coords.), *La comunicación especializada del siglo XXI* (pp. 1051-1071). McGraw-Hill Interamericana de España.

3.4.2.26. Gómez de Travesedo Rojas, Ruth y Gil Ramírez, Marta (2020). La (des) cortesía verbal en comunicación política en redes sociales: la elección del insulto como estrategia. En Sotelo

González, J. y Gallardo Camacho, J. (coords.), *Comunicación especializada: historia y realidad actual* (pp. 1167-1190). McGraw-Hill Interamericana de España.

3.4.2.27. Chamizo-Sánchez, R.; Castillo-Díaz, A.; Almansa-Martínez, A. (2020): "Gamificación aplicada a la asignatura Planificación de Medios del grado de Publicidad y RRPP de la Universidad de Málaga". En: *Tecnologías educativas y estrategias didácticas*. Sánchez-Rivas, E.; Colomo-Magaña, E.; Ruiz-Palmero, J.; Sánchez-Rodríguez, J. (coord.). UMA Editorial. ISBN : 978-84-1335-063-9, pp. 442-454.

3.4.2.28. Castro Higuera, Antonio. La industria cinematográfica en España. Análisis estructural. (coord.). EUMED, 2019.

3.4.2.29. Castro Higuera, Antonio. Fórmulas comunicativas de vanguardia (coord.). Editorial Pirámide, 2019.

3.4.2.30. Castro Higuera, Antonio. Producción cinematográfica en Andalucía: Ecosistema audiovisual autonómico. En *Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información*. Pp 409-421. Editorial McGraw Hill. 2019.

3.4.2.31. Castro Higuera, Antonio. Evolución de los modelos de negocio de YouTube: de plataforma colaborativa a comercial. En *Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información*. Pp 229-240. Editorial McGraw Hill. 2019.

3.4.2.32. Castro Higuera, Antonio. Les industries culturelles et creatives et la question de l'emploi des jeunes adultes en Andalousie. En *Cultures et jeunes adultes en région méditerranéenne*. Circulations, pratiques et sort power. L'harmattan. 2019.

3.4.2.33. Castro Higuera, Antonio. Vídeo-guías y redes sociales: una forma de acercamiento de las guías docentes a los estudiantes Universitarios. En *Diseñando la nueva docencia del siglo XXI*. Editorial Pirámide, 2019.

Pérez-Rufí, José Patricio (2020). The Man of the Transition Period: Deadbeats, Losers and Simpletons. En J. Rey (ed). *Men on the Screen* (pp. 127-138). Peter Lang.

3.4.2.34. Pérez-Rufí, José Patricio (2020). La construcción del personaje en la ficción radiofónica: negra y criminal de Mona León Siminiani. En P. López Villafranca y S. Olmedo Salar (coord.). *Radioteatro: olvido, renacimiento y su consumo en otras plataformas* (pp. 91-141). Comunicación Social.

3.4.2.35. Pérez-Rufí, José Patricio (2019). Producción de cine en España: la polarización y la concentración del sector como consecuencias de las políticas de comunicación. En O. Carrero

Márquez, C.R. Monedero Morales y M. Viñarás Abad (coords). *La nueva comunicación del siglo XX* (pp. 267-280). Pirámide.

3.4.2.36. Pérez-Rufí, José Patricio y Castro Higuera, Antonio (2019). Evolución de los modelos de negocio de YouTube: de plataforma colaborativa a comercial. En J. Sierra Sánchez y J.M. Lavín de la Cavada. *Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información* (pp. 229-240). McGraw-Hill Interamericana de España.

3.4.2.37. Gómez Pérez, Francisco Javier, Pérez-Rufí, José Patricio y Castro Higuera, Antonio (2019). Producción cinematográfica en Andalucía: ecosistema audiovisual autonómico. En J. Sierra Sánchez y J.M. Lavín de la Cavada. *Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información* (pp. 409-421). McGraw-Hill Interamericana de España.

3.4.2.38. Pérez-Rufí, José Patricio y Jódar-Marín, Juan Ángel (2019). El análisis textual del videoclip: una propuesta metodológica. En F. Sierra Caballero y J. Alberich Pascual (eds.). *Epistemología de la comunicación y cultura digital: retos emergentes* (pp. 297-310). Universidad de Granada.

3.4.2.39. Pérez-Rufí, José Patricio, Gómez Pérez, Francisco Javier y Castro Higuera, Antonio (2019). Panorama de las plataformas de televisión OTT en España: agentes del mercado audiovisual y estrategias comerciales. En T. Baiget (ed.) (2020). *Comunicación y diversidad* (pp. 391-404). Ediciones Profesionales de la Información. <https://doi.org/10.3145/AE-IC-epi.2020>

3.4.2.40. Pérez-Rufí, José Patricio (2020). Televisión en España y grupos mediáticos internacionales: políticas de comunicación europeas y alianzas frente a las plataformas VOD globales. En Ab. Suing y V. Kneipp (Eds.). *Olhares sobre a imagem em movimento* (pp. 236-263). Ria Editorial.

3.4.2.41. Pérez-Rufí, José Patricio (2020). Estructura del mercado audiovisual en España: apuntes para una introducción. En Ab. Suing y V. Kneipp (Eds.). *Olhares sobre a imagem em movimento* (pp. 33-59). Ria Editorial.

3.4.2.42. Pérez-Rufí, José Patricio (2019). La recuperación nostálgica del voguing en el videoclip: el diálogo con el documental. En A. Suing et al (eds). *Narrativas Imagéticas* (pp. 153-180). Ria Editorial.

Libro: Sedeño-Valdellós, Ana (coord.). *Arte, activismo y comunicación en el ámbito académico*. Madrid: Dykinson. 2019. 247 páginas. 978-84-1324-368-9.

3.4.2.43. Aguilera, Miguel de (2019): "Préface". En Abdelfettah Benchenna, Hélène Bourdeloie, Zineb Majdouli (dirs.): "Cultures et jeunes adultes en region Méditerranée. Circulations, pratiques et soft power", pp. 9-14. L'Harmattan: París.

3.4.2.44. Almendros, Juan Carlos, Aguilera, Miguel de, Sedeño, Ana (2019): "Los Beatles y la visualidad. Una mirada al interior de dos canciones tardías de John Lennon". En Gómez Vargas, Héctor (coord.): "Ticket to ride. El cuarteto de Liverpool en los tiempos de la comunicación transmedia", pp. 33-68. Universidad Iberoamericana de León: León (México).

3.4.2.45. Sánchez-Núñez, P., de las Heras-Pedrosa, C., & Peláez, J. I. (2020). Opinion Mining and Sentiment Analysis in Marketing Communications: A Science Mapping Analysis in Web of Science (1998–2018). *Social Sciences*, 9(3), 23. doi:10.3390/socsci9030023Capítulos de libros.

3.4.2.46. Andrea Castro Martínez; Cristina Pérez Ordóñez; José Luis Torres Martín. Eventos musicales online durante la crisis de la COVID-19 en España. Análisis de festivales en redes sociales y de sus estrategias de comunicación. *HIPERTEXT*. 21, 2020. ISSN 1695-5498.

3.4.2.47. José Luis Torres Martín. Creadoras audiovisuales en el auge de las series de ficción en España. El caso de Las chicas del cable: estereotipos de género y valores feministas. Géneros y subjetividades en las prácticas artísticas contemporáneas. *Arcibel*, 2020. ISBN 978-84-15335-99-3.

3.4.2.48. José Luis Torres Martín. La gestión en redes sociales de las series de ficción en las cadenas generalistas: el caso de Malaka. Gestión y formación audiovisual para crear contenidos en las redes sociales. McGraw Hill, 2020. ISBN 978-84-486-2037-0.

3.4.2.49. José Luis Torres Martín; Eduardo Villena Alarcón. Usos y recursos de TikTok como herramienta de comunicación. La narrativa audiovisual. Del concepto a la alfabetización mediática. Fragua, 2020. ISBN 978-84-7074-885-1.

3.4.2.50. José Luis Torres Martín. El auge de las series de ficción españolas y las nuevas narrativas transmedia. La producción original de Movistar +: el caso de "La Zona". Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información. pp. 733 - 746.

McGraw-Hill Interamericana de España, 2019. ISBN 9788448618186.

3.4.2.51. José Luis Torres Martín. El proyecto "La memoria de los peces": la comunicación transmedia como herramienta para la recuperación de la memoria histórica. Arte, activismo y comunicación en el ámbito académico. pp. 123 - 139. Dykinson, 2019. ISBN 978-84-1324-296-5.

3.4.2.52. López Villafranca, P. (2020). La radio como medio de reflexión y análisis de las enfermedades raras. Dando voz a los minoritarios. En López Villafranca, P., Niño González, J.I. y Solano Santos, L.P. (2020). La Comunicación como relato. Ediciones Pirámide, Anaya. ISBN 10: 8436841689

3.4.2.53. López Villafranca, P. (2020). "Representation of Patients with Rare Diseases in Spanish Media". In Costa, L. (2019). Communicating Rare Diseases and Disorders in the Digital Age. Medicine & Healthcare Books | IGI Global. ISBN: 9781799820888: Recuperado de [:https://www.igi-global.com/book/communicating-rare-diseases-disorders-digital/235490](https://www.igi-global.com/book/communicating-rare-diseases-disorders-digital/235490)

3.4.2.54. López Villafranca, P. y Olmedo Salar, S. (2020). "La ficción sonora transmedia en RTVE: la revitalización de la radio al amparo del éxito de las series televisivas en España". En López Villafranca, P. y Olmedo Salar, S. (2019). El Radioteatro. Olvido, renacimiento y su consumo en nuevas plataformas. Salamanca: Comunicación Social. ISBN: 978-84-17600-11-2.

3.4.2.55. Rodríguez-López, M. (2020). Patrimonio andaluz UNESCO en webs institucionales nacionales y autonómicas, un escaparate más para su difusión. En Comunicación especializada: historia y realidad actual. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.

3.4.2.56. Rodríguez-López, M. (2020). Las redes sociales y aplicaciones móviles como herramientas de difusión del patrimonio andaluz: estudio de caso de los bienes UNESCO de Andalucía. En La comunicación especializada del siglo XXI. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.

3.4.2.57. Lobillo, G. (2019). Categorización histórica lineal de la observación participante en departamento de comunicación en el Malaga Club de Fútbol en Epistemología de la Comunicación y Cultura Digital: Retos Emergentes. Editorial EUG con ISBN: 978-84-338-6526-7. Págs. 413-420.

3.4.2.58. Lobillo, G. y Pedrosa, J.A. (2019). La comunicación online de Zara y Mango: Análisis de perfiles de Twitter e Instagram, durante la campaña de primavera 2018, en Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información, coordinadores Sierra, J. y Lavín, J. M. Editorial McGrawHill. Págs. 147-158.

3.4.2.59. Lobillo, G. (2020). La imagen de la figura del periodista deportivo en los clubes de fútbol de Segunda División de la LFP en Post-Periodismo. Entre lo real y lo virtual. Editorial McGrawHill. ISBN: 9788417979140. Págs. 149-165.

3.4.2.60. Lobillo, G.; Cabrera, M.A; y Porras, B. (2019). El proyecto Málaga Luce: ejemplo de difusión de la sostenibilidad y participación ciudadana en Innovación Docente e Investigación en

Educación y Ciencias Sociales en Editorial Dickinson. Pág. 1249-1257. ISBN: 978-84-1324-562-1.

3.4.2.61. Lobillo, G. (2021). Los talleres de Ciencias Sociales en MENTORAC UMA. En Milagros Fernández Molona (coord.) Mentoría y altas capacidades intelectuales. Modelos y experiencias prácticas. Editorial Pirámide.

3.4.2.62. Estrella Tutivén, Héctor Córdoba, Sonia Blanco. Título: Evaluación de la apropiación de habilidades digitales en los docentes de la escuela de comunicación. Libro: Estrategias de aprendizaje en el entorno digital: propuestas desde el ámbito universitario, por María Antonia Solans García (coord.), 2020. Ed. Egregius Ediciones.

3.4.3 Congresos científicos

3.4.3.1. Castillo-Díaz, A.; Castillo-Esparcia, A. (2019): "Análisis de los lobbies en la unión europea: Radiografía de la situación actual de los lobbies europeos". Congreso: IAMCR, 2019.

3.4.3.2. Castillo Díaz, A.; Castillo-Esparcia, A. (2019): "La investigación en relaciones públicas a través de los planes de investigación científica y tecnológica en España 2013-2017". Congreso: XIV Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas.

3.4.3.3. Motero-Esteva, A.; Castillo-Díaz, A. (2020). "Facebook y Twitter: RRPP 2.0 de la Educación Superior Cubana". Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia (CUICIID).

3.4.3.4. Blanco, S.; Palomo, B. (2019): "Journalists on YouTube and their audiences: a symbiotic relationship". Congreso IAMCR 2019.

3.4.3.5. Blanco, S. (2019): "La multidisciplinariedad como eje fundamental en el nuevo modelo de las salas de redacciones de los medios ecuatorianos". Congreso ICOM 2019.

3.4.3.6. Blanco, S.; Palomo, B. (2020): "How Journalist in Ireland perceive the challenge of misinformation". Congreso IAMCR 2020.

3.4.3.7. "La radio como aliada en la difusión de patologías poco frecuentes. Análisis del programa Enfermedades Raras de Libertad FM (España)". Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación

y Docencia 2019 (Universidad Complutense, Madrid. Días 23 y 24 de octubre de 2019). ISBN por determinar.

3.4.3.8. "Radio as a therapeutic tool for people with mental illness". 6th Ecrea Radio Research Section Conference "Radio as a Social Media", Department of Social, Political and Cognitive Sciences, University of Siena, from 18 to 21 September, 2019.

3.4.3.9. "Fuentes de prensa versus fuentes en redes sociales en el análisis de modelos de ciudad turística". VII Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales Retos de las tecnologías en los ámbitos de la sociedad, celebrado en Santander los días 9 y 10 de mayo de 2019.

3.4.3.10. Comunicación: "La revitalización del radioteatro en España. Del audiodrama en directo a la ficción sonora transmedia en emisoras convencionales y nuevas plataformas" en el I Congreso Internacional de Radioteatro UMA, organizado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga y celebrado los días 6, 7 y 8 de marzo de 2019.

3.4.4. Coordinación de libros

3.4.4.1. López Villafranca, P. y Olmedo Salar, S. (2020). El Radioteatro. Olvido, renacimiento y su consumo en nuevas plataformas. Salamanca: Comunicación Social. ISBN: 978-84-17600-11-2.

3.4.4.2. López Villafranca, P., Niño González, J.I. y Solano Santos, L.P. (2020). La Comunicación como relato. Ediciones Pirámide, Anaya. ISBN 10: 8436841689.

3.5. Organización de congresos

I Congreso Internacional de Radioteatro UMA, organizado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga y celebrado los días 6, 7 y 8 de marzo de 2019. Dirección: Paloma López Villafranca y Silvia Olmedo Salar.

Índice

1. El Departamento de Comunicación Audiovisual. Composición y Órganos de Gobierno	2
1.1. El Departamento	2
1.2. Composición del personal docente e investigador durante el curso 2019/20.....	2
1.3. Estructura del Consejo de Departamento.....	5
2. Docencia.....	5
2.1. Docencia de Grado y Máster	5
2.2 Tesis doctorales	13
2.3. Proyectos de innovación educativa	14
Financiación: Universidad de Málaga. Programa 2019-2021. Código: PIE 19-073. Importe: 1.500 euros.....	16
3. Actividad investigadora	16
3.1. Proyectos de investigación.....	16
3.2. Grupos de investigación	22
3.3. Contratos de investigación.....	23
3.4. Publicaciones	23
3.4.1 Artículos	24
3.4.2. Capítulos de libros.....	37
3.4.3 Congresos científicos.....	45
3.4.4. Coordinación de libros	46
3.5. Organización de congresos	46