



Alfonso MÉNDIZ NOGUERO

Generado desde: Universitat Internacional de Catalunya

Fecha del documento: 13/03/2023

v 1.4.3

0031e7161e9ae7a8ec09aa57bcc64381

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

Resumen libre del currículum

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

FORMACIÓN

Licenciado en Ciencias de la Información (1984) y Doctor en Comunicación (1990), ambos títulos con Premio Extraordinario.

Realicé un posgrado en “Production in Motion Pictures and Television” por la Universidad de California - Los Angeles (UCLA). Durante mi estancia en California trabajé como becario en la productora de Jerry Ziesmer, ayudante de dirección de Francis Ford Coppola.

PRODUCCIÓN CIENTÍFICA

He publicado más de 140 artículos científicos, capítulos de libros y monografías. Soy autor de 16 libros, coordinador de otros 2 volúmenes y traductor de una obra que ha tenido ya 4 ediciones. En total, 19 libros.

Además, Acumulo más de 1.700 citas en Google Scholar. Soy el investigador más citado de habla hispana en el área de Entertainment Marketing y el 4º más citado en el de Comunicación Audiovisual. Tengo un Índice h de 17 (13 desde 2018) y un índice 10 de 35 (17 desde 2018). He realizado estancias de investigación en la Universidad Hebrea de Jerusalén (Israel, julio-agosto 2009), Universidad de la Sabana (Colombia, agosto 2010), y Universidad Católica de Milán (Italia, julio-septiembre 2011).

He participado en 12 proyectos de investigación, 10 de ellos con financiación pública o privada. De los 12, dos han sido financiados por la Junta de Andalucía, uno por la Comunidad de Madrid, dos por el Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa, uno por el Ministerio de Educación y Ciencia, dos por la Universidad de Málaga, dos por la Universidad Complutense y dos por empresas del sector de la comunicación.

DIRECCIÓN DE TESIS DOCTORALES

He dirigido un total de 24 Tesis Doctorales: 19 como director único y 5 en codirección. La Tesis nº 25 ha sido depositada y revisada, y está a la espera de fijar la defensa. Otras 6 Tesis están en fase de realización, 3 de ellas en proceso avanzado de escritura. La primera de la Tesis se defendió en la Universidad de Navarra (1995), las siguientes 18 en la Universidad de Málaga (1999-2016) y las 5 últimas en la Universitat Internacional de Catalunya. Todas ellas han sido publicadas total o parcialmente, y una de ellas (J.S. Victoria, “Presencia, comunicación y estrategia de las marcas comerciales en la ficción audiovisual [‘Product Placement’]”, 1999) ha sido publicada, además, en inglés y en polaco. Quince de los 24 doctores son actualmente profesores universitarios y 19 de ellos han continuado su línea de investigación con nuevas publicaciones científicas. Cuatro de esas Tesis han merecido la mención de Doctorado Europeo, tras sendas estancias en las universidades de Cambridge y Católica de Milán.

EVALUADOR CIENTÍFICO

He actuado como Vocal en 4 Tribunales de oposición a Titular de Universidad; en todos los casos, los candidatos seleccionados han acumulado un amplio curriculum investigador desde su nombramiento.

También he participado en 78 Tribunales de Tesis Doctorales de 12 universidades diferentes; todas ellas han sido defendidas en Facultades de Ciencias de la Información o de la Comunicación.

Soy evaluador de las siguientes publicaciones científicas de Comunicación:

- Anagramas (Facultad de Comunicación y Relaciones Corporativas, Universidad de Medellín)
- Pensar la Publicidad (Universidad Complutense y Universidad de Valladolid)
- Cuadernos de Gestión (Instituto de Economía Aplicada a la Empresa, Univ. País Vasco)
- Comunicación y Sociedad (Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra)
- Icono 14 (Universidad Complutense de Madrid)
- Área Abierta (Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Complutense)
- Doxa (Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, Univ. CEU San Pablo)
- Fotocinema (Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga)
- Estudios del Mensaje Periodístico (Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Complutense)
- Observatorio OBS* (Observatório da Comunicação [OBERCOM] y CIES-ISCTE).
- Comunicar (Revista Científica de Educación y Comunicación, Universidad de Huelva).

Asimismo, soy evaluador de Proyectos de Investigación en varias entidades: Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP) del Ministerio de Educación y Ciencia, Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León (ACSUCYL) de la Junta de Castilla y León, y Agencia de Calidad del Sistema Universitario Vasco (UNIBASQ) del Gobierno Vasco.

DOCENCIA UNIVERSITARIA

He desempeñado la docencia universitaria durante casi 40 años con dedicación completa en las diversas categorías de la escala docente. En la Universidad de Navarra, como Ayudante (1984-87), Profesor Encargado de Curso (1987-90) y Profesor Adjunto (1990-93). En la Universidad de Málaga, como Profesor Titular Interino (1993-00) y Profesor Titular de Universidad (2000 – 2015). Y en la Universitat Internacionale Catalunya, como Agregado (2015-16) y Catedrático (2015 - hasta la actualidad). Desde 1993, la carga lectiva anual impartida ha sido igual o superior a 24 créditos, salvo descargas por dirección de Tesis doctorales, cargos unipersonales, Coordinación de Programas ERASMUS, etc.

También he impartido docencia en Programas de Doctorado (ininterrumpidamente desde 1994, tanto en la Universidad de Málaga como en las de Navarra y Vigo, y en Masters oficiales y Expertos de 4 universidades diferentes. Esta docencia en posgrado se ha intensificado desde que obtuve la plaza de Titular de Universidad (2000) y la de Catedrático (2015).

EVALUACIÓN DOCENTE

La Comisión de Evaluación de la UMA, dentro del Vicerrectorado de Coordinación Universitaria, expidió en marzo de 2013 un Certificado la Calidad de mi Actividad Docente con la Calificación de EXCELENTE (4 puntos sobre 4). Posteriormente, la Comissió d'Avaluació Docent de la Universitat (CADU) de UIC Barcelona me concedió la evaluación FAVORABLE (2018).

Durante mi adscripción a la Universidad de Málaga, recibí 5 evaluaciones positivas de los Tramos por méritos docentes (5 Quinquenios); el último de ellos correspondiente al período 22/10/2009 – 22/10/2014. Posteriormente, he recibido otra evaluación positiva del Tramo por méritos docentes (2014-2019).



Asimismo, he obtenido una Evaluación muy favorable en las Encuestas de Opinión del Alumnado sobre la Actuación Docente del Profesorado, llevadas a cabo por el Centro Andaluz de Prospectiva (CANP) de la Junta de Andalucía. Desde 2004 hasta 2015, y en todas las asignaturas impartidas por mí, he obtenido una puntuación por encima tanto de la media del Área de Conocimiento, como de la Titulación y de la Universidad. Las puntuaciones han superado siempre los 4 puntos sobre 5; en concreto, han oscilado entre el 4'15 y el 4'80. En la Universitat Internacional de Catalunya he continuado con puntuaciones de los alumnos superiores a 4 puntos sobre 5.

INNOVACIÓN DOCENTE

En los últimos años he participado en tres Proyectos de Innovación Docente, dos de ellos en la docencia universitaria. Del primero fui el IP, y coordiné el trabajo de 10 profesores de dos Departamentos. El proyecto demostró la validez de una metodología cuantitativa para la medición de intangibles (Reputación Social Corporativa) y su aplicación docente a 5 asignaturas de tres Grados: 1 de Comunicación Audiovisual, 1 de Ingeniería Informática y 3 de Publicidad y Relaciones Públicas. El otro proyecto demostró la posibilidad de crear sinergias entre estudiantes de distintos grados mediante el intercambio de modelos de aprendizaje; así, estudiantes de mi asignatura de "Teoría e Historia de la Publicidad" actuaron con eficacia como tutores de trabajos sobre publicidad llevados a cabo por estudiantes del Grado de Estudios Asiáticos.

OTROS MÉRITOS

Por último, soy el Fundador y primer Presidente de AUPEMEC, la Asociación UNESCO para la Promoción de la Ética en los Medios de Comunicación

**Alfonso MÉNDIZ NOGUERO**

Apellidos: MÉNDIZ NOGUERO
Nombre: Alfonso
DNI: 37324511L
ORCID: 0000-0003-4450-1272
ScopusID: 56210651600
ResearcherID: D-9350-2017
Fecha de nacimiento: 21/07/1961
Sexo: Hombre
Nacionalidad: España
País de nacimiento: España
C. Autón./Reg. de nacimiento: Cataluña
Ciudad de nacimiento: Barcelona
Dirección de contacto: C/ JUAN SEBASTIAN BACH 9, 3
Código postal: 08021
País de contacto: España
C. Autón./Reg. de contacto: Cataluña
Ciudad de contacto: BARCELONA
Correo electrónico: amendiz@uic.es
Teléfono móvil: 661981628
Página web personal: http://www.uic.es/personal-page?id_user=amendiz

Situación profesional actual**Entidad empleadora:** Universitat Internacional de Catalunya**Departamento:** Departamento de Ciencias de la Comunicación, FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ**Categoría profesional:** Rector**Gestión docente (Sí/No):** Si**Ciudad entidad empleadora:** Barcelona, Cataluña, España**Teléfono:** 932541800**Fax:** 934187673**Correo electrónico:** amendiz@uic.es**Fecha de inicio:** 01/09/2021**Modalidad de contrato:** Contrato laboral indefinido**Régimen de dedicación:** Tiempo completo**Funciones desempeñadas:** Rector**Entidad empleadora:** Facultat de Ciències de la Comunicació**Tipo de entidad:** Universidad**Categoría profesional:** Degà**Gestión docente (Sí/No):** No**Ciudad entidad empleadora:** Barcelona,**Correo electrónico:** rmjimenez@uic.es**Fecha de inicio:** 01/09/2015**Cargos y actividades desempeñados con anterioridad**



	Entidad empleadora	Categoría profesional	Fecha de inicio
1	Universitat Internacional de Catalunya	Catedràtic	01/06/2016
2	Universitat Internacional de Catalunya	Agregat o Titular	01/09/2015
3	Universidad de Málaga	Agregat/ada	26/06/2000
4	Universidad de Málaga	Titular de escuela universitaria	23/10/1993
5	Universidad de Navarra	Ayudante/anta doctor	01/09/1990
6	Universidad de Navarra	Ayudante/anta de investigación	01/09/1986
7	Universidad de Navarra	Ayudante/anta	01/09/1984

1 Entidad empleadora: Universitat Internacional de Catalunya**Departamento:** Departamento de Ciencias de la Comunicación, FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ**Ciudad entidad empleadora:** Barcelona, Cataluña, España**Categoría profesional:** Catedràtic**Gestión docente (Sí/No):** Si**Teléfono:** 932541800**Fax:** 934187673**Correo electrónico:** amendiz@uic.es**Fecha de inicio-fin:** 01/06/2016 - 31/08/2021**Duración:** 5 años - 2 meses - 30 días**Modalidad de contrato:** Contrato laboral indefinido**Régimen de dedicación:** Tiempo completo**Funciones desempeñadas:** Catedràtic**2 Entidad empleadora:** Universitat Internacional de Catalunya**Ciudad entidad empleadora:** Barcelona, Cataluña, España**Categoría profesional:** Agregat o Titular**Gestión docente (Sí/No):** Si**Teléfono:** 932541800**Fax:** 934187673**Correo electrónico:** amendiz@uic.es**Fecha de inicio-fin:** 01/09/2015 - 31/05/2016**Duración:** 8 meses - 30 días**Modalidad de contrato:** Contrato laboral indefinido**Régimen de dedicación:** Tiempo completo**Funciones desempeñadas:** Agregat o Titular**3 Entidad empleadora:** Universidad de Málaga**Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados**Departamento:** Departamento de Ciencias de la Comunicación, FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**Categoría profesional:** Agregat/ada**Gestión docente (Sí/No):** No**Fecha de inicio-fin:** 26/06/2000 - 31/08/2015**Modalidad de contrato:** Contrato laboral indefinido**Régimen de dedicación:** Tiempo completo**Funciones desempeñadas:** Profesor de Publicidad e Historia de la Publicidad**4 Entidad empleadora:** Universidad de Málaga**Tipo de entidad:** Agencia Estatal**Departamento:** Departamento de Ciencias de la Comunicación, FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**Categoría profesional:** Titular de escuela universitaria**Gestión docente (Sí/No):** Si**Fecha de inicio-fin:** 23/10/1993 - 25/06/2000**Duración:** 6 años - 8 meses - 3 días**Modalidad de contrato:** Contrato laboral indefinido**Régimen de dedicación:** Tiempo completo



Funciones desempeñadas: Profesor de Publicidad e Historia de la Publicidad

- 5** **Entidad empleadora:** Universidad de Navarra **Tipo de entidad:** Universidad
Departamento: Departamento de Ciencias de la Comunicación, FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Categoría profesional: Ayudante/anta doctor **Gestión docente (Sí/No):** No
Fecha de inicio-fin: 01/09/1990 - 02/10/1993 **Duración:** 3 años - 1 mes - 2 días
Modalidad de contrato: Contrato laboral indefinido
Régimen de dedicación: Tiempo completo
Funciones desempeñadas: Profesor de Narrativa Audiovisual
- 6** **Entidad empleadora:** Universidad de Navarra **Tipo de entidad:** Universidad
Departamento: Departamento de Ciencias de la Comunicación, FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Categoría profesional: Ayudante/anta de investigación **Gestión docente (Sí/No):** No
Fecha de inicio-fin: 01/09/1986 - 31/08/1990
Modalidad de contrato: Contrato laboral indefinido
Régimen de dedicación: Tiempo completo
Funciones desempeñadas: Ayudante de Narrativa Audiovisual
- 7** **Entidad empleadora:** Universidad de Navarra **Tipo de entidad:** Universidad
Departamento: Departamento de Ciencias de la Comunicación, FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Categoría profesional: Ayudante/anta **Gestión docente (Sí/No):** No
Fecha de inicio-fin: 01/09/1984 - 31/08/1986
Modalidad de contrato: Contrato laboral indefinido
Régimen de dedicación: Tiempo completo
Funciones desempeñadas: Ayudante de Lengua y Literatura

Formación académica recibida

Titulación universitaria

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

- 1 Titulación universitaria:** Titulado Superior
Nombre del título: Premio Extraordinario de Doctorado
Entidad de titulación: Universidad de Navarra **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 05/11/1990
Nota media del expediente: Matrícula de Honor
- 2 Titulación universitaria:** Titulado Superior
Nombre del título: Premio Extraordinario de Licenciatura en Ciencias de la Información
Ciudad entidad titulación: Pamplona,
Entidad de titulación: Universidad de Navarra **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 05/12/1985
Nota media del expediente: Sobresaliente
- 3 Titulación universitaria:** Titulado Superior
Nombre del título: Licenciado en Ciencias de la Información
Ciudad entidad titulación: Pamplona,
Entidad de titulación: Universidad de Navarra **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de titulación: 05/07/1984
Nota media del expediente: Sobresaliente

Doctorados

Programa de doctorado: Doctor en Ciencias de la Información
Entidad de titulación: Universidad de Navarra **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad titulación: Pamplona,
Fecha de titulación: 30/05/1990
Doctorado Europeo: No
Título de la tesis: Antonio Machado y el Periodismo. Sus artículos en la prensa periódica
Director/a de tesis: Manuel Casado Velarde
Calificación obtenida: Excel·lent Cum Laude
Premio extraordinario doctor: No



Otra formación universitaria de posgrado

Tipo de formación: Especialidad

Titulación de posgrado: Certificate Programa In Motion Pictures and Television

Ciudad entidad titulación: Los Angeles,

Entidad de titulación: University of California, Los Angeles **Tipo de entidad:** Universidad

Fecha de titulación: 10/09/1992

Calificación obtenida: Excel·lent

Conocimiento de idiomas

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

Actividad docente

Formación académica impartida

- Nombre de la asignatura/curso:** Publicidad y Relaciones Públicas
Tipo de programa: Grado
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual
Fecha de inicio: 02/2023 **Fecha de finalización:** 06/2023
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30,5
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya
Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
- Nombre de la asignatura/curso:** Publicidad y Relaciones Públicas
Tipo de programa: Grado
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual
Fecha de inicio: 02/2022 **Fecha de finalización:** 06/2022
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 31
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya
Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
- Nombre de la asignatura/curso:** Ética y Deontología de la Publicidad y de las Relaciones Públicas
Tipo de programa: Grado
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas



Fecha de inicio: 02/2021

Fecha de finalización: 06/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 14

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

4 Nombre de la asignatura/curso: Publicidad y Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual

Fecha de inicio: 02/2021

Fecha de finalización: 06/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 30,5

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

5 Nombre de la asignatura/curso: Trabajo Fin de Grado

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: TF

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 02/2021

Fecha de finalización: 06/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 10

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 09/2020

Fecha de finalización: 01/2021

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 43

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

7 Nombre de la asignatura/curso: Trabajo Fin de Grado

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: TF

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 02/2020

Fecha de finalización: 06/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 15

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

8 Nombre de la asignatura/curso: Publicidad y Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual

Fecha de inicio: 02/2020

Fecha de finalización: 06/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 30,1

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

9 Nombre de la asignatura/curso: Ética y Deontología de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 02/2020

Fecha de finalización: 06/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 14

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 09/2019

Fecha de finalización: 01/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 34

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

11 Nombre de la asignatura/curso: Empresa Publicitaria y de Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 09/2019

Fecha de finalización: 01/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 10

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

12 Nombre de la asignatura/curso: Comunicación e Información Escrita

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: FB

Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual

Fecha de inicio: 09/2019

Fecha de finalización: 01/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 29,8

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

13 Nombre de la asignatura/curso: Ética y Deontología de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 02/2019

Fecha de finalización: 06/2019

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas



Nº de horas/créditos ECTS: 14

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

14 Nombre de la asignatura/curso: Publicidad y Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual

Fecha de inicio: 02/2019

Fecha de finalización: 06/2019

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 33

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

15 Nombre de la asignatura/curso: Módulo 2 Humanístico

Tipo de programa: 4108

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Programa Gaudí de Formación del Profesorado 18-19

Fecha de inicio: 02/2019

Fecha de finalización: 06/2019

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 1

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: Facultad de Medicina y Ciencias de la Salud

16 Nombre de la asignatura/curso: Trabajo Fin de Grado

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: TF

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 02/2019

Fecha de finalización: 06/2019

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 15

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 09/2018

Fecha de finalización: 01/2019

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 35

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

18 Nombre de la asignatura/curso: Empresa Publicitaria y de Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 09/2018

Fecha de finalización: 01/2019

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 10



Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya
Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

19 Nombre de la asignatura/curso: Ética y Deontología de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 02/2018

Fecha de finalización: 06/2018

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 10

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

20 Nombre de la asignatura/curso: Módulo 2 Humanístico

Tipo de programa: 4108

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Programa Gaudí de Formación del Profesorado Ciencias Sociales

Fecha de inicio: 02/2018

Fecha de finalización: 06/2018

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 1

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

21 Nombre de la asignatura/curso: Publicidad y Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual

Fecha de inicio: 02/2018

Fecha de finalización: 06/2018

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 34,1

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

22 Nombre de la asignatura/curso: Empresa Publicitaria y de Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 09/2017

Fecha de finalización: 01/2018

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 10

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 09/2017

Fecha de finalización: 01/2018

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 35

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya



Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

24 Nombre de la asignatura/curso: Ética y Deontología de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 02/2017

Fecha de finalización: 06/2017

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 24,1

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

25 Nombre de la asignatura/curso: Publicidad y Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual

Fecha de inicio: 02/2017

Fecha de finalización: 06/2017

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 10

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

26 Nombre de la asignatura/curso: Ética

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual

Fecha de inicio: 02/2017

Fecha de finalización: 06/2017

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

27 Nombre de la asignatura/curso: Ética

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual

Fecha de inicio: 02/2017

Fecha de finalización: 06/2017

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 09/2016

Fecha de finalización: 01/2017

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 62,2

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

29 Nombre de la asignatura/curso: Empresa Publicitaria y de Relaciones Públicas

Tipo de programa: Grado

Tipo de asignatura: Obligatoria



Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Fecha de inicio: 09/2016 **Fecha de finalización:** 01/2017
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 10
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya
Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

30 Nombre de la asignatura/curso: Ética y Deontología de la Publicidad y de las Relaciones Públicas
Tipo de programa: Grado
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Fecha de inicio: 02/2016 **Fecha de finalización:** 06/2016
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 10
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya
Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

31 Nombre de la asignatura/curso: Publicidad y Relaciones Públicas
Tipo de programa: Grado
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Comunicación Audiovisual
Fecha de inicio: 02/2016 **Fecha de finalización:** 06/2016
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 20
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya
Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

32 Nombre de la asignatura/curso: Marketing Emocional
Tipo de programa: Grado
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Fecha de inicio: 09/2015 **Fecha de finalización:** 01/2016
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 2
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya
Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

33 Nombre de la asignatura/curso: Empresa Publicitaria y de Relaciones Públicas
Tipo de programa: Grado
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Fecha de inicio: 09/2015 **Fecha de finalización:** 01/2016
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 20
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya
Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

34 Nombre de la asignatura/curso: Historia y Teoría de la Publicidad y de las Relaciones Públicas
Tipo de programa: Grado
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Fecha de inicio: 09/2015

Fecha de finalización: 01/2016

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 30

Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya

Facultad, instituto, centro: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Dirección de tesis doctorales y/o proyectos fin de carrera

- 1 Título del trabajo:** Valores, estilos y personaje femenino en la publicidad televisiva actual
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Lilian Jiménez Pablo
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 03/2021
- 2 Título del trabajo:** Nuevas formas publicitarias aplicadas al teatro: patrocinio, product placement y branded content
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Pablo Díaz Morilla
Calificación obtenida: Excel·lent Cum Laude
Fecha de defensa: 22/02/2021
- 3 Título del trabajo:** El ritmo audiovisual en el cine de Rodrigo Sorogoyen (2013-2020)
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: Barcelona, España
Alumno/a: Claudio Sánchez de la Nieta Hernández
Calificación obtenida: Excel·lent
Fecha de defensa: 16/09/2020
- 4 Título del trabajo:** Convergencias Estratégicas en la Comunicación integrada de marketing y publicidad y el Management en el siglo XXI: aproximación cualitativa y cuantitativa de la situación en el mundo hispanohablante
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: Barcelona, España
Alumno/a: Francisco Javier Garrido Morales
Calificación obtenida: Excel·lent Cum Laude
Fecha de defensa: 22/07/2020
- 5 Título del trabajo:** La amistad en el cine de Pixar. La noción aristotélica de amistad como clave de análisis cinematográfico
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Magdalena BOSCH RABELL
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: Barcelona, España
Alumno/a: Jaume Figa Vaello



Calificación obtenida: Excel-lent

Fecha de defensa: 26/07/2017

- 6 Título del trabajo:** Branding tipográfico en los grupos de música independiente. La identidad visual corporativa dinámica en el caso Pearl Jam
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Sevilla- Facultad de Comunicación
Ciudad entidad realización: Sevilla, España
Alumno/a: Andrea Bertola Garbellini
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 12/07/2017
Tipo de entidad: Universidad
- 7 Título del trabajo:** Economy of Live Music Festivals in Barcelona as a Cultural Product: A Comparative Case Study of Live Performance in Barcelona and Bangkok
Tipo de proyecto: Avantprojecte
Codirector/a tesis: Isabel VILLANUEVA BENITO
Entidad de realización: Universitat Internacional de Catalunya
Ciudad entidad realización: Barcelona, España
Alumno/a: Nanar Ngoson
Calificación obtenida: Notable
Fecha de defensa: 15/06/2017
Tipo de entidad: Universidad
- 8 Título del trabajo:** Publicidad y Comunicación de las marcas de moda en los egoblogs de estilo, moda y tendencias
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Mari Carmen Parra Roperero
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 29/01/2016
Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
- 9 Título del trabajo:** Lenguaje y valores sociales en la publicidad impresa. Análisis de los valores manifiestos en el léxico de los anuncios de XL Semanal durante 2012
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: María Dolores Gutiérrez Guerrero
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 19/10/2015
Tipo de entidad: Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
- 10 Título del trabajo:** El podcast como herramienta de comunicación empresarial
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga
Ciudad entidad realización: Málaga, Andalucía, España
Alumno/a: Virginia Aguayo López
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 22/06/2015
Tipo de entidad: Universidad

- 11 Título del trabajo:** Comic y Brand Placement: Análisis de la presencia y estrategia de las marcas comerciales en el comic literario y cinematográfico
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Daniel Guerrero Navarro
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 05/06/2015
- 12 Título del trabajo:** La construcción periodística del relato de la corrupción. Análisis del tratamiento informativo del Caso Malaya
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Marta Sánchez Esparza
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 30/01/2015
- 13 Título del trabajo:** Influencia de la Publicidad Televisiva en los menores. Análisis de las campañas 'Vuelta al cole' y 'Navidad'
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Susana Teruel Benítez
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 10/12/2014
- 14 Título del trabajo:** Deporte y Comunicación: La comunicación organizacional en los Clubes de Fútbol profesionales
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Gema Lobillo Mora
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 18/10/2013
Fecha de mención: 25/10/2013
- 15 Título del trabajo:** El legado pedagógico, intelectual y estético musical de un gran maestro: Genrich Gustavovic Nejpgauz (1888-1964)
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Salve Márquez Sánchez
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 18/02/2012
Fecha de mención: 24/02/2012

- 16 Título del trabajo:** La comunicación organizacional en las PYMES de Andalucía
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Antonio-Abad Hidalgo Pérez
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 19/12/2011
- 17 Título del trabajo:** El Chief Reputation Officer (CRO): Un nuevo modelo para la Reputación Corporativa
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: José Ignacio Peláez Sánchez
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Ana María Casado Molina
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 29/06/2011
- 18 Título del trabajo:** Publicidad e Infancia: La imagen del niño en los spots televisivos (España, 2007)
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Ana María Medina Heredia
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 17/06/2011
- 19 Título del trabajo:** Influencia de los medios de comunicación en los valores y en la sensibilidad musical de los jóvenes
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Rosa Sánchez Sánchez
Fecha de defensa: 2011
- 20 Título del trabajo:** La publicidad en las redes sociales generalistas
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: David García Cano
Fecha de defensa: 2011
- 21 Título del trabajo:** Publicidad y discurso de la moda: La hibridación entre publicidad e información en los contenidos de las revistas femeninas de alta gama: Glamour, Vogue, Marie Claire, Elle, Cosmopolitan, Telve y Woman
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,

Alumno/a: Carmen Cristófol Rodríguez
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 14/12/2010

22 Título del trabajo: Brand placement del sector del automóvil en el cine norteamericano contemporáneo
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Alicia Martín García
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 20/09/2010

23 Título del trabajo: El oído y la afinación musical: ¿'cara y cruz' de una misma capacidad comunicativa o dos habilidades distintas
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Susana Ternero Casquero
Fecha de defensa: 2010

24 Título del trabajo: La comunicación en los tribunales Superiores de Justicia. El caso de Andalucía
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: José María Ortega Martínez de Victoria
Fecha de defensa: 2010

25 Título del trabajo: La comunicación en las pequeñas y medianas empresas de Andalucía
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Antonio-Abad Hidalgo Pérez
Fecha de defensa: 2010

26 Título del trabajo: La obra pianística de Antón García Abril: un paradigma de comunicación musical
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Paula Coronas Valle
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 26/02/2009

27 Título del trabajo: Brand placement en el sector automoción en el cine norteamericano contemporáneo
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Alicia Martín García
Fecha de defensa: 2009

- 28 Título del trabajo:** El legado pedagógico de Genrich Gustavovic Nejpgauz
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Salve MÁRQUEZ SÁNCHEZ
Fecha de defensa: 2009

- 29 Título del trabajo:** Comunicación empresarial en las PYMES andaluzas
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Rufina Márquez Díaz
Fecha de defensa: 2009

- 30 Título del trabajo:** Organización de eventos online: El sector turístico
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Pablo Herreros Villarejo
Fecha de defensa: 2008

- 31 Título del trabajo:** La música en el tráiler cinematográfico: El género de aventuras
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: José Manuel Recio Ortiz
Calificación obtenida: Excel·lent Cum Laude
Fecha de defensa: 2008

- 32 Título del trabajo:** La comercialidad en los gustos musicales adolescentes
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Esther Sánchez Cano
Fecha de defensa: 2007

- 33 Título del trabajo:** La obra pianística de Antón García Abril: Su estética como paradigma de comunicación musical
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados

Ciudad entidad realización: Málaga,



Alumno/a: Paula Coronas Valle
Fecha de defensa: 2007

- 34 Título del trabajo:** El marketing viral como nueva forma de comunicación
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: Málaga, Andalucía, España
Alumno/a: Carlos Oliveros Oña
Fecha de defensa: 2007
- 35 Título del trabajo:** La adquisición de información para la Seguridad y Defensa del Estado. Servicios españoles de Inteligencia
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Vicente Almenara Martínez
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 20/11/2006
- 36 Título del trabajo:** Análisis del emplazamiento de producto en el panorama cinematográfico español contemporáneo
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Cristina Fraile García
Fecha de defensa: 2006
- 37 Título del trabajo:** Estrategias de emplazamiento de producto en las películas españolas de mayor recaudación: 1995-2005
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Beatriz García Aguilar
Fecha de defensa: 2006
- 38 Título del trabajo:** Cine y Literatura: Análisis de la adaptación cinematográfica de El bosque animado
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Marián Mochón García-Oliveros
Calificación obtenida: Excel-lent
Fecha de defensa: 05/2005
- 39 Título del trabajo:** Análisis del Turismo en Andalucía: Fortalezas y Debilidades en las ocho provincias andaluzas
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Aída de Vicente Domínguez
Fecha de defensa: 2005

- 40** **Título del trabajo:** Marcas y ficción televisiva: El Product Placement en las Teleseries Españolas (1991-2002)
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Cristina del Pino Romero
Calificación obtenida: Apte Cum Laude
Fecha de defensa: 05/07/2004
- 41** **Título del trabajo:** Estructura del sistema publicitario on-line en Argelia
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Abdelhafid Chebaani
Fecha de defensa: 2004
- 42** **Título del trabajo:** El Discurso Femenino en la Publicidad Televisiva Española
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Estrella Martínez Rodrigo
Calificación obtenida: Apte Cum Laude
Fecha de defensa: 10/07/2003
- 43** **Título del trabajo:** Origen y evolución del medio revistas y de su audiencia. Análisis cuantitativo-cualitativo de la publicidad en las revistas femeninas
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Inmaculada Blanco Moreno
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 06/2003
- 44** **Título del trabajo:** Permission Marketing: Del marketing directo al e-mail marketing
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Denis Wrigley Arufe
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 03/2003
- 45** **Título del trabajo:** La estrategia promocional en los Departamentos de Publicidad de la prensa diaria local. Análisis comparativo de las estrategias en Málaga: SUR y La Opinión (1997-2002)
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Daniel Guerrero Navarro
Fecha de defensa: 2003

- 46** **Título del trabajo:** La presencia de marcas comerciales en los contenidos informativos de las revistas femeninas: Evolución del mercado español 1995-2000
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Carmen CRISTÓFOL RODRÍGUEZ
Fecha de defensa: 2003
- 47** **Título del trabajo:** Temas recurrentes en el cine de Terence Mallick
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: José Ramón Portero Gallardo
Fecha de defensa: 2003
- 48** **Título del trabajo:** Internet como herramienta para la investigación de mercados
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Yolanda Quesada Capel
Calificación obtenida: Excel·lent
Fecha de defensa: 06/2002
- 49** **Título del trabajo:** Valores dominantes en la publicidad de las revistas femeninas
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Almudena Cobos Romero
Fecha de defensa: 2002
- 50** **Título del trabajo:** Teatro, música y cine en Andrew Lloyd Weber: la adaptación cinematográfica del musical Jesucristo Superstar
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Armando Gallardo Aranda
Fecha de defensa: 2002
- 51** **Título del trabajo:** Publicidad subliminal de tabaco en el cine
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Juan López Villar
Calificación obtenida: Excel·lent
Fecha de defensa: 09/2001
- 52** **Título del trabajo:** Análisis formal de las páginas web de las Organizaciones no Gubernamentales
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Celia María Muñoz Zayas
Calificación obtenida: Excel·lent
Fecha de defensa: 06/2000



- 53** **Título del trabajo:** Remodelación del target, los contenidos y el diseño de un semanario religioso: análisis de la situación actual y propuesta de comunicación publicitaria
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Ana María Medina Heredia
Fecha de defensa: 2000
- 54** **Título del trabajo:** Proceso de Creación Publicitaria para la revista Hacer familia
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Carmen Bassy García-Morato
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 2000
- 55** **Título del trabajo:** La publicidad de las ONGs antes y después del Mitch: análisis de contenido de los anuncios publicados en prensa nacional
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Cristina del Pino Romero
Fecha de defensa: 2000
- 56** **Título del trabajo:** Efectos de la publicidad televisiva en la población infantil malagueña. Análisis de la campaña de Navidad (1997-1999)
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Susana Teruel Benítez
Fecha de defensa: 2000
- 57** **Título del trabajo:** Presencia, comunicación y estrategia de las marcas comerciales en la ficción audiovisual ('product placement' o 'emplazamiento de producto'). La producción cinematográfica de Hollywood y el caso español
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Juan Salvador Victoria Mas
Calificación obtenida: Apte Cum Laude
Fecha de defensa: 25/06/1999
- 58** **Título del trabajo:** Las revistas como soporte publicitario. El caso 'Elle'
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Gemma Camacho Villaseñor
Calificación obtenida: Excel-lent

Fecha de defensa: 06/1999

- 59 Título del trabajo:** Campaña de Publicidad diseñada para Velas Dinamic
Tipo de proyecto: Trabajo conducente a obtención de DEA
Alumno/a: Nuria González Viana
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 01/1999
- 60 Título del trabajo:** El product placement en las teleseries españolas. Análisis de la situación en 1998
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Cristina del Pino Romero
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 12/1998
- 61 Título del trabajo:** El product placement en el cine español actual
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Estefanía Martínez
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 09/1998
- 62 Título del trabajo:** El cambio de imagen corporativa en los medios audiovisuales: cambio visual y de contenidos en la remodelación de La 2 y Tele 5
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Raúl Rojano Vera
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 09/1998
- 63 Título del trabajo:** Una campaña en camino: la promoción turística del Parque Natural de Sierra Nevada
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Fernando Fuentes Pérez
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 06/1998
- 64 Título del trabajo:** Análisis formal y de valores en la publicidad audiovisual de la O.N.C.E. (1981-1998): Publicidad con sello propio
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Soledad Muñoz Villas
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 05/1998
- 65 Título del trabajo:** Efectos de la publicidad televisiva en la población infantil malagueña. Análisis de los contenidos publicitarios y de las audiencias
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Susana Teruel Benítez
Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 01/1998
- 66 Título del trabajo:** Nuevos compañeros de clase: La inserción de la publicidad y los medios audiovisuales en el aula
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Montserrat Ramírez Aranda

Calificación obtenida: Matrícula d'Honor
Fecha de defensa: 12/1996

67 Título del trabajo: La imagen de la mujer en la publicidad de cosméticos. Estudio del caso de Margaret Astor
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Alumno/a: Gema Lobillo Mora
Calificación obtenida: Excel-lent
Fecha de defensa: 06/1996

68 Título del trabajo: Los elementos de la comunicación publicitaria. Una aproximación estructural
Tipo de proyecto: Proyecto Final de Carrera
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: David Fierro Hernández
Calificación obtenida: Excel-lent
Fecha de defensa: 06/1996

69 Título del trabajo: Zhang-Yimou en la historia cinematográfica china
Tipo de proyecto: Tesis de màster
Alumno/a: Chen Meihsing
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 08/03/1996

70 Título del trabajo: Publicidad y Valores. Modelos de consumidor y análisis de valores en la publicidad televisiva española (1991-92)
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Centros y Estructuras Universitarias y Asimilados
Ciudad entidad realización: Málaga,
Alumno/a: Lucía Domínguez Aguilar
Calificación obtenida: Apte Cum Laude
Fecha de defensa: 18/03/1995

71 Título del trabajo: Cine y Literatura en Akira Kurosawa. Estudio biográfico-temático de RASHOMON, TRONO DE SANGRE y RAN
Tipo de proyecto: Tesis de màster
Alumno/a: Atushi Miki
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 16/01/1995

72 Título del trabajo: La publicidad de cosméticos y automóviles en Oriente y Occidente. La imagen de la mujer y del hombre en los spots de España, Taiwan y Japón
Tipo de proyecto: Tesis de màster
Alumno/a: Hui-Ching Liao
Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude
Fecha de defensa: 24/09/1994

73 Título del trabajo: La fidelidad en las adaptaciones audiovisuales de textos literarios. Estudio de la serie televisiva RETORNO A BRIDESHEAD
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral

Alumno/a: Inmaculada Cánovas Carreño

Calificación obtenida: Excel-lent

Fecha de defensa: 30/06/1994

74 Título del trabajo: Estilos formales y valores culturales en la publicidad televisiva. Análisis de los anuncios premiados en el Festival de Cannes: 1985-1990

Tipo de proyecto: Tesi de màster

Alumno/a: Ai-Ling Liou

Calificación obtenida: Excel-lent Cum Laude

Fecha de defensa: 30/06/1992

75 Título del trabajo: Los medios de comunicación audiovisual en Francia. Situación jurídica y empresarial en 1990

Tipo de proyecto: Tesina

Alumno/a: Jean François Peralta

Calificación obtenida: Excel-lent

Fecha de defensa: 24/06/1990

Experiencia científica y tecnológica

Actividad científica o tecnológica

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

1 Nombre del proyecto: Nuevas formas publicitarias y nueva economía

Ámbito geográfico: Autonómica

Grado de contribución: Coordinador/a científico/a

Entidad de realización: Junta de Andalucía

Ciudad entidad realización: España

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Alfonso MÉNDIZ NOGUERO

Nº de investigadores/as: 11

Entidad/es financiadora/s:

Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía

Tipo de entidad: Agencia Estatal

Cód. según financiadora: SEJ 396

Fecha de inicio-fin: 07/06/2009 - 31/08/2015

Duración: 6 años - 2 meses - 25 días

Cuantía total: 8.450 €

2 Nombre del proyecto: Nuevas formas publicitarias y nueva economía 2

Ámbito geográfico: Nacional

Grado de contribución: Coordinador/a científico/a

Entidad de realización: Junta de Andalucía

Ciudad entidad realización: España

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Alfonso MÉNDIZ NOGUERO

Nº de investigadores/as: 12

Entidad/es financiadora/s:

Junta de Andalucía

Tipo de entidad: Organismo, Otros

Cód. según financiadora: SEJ 396
Fecha de inicio-fin: 01/01/2002 - 31/12/2010

3 Nombre del proyecto: SOCMEDIA. Grupo de estudios de conductas y competencias sociocomunicativas de la infancia y la juventud en Tecnologías de la Información y la Comunicación

Ámbito geográfico: Nacional

Grado de contribución: Coordinador/a científico/a

Entidad de realización: Banco Santander Central Hispano

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Alfonso MÉNDIZ NOGUERO

Nº de investigadores/as: 2

Entidad/es financiadora/s:

Banco Santander Central Hispano

Tipo de entidad: Entidad Empresarial

Universidad Complutense de Madrid

Tipo de entidad: Universidad

Cód. según financiadora: GR58/08 - 931077

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

Duración: 12 meses

Cuantía total: 6.250 €

4 Nombre del proyecto: SOCMEDIA. Grupo de estudios de conductas y competencias sociocomunicativas de la infancia y la juventud en Tecnologías de la Información y la Comunicación

Ámbito geográfico: Nacional

Grado de contribución: Coordinador/a científico/a

Entidad de realización: Universidad Complutense de Madrid

Ciudad entidad realización: Madrid, España

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Alfonso MÉNDIZ NOGUERO

Nº de investigadores/as: 2

Entidad/es financiadora/s:

Comunidad de Madrid

Tipo de entidad: Organismo, Otros

Universidad Complutense de Madrid

Tipo de entidad: Universidad

Cód. según financiadora: CAM: CCG07-UCM/HUM 2225 - GR74/07

Fecha de inicio-fin: 01/01/2008 - 31/12/2008

Duración: 1 año

Cuantía total: 6.500 €

5 Nombre del proyecto: SOCMEDIA. Grupo de estudios de conductas y competencias sociocomunicativas de la infancia y la juventud en Tecnologías de la Información y la Comunicación

Ámbito geográfico: Nacional

Grado de contribución: Coordinador/a científico/a

Entidad de realización: Universidad Complutense de Madrid

Ciudad entidad realización: Madrid, España

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Alfonso MÉNDIZ NOGUERO

Nº de investigadores/as: 2

Entidad/es financiadora/s:

Comunidad de Madrid

Tipo de entidad: Organismo, Otros

Universidad Complutense de Madrid

Tipo de entidad: Universidad

Cód. según financiadora: 931077

Fecha de inicio-fin: 01/01/2007 - 31/12/2007

Duración: 1 año

Cuantía total: 6.800 €

- 6** **Nombre del proyecto:** La Publicidad en Internet: Posibilidades técnicas, narrativas y de creación en la imagen corporativa de las empresas
Ámbito geográfico: Nacional
Grado de contribución: Investigador/a
Entidad de realización: Universidad de Málaga
Ciudad entidad realización: Málaga,
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Vicente Peña Timón
Nº de investigadores/as: 7
Entidad/es financiadora/s:
Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de inicio-fin: 01/01/1999 - 31/12/2001 **Duración:** 3 años
- 7** **Nombre del proyecto:** Identidad cultural e industria cultural: El modelo audiovisual y publicitario andaluz
Ámbito geográfico: Nacional
Grado de contribución: Investigador/a
Entidad de realización: Universidad de Málaga
Ciudad entidad realización: Málaga,
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Miguel De Aguilera Moyano
Nº de investigadores/as: 10
Entidad/es financiadora/s:
Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de inicio-fin: 01/01/1996 - 31/12/1999 **Duración:** 4 años
- 8** **Nombre del proyecto:** Proyecto de Actividades sobre Vulnerabilidad Digital (PROVULDIG)
Ámbito geográfico: Autonómica
Grado de contribución: Investigador/a
Entidad de realización: Consejería de Educación, Juventud y Deporte de la Comunidad de Madrid
Ciudad entidad realización: Madrid, Comunidad de Madrid, España
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Luis Núñez Ladevece
Nº de investigadores/as: 2
Entidad/es financiadora/s:
Consejería de Educación, Juventud y Deporte de la Comunidad de Madrid **Tipo de entidad:** Agencia Estatal
Cód. según financiadora: H2015/HUM-3434
Fecha de inicio: 01/01/2015
Entidad/es participante/s: Grupo de Investigación sobre Vulnerabilidad Digital de la Universidad CEU San Pablo
Cuantía total: 174.592 €

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

- 1** **Nombre del proyecto:** Estandarización de protocolos en la Comunicación de Proximidad mediante Bluetooth
Modalidad de proyecto: De investigación industrial **Entidad de realización:** Dinacom
Grado de contribución: Investigador/a
Entidad de realización: Dinacom
Ciudad entidad realización: Málaga, Andalucía, España
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Rafael Zaragoza Pardo

Nº de investigadores/as: 2

Entidad/es participante/s: Dinacom

Entidad/es financiadora/s:

Agencia IDEA de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía

Tipo de entidad: Organismo Público de Investigación

Fecha de inicio: 01/01/2011

Cuantía total: 45.240 €

2 Nombre del proyecto: Publicidad, Educación y Nuevas Tecnologías

Modalidad de proyecto: De investigación industrial **Entidad de realización:** Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa

Grado de contribución: Coordinador/a científico/a

Entidad de realización: Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa

Ciudad entidad realización: España

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Alfonso MÉNDIZ NOGUERO

Nº de investigadores/as: 6

Entidad/es financiadora/s:

Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa

Tipo de entidad: Agencia Estatal

Ministerio de Educación y Ciencia

Tipo de entidad: Agencia Estatal

Fecha de inicio: 01/01/2003

3 Nombre del proyecto: Videojuegos y Educación

Modalidad de proyecto: De investigación industrial **Entidad de realización:** Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa

Grado de contribución: Investigador/a

Entidad de realización: Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa

Ciudad entidad realización: España

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): MIGUEL DE AGUILERA MOYANO

Nº de investigadores/as: 9

Entidad/es financiadora/s:

Ministerio de Educación y Ciencia

Tipo de entidad: Agencia Estatal

Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa

Tipo de entidad: Agencia Estatal

Fecha de inicio: 01/01/2001

Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

Índice H: 10

Fecha de aplicación: 10/07/2016

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1** Méndiz, A.; Regadera, E.; Pasillas Salas, G.. Valores y storytelling en los fashion films. El caso Tender Stories (2014-2017), de Tous. Revista de Comunicación. 17 - 2, pp. 316 - 335. 15/09/2018. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1435>>. ISSN 1684-0933
DOI: 10.26441/RC17.2-2018-A14
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: ERIH - European Reference Index for Humanities
Índice de impacto: 0.0
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 2** Gutiérrez-Guerrero, M.; Méndiz, A.; Repiso-Caballero, R.. Los valores en la publicidad impresa. Análisis de "XL Semanal". Revista Mediterránea de la Comunicación. 9 - 1, pp. 411 - 422. 01/01/2018. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1484>>. ISSN 1989-872X
DOI: 10.14198/MEDCOM2018.9.1.26
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: ERIH - European Reference Index for Humanities
Índice de impacto: 0.0
Citas: 2
Publicación relevante: Si
- 3** De Aguilera, M.; Méndiz, A.. Video games and education (Education in the face of a "parallel school). Computers in entertainment. 1 - 1, pp. 1 - 14. 01/10/2003. Disponible en Internet en: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=950583>>. ISSN 1544-3574
DOI: 10.1145/950566.950583
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2
Fuente de impacto: SCOPUS-SJR-SCImago Journal Rank
Índice de impacto: 0.17
Citas: 263
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Publicación relevante: Si

- 4** Méndiz, A.. La Biblia en el cine. La figura de Jesús en la pantalla. La Biblia, lengua materna del mundo actual. pp. 77 - 96. EUNSA, 04/03/2021. Disponible en Internet en: <https://www.eunsa.es/libro/la-biblia-lengua-materna-del-mundo-actual_119281/>. ISBN 978-84-313-3569-4

Depósito legal: NA 44-2021

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: Si

- 5** Méndiz, A.. Advertising and desire. M. Bosch (ED.) Desire and Human Flourishing. Perspectives on Positive Psychology, Moral Education and Virtue Ethics. pp. 371 - 390. Springer Nature, 01/09/2020. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-47001-2>>. ISBN 978-3-030-47000-5

DOI: 10.1007/978-3-030-47001-2

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: Si

- 6** Méndiz, A.. Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Internacional de Catalunya. Docencia e Investigación en Comunicación en España. pp. 95 - 106. Comunicación Social, 18/06/2020. Disponible en Internet en: <<https://www.comunicacionsocial.es/>>. ISBN 978-84-17600-29-7

Depósito legal: S-129-2020

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: Si

- 7** Méndiz, A.; 77587742W. Redacción publicitaria: Fundamentos y elementos textuales. Lengua, cultura, discurso. Estudios ofrecidos al profesor Manuel Casado Velarde. pp. 447 - 464. EUNSA, 08/11/2019. ISBN 978-84-313-3431-4

Depósito legal: NA 2459-2019

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 2

Publicación relevante: Si

- 8** Méndiz, A.; Callejón, A.. Sostenibilidad y desarrollo de la persona en la publicidad de Ruavieja. El valor de la amistad en las campañas "Tenemos que vernos más" (2017-2018). Progreso, dificultades y propuestas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. pp. 99 - 114. Universidad Pontificia de Comillas, 16/10/2019. ISBN 978-84-8468-812-9

Depósito legal: M-33112-2019

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 2

Publicación relevante: Si



- 9** Méndiz, A.; Callejón, A.. RSE e influencia social de las empresas en los valores de su publicidad. Las campañas de Casa Tarradellas (2011-2018). Aspectos legales, retos y reflexiones para el desarrollo de la responsabilidad social. pp. 145 - 164. Universidad de Comillas, 15/11/2018. ISBN 978-84-8468-768-9
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 10** Méndiz, A.. El storytelling publicitario en el marco de la Narrativa literaria: semejanzas entre el spot publicitario y el género literario cuento. Calidad informativa y nuevas narrativas. pp. 25 - 40. (España): Egregius ediciones, 08/06/2018. Disponible en Internet en: <<http://egregius.es/catalogo/calidad-informativa-y-nuevas-narrativas/>>. ISBN 978-84-17270-46-9
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 11** Méndiz, A.. 'City placement': concepto, literatura científica y método de análisis. Nuevos tratamientos informativos y persuasivos. pp. 234 - 242. Tecnos, 15/12/2017. ISBN 978-84-309-7376-7
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 12** Méndiz, A.; García, I.. La hibridación de narrativas (transmedia y branded content) en el actual storytelling publicitario. Nuevas narrativas. Entre la ficción y la información: desde la desregulación a la integración transmedia. pp. 343 - 356. UAB - Servei de Publicacions, 15/11/2017. ISBN 978-84-947521-8-6
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 13** Méndiz, A.. Investigaciones sobre Historia de la Publicidad (1968-2015). Retos docentes universitarios como desafío curricular. pp. 123 - 148. McGraw Hill, 16/02/2017. Disponible en Internet en: <<https://shop.blinklearning.com/es/planescolar21-13564/34963-Retosdocentesuniversitarioscomodesafocurricular.html>>. ISBN 978-84-48612-69-6
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 14** Méndiz, A.. La persona como eje y fundamento de la RSE. Estudio de dos campañas de "True Move". Los condicionantes al desarrollo de la responsabilidad social empresarial. pp. 165 - 176. Universidad de Comillas, 05/12/2016. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=674709>>. ISBN 978-84-8468-658-3
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: Si

- 15** Méndiz, A.; Callejón, A.. Identidad y valores de una marca en sus campañas publicitarias. Estudio del caso IKEA. La gestión de valores en la empresa como aportación de valor. pp. 197 - 220. Universidad de Comillas, 14/09/2015. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5471758>>. ISBN 978-84-8468-604-0

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 2

Publicación relevante: Si

- 16** Martín, M.; Méndiz, A.. La Ética de la Comunicación Comercial. Comunicación y empresa responsable. pp. 339 - 362. EUNSA, 17/08/2015. Disponible en Internet en: <<http://www.eunsa.es/tienda/comunicacion/1873-comunicacion-y-empresa-responsable.html>>. ISBN 9788431330637

Depósito legal: 1.235-2015

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 2

Publicación relevante: Si

- 17** Méndiz, A.. Planteamientos historiográficos de la primera 'Historia de la Publicidad': 1874-1968. La historia y su comunicación persuasiva. pp. 271 - 296. Visión Libros, 09/10/2014. ISBN 978-84-15965-88-6

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: Si

- 18** Méndiz, A.. La comunicación de valores en la publicidad como forma de RSE. El caso de la publicidad de Danone. Nuevos diálogos y relaciones entre la empresa y la sociedad. pp. 201 - 222. Universidad de Comillas, 23/09/2014. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4829916>>. ISBN 978-84-8568-562-3

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: Si

- 19** Méndiz, A.; Victoria, J. S.; Arjona, B.. Comunicación viral: Fundamentos para la investigación de la publicidad y el marketing. Persuasión Audiovisual. Formas, soportes y nuevas estrategias. pp. 373 - 398. (España): McGraw-Hill Education, 07/06/2013. Disponible en Internet en: <<http://datos.bne.es/edicion/a5420345.html>>. ISBN 978-84941032-5-4

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

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

Nº total de autores: 3

Publicación relevante: Si



- 20** Méndiz, A.; Castelló, A.. E-Branding verde: l'esperienza spagnola. Green marketing per le aree industriali. Metodologie, strumenti e pratiche,. Franco Angeli, 10/09/2012. ISBN 978-88-204-0978-4
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
- 21** Méndiz, A.; Castelló, A.. Green E-branding: The Spanish Experience. Handbook of Green Communication and Marketing. pp. 103 - 122. Franco Angeli, 2012. ISBN 978-88-568-4937-0
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
- 22** Casado, A. M.; Peláez, J. I.; Méndiz, A.. El Chief Reuptation Officer (CRO): Una dirección estratégica en el management corpo-rativo del siglo XXI. La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica. Informe Anual 2012. pp. 165 - 194. PEARSON EDUCACIÓN, S.A, 2012. ISBN 978-84-1555-209-3
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 3 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 3
Publicación relevante: Si
- 23** Méndiz, A.. E-Branding verde. Los desafíos de las empresas ante la sostenibilidad: diagnóstico, reflexiones y propuestas. pp. 67 - 96. Universidad de Comillas, 2012. ISBN 978-84-8468-459-6
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 24** Méndiz, A.. El Chief Reuptation Officer (CRO): una dirección estratégica en el management corpo-rativo del siglo XXI. La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica. Informe Anual 2012. pp. 165 - 194. Gedisa, 2012. ISBN 978-84-1555-209-3
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 25** Méndiz, A.. Tres mujeres: Margaret Mitchell, Vivien Leigh y Escarlata O'hara (Lo que el viento se llevó: de la novela a la pantalla). Mujeres de cine: 360º alrededor de la cámara. pp. 183 - 207. Biblioteca Nueva, 2011. ISBN 978-84-9940-243-7
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si

- 26** Méndiz, A.. Recuerdos de unas notas de piano. La obra pianística de Antón García Abril. pp. 13 - 16. (España): Universidad de Málaga, 2010. ISBN 978-84-9747-299-9
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 27** Méndiz, A.. Filmografía mozartiana. Panorama histórica por las bandas sonoras de las películas con música de W. A. Mozart. Hibridando el saber. Investigar sobre Comunicación y Música. pp. 24 - 36. (España): Universidad de Málaga, 2010. ISBN 978-84-9747-325-5
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 28** Méndiz, A.. Estrategias de sensibilización medioambiental en los niños: el advergaming. E-Branding Verde. pp. 87 - 110. Comunidad de Madrid(España): Editorial Dykinson, 2010. ISBN 978-84-9849-914-8
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 29** Méndiz, A.. Descubrimiento de Antón García Abril. Antón García Abril: Imagen y Música en armonía. pp. 11 - 14. Diputación de Málaga, 2009. ISBN 978-84-7785-836-2
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 30** Méndiz, A.. Los serious games: Una alternativa a los juegos educativos. Interactividad digital. Nuevas estrategias en educación y comunicación. pp. 183 - 202. EOS Universitaria, 2008. ISBN 978-84-9727-292-6
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 31** Méndiz, A.. Aportaciones para una Ética de la Comunicación y de la Publicidad. De los códigos normativos a la defensa de los valores. Ética Universal, Cultura de Paz y Educación Ciudadana. pp. 147 - 162. Grupo Editorial Universitario, 2008. ISBN 978-84-8491-916-2
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 32** Méndiz, A.. Introducción. Falsedad y Comunicación: publicidad engañosa, información falsa, imagen manipulada. pp. 5 - 11. Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica de la Universidad de Málaga, 17/05/2007. Disponible en Internet en: <<http://publicacionesydivulgacion.uma.es/publicaciones-electronicas/product/8105-falsedad-y-comunicacion-publicidad-enganosa-informacion-falsa-imagen-manipulada.html>>. ISBN 978-84-9747-162-6
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 33** Méndiz, A.. Marcas en el cine, en las series... ¡Hasta en la sopa! ¿No hay límites para el engaño en publicidad?. Falsedad y Comunicación. Publicidad engañosa, Información falsa, imagen manipulada. pp. 29 - 44. (España): Universidad de Málaga, 2006. ISBN 978-84-9747-162-6
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 34** Méndiz, A.. Prólogo. Las nuevas formas publicitarias en los medios impresos: los suplementos dominicales. pp. 7 - 13. Caligrama, 2005. ISBN 84-957-83-26-6
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 35** Méndiz, A.. La comunicación y la amistad en un cómic emblemático: Tintín. Información para la paz. Autocrítica de los medios y responsabilidad del público. pp. 225 - 238. Fundación COSO, 2005. ISBN 84-609-6261-X
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 36** Méndiz, A.. Una ética olvidada: Publicidad, Valores y Estilos de vida. Información para la paz. Autocrítica de los medios y responsabilidad del público. pp. 61 - 84. Fundación COSO, 2005. ISBN 84-609-6261-X
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 37** Méndiz, A.. Publicidad y valores. Pragmática y Ética del texto publicitario. Aspectos y Perspectivas del Lenguaje Publicitario. pp. 15 - 28. (España): Universidad de Málaga, 2005. ISBN 84-95073-44-7
Tipo de producción: Capítulo de libro **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si



- 38** Méndiz, A.; Cristófol, C.. Experiencias didácticas de la publicidad. Publicidad, Educación y Nuevas Tecnologías. pp. 142 - 169. Ministerio de Educación y Ciencia, 16/06/2004. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=653383>>. ISBN 84-369-4137-3
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
- 39** Méndiz, A.; Cristófol, C.. Publicidad y educación: revisión crítica de la investigación realizada. Publicidad, Educación y Nuevas Tecnologías. pp. 10 - 30. Ministerio de Educación y Ciencia, 16/06/2004. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=653383>>. ISBN 84-369-4137-3
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
- 40** Méndiz, A.. Publicidad y educación: ¿un matrimonio posible?. Publicidad, Educación y Nuevas Tecnologías. pp. 10 - 30. Ministerio de Educación y Ciencia, 16/06/2004. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=653383>>. ISBN 84-369-4137-3
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 41** Méndiz, A.. Videojuegos y educación: Revisión crítica de la investigación realizada y reflexión sobre la materia. Videojuegos y Educación. pp. 43 - 85. CNICE, 2003. ISBN 84-369-3830-5
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 42** Méndiz, A.. Derecho de la Publicidad (2). Derecho de la Información. pp. 483 - 506. Ariel Comunicación, 2003. ISBN 84-344-1295-0
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 43** Méndiz, A.. Derecho de la Publicidad (1). Derecho de la Información. pp. 455 - 481. Ariel Comunicación, 2003. ISBN 84-344-1295-0
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si



- 44** Méndiz, A.. ¿Hacia dónde va la comunicación en Internet? (Lecciones de la Historia para desentrañar el futuro). Publicidad, Comunicación y Marketing en Internet. pp. 7 - 15. Diputación Provincial de Málaga, 2002. ISBN 84-7785-478-5
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 45** Méndiz, A.. Publicidad y valores. Criterios para una adecuada valoración. Ética de la Comunicación y de la Información. pp. 217 - 242. Ariel Comunicación, 2002. ISBN 84-344-1290-X
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 46** Méndiz, A.. Prólogo. Hollywood y las marcas (Product placement). pp. 5 - 6. New Book Ediciones, 1999. ISBN 84-95206-27-7
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 47** Méndiz, A.. Las agencias de publicidad en Andalucía. La industria audiovisual y publicitaria en Andalucía. Estudios sobre un sector estratégico-co. pp. 247 - 322. (España): Universidad de Málaga, 1999. ISBN 84-7496-762-7
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 48** Méndiz, A.. Por qué la Literatura hechiza al Cine. El arte de la adaptación. Cómo convertir hechos y ficciones en películas. pp. 9 - 19. Rialp Ediciones, 1994. Disponible en Internet en: <https://www.rialp.com/libro/el-arte-de-la-adaptacion_133993/>. ISBN 84-321-2976-3
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 49** Méndiz, A.. Diferencias estéticas entre el teatro y el cine. Hacia una teoría de la adaptación dramática. Transvases culturales: Literatura, Cine y Traducción. pp. 331 - 340. Universidad del País Vasco, 1994. ISBN 84-604-9520-5
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro



- 50** Méndiz, A.. Antonio Machado y su concepción de la prensa. Estudios en honor de Luka Brajnovic. pp. 513 - 537. Ediciones Universidad de Navarra, 1992. ISBN 84-313-1215-7
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 51** Méndiz, A.. Historia de la Publicidad: Fundamentos epistemológicos y perspectivas de análisis. Pasión por los libros, 20/11/2013. Disponible en Internet en: <<http://www.pasionporloslibros.es/historia-de-la-publicidad/>>. ISBN 978-84-15649-80-9
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 52** Méndiz, A.. Teoría de la Publicidad. Pasión por los libros, 09/10/2013. Disponible en Internet en: <<http://www.pasionporloslibros.es/teoria-de-la-publicidad/>>. ISBN 978-84-15649-75-5
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 53** Méndiz, A.. Los valores en la publicidad. Un nuevo planteamiento ético y comercial. IC Media Publicaciones, 16/09/2010. Disponible en Internet en: <<http://www.icmedianet.org/wp/wp-content/uploads/2010/04/INFORME-ETICA-VALORES.pdf>>.
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 54** Méndiz, A.. Jesucristo en el cine. Rialp Ediciones, 13/10/2009. Disponible en Internet en: <<http://www.rialp.com/index.php?op=verlibro&descri=177568>>. ISBN 978-84-321-3737-2
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
- 55** Méndiz, A.. Cómo se hicieron las grandes películas (Volumen 2). Dossat, 19/09/2007. Disponible en Internet en: <<http://www.ciedossat.com/colecciones3.php?muestra=9788496437685>>. ISBN 978-84-96437-68-5
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo



- 56** Méndiz, A.; Cristófol, C.. Falsedad y Comunicación: publicidad engañosa, información falsa, imagen manipulada. Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica de la Universidad de Málaga, 17/05/2007. Disponible en Internet en: <<http://publicacionesydivulgacion.uma.es/publicaciones-electronicas/product/8105-falsedad-y-comunicacion-publicidad-enganosa-informacion-falsa-imagen-manipulada.html>>. ISBN 978-84-9747-162-6
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
- 57** Méndiz, A.. Nuevas formas publicitarias: patrocinio, product placement y publicidad en Internet. Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica de la Universidad de Málaga, 08/03/2007. Disponible en Internet en: <<http://publicacionesydivulgacion.uma.es/publicaciones-electronicas/product/8137-nuevas-formas-publicitarias-patrocinio-product-placement-publicidad-en-internet.html>>. ISBN 84-7496-770-8
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 58** Méndiz, A.. Cómo se hicieron las grandes películas (Volumen 1). Dossat, 14/11/2005. Disponible en Internet en: <<http://www.ciedossat.com/colecciones3.php?muestra=8496437124>>. ISBN 84-96437-12-4
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 59** Méndiz, A.. Publicidad, Educación y Nuevas Tecnologías. Ministerio de Educación y Ciencia, 16/06/2004. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=653383>>. ISBN 84-369-4137-3
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 60** Méndiz, A.; De Aguilera, M.. Videojuegos y Educación. CNICE, 2003. ISBN 84-369-3830-5
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
- 61** Méndiz, A.; Victoria, J. S.. Publicidad, Comunicación y Marketing en Internet. Reiniciar el sistema. Diputación Provincial de Málaga, 07/03/2002. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=653412>>. ISBN 84-7785-478-5
Tipo de producción: Libro o monografía científica
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si



- 62** Méndiz, A.. Nuevas formas publicitarias. Patrocinio, product placement, publicidad en Internet. Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Málaga, 2000. ISBN 978-8474967708
Tipo de producción: Libro o monografía científica **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 63** Méndiz, A.; Almansa, A.. Financiera y Minera en Andalucía: Cien años de historia industrial. Sociedad Financiera y Minera S.A., 2000. Disponible en Internet en: <https://www.academia.edu/19728315/Financiera_y_Minera_en_Aandaluc%C3%ADa_Cien_A%C3%B1os_de_Historia_Industrial>.
Depósito legal: MA-30/2000
Tipo de producción: Libro o monografía científica **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
- 64** Méndiz, A.. La industria audiovisual y publicitaria en Andalucía. Estudios sobre un sector estratégico. Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica de la Universidad de Málaga, 22/10/1999. Disponible en Internet en: <<http://publicacionesydivulgacion.uma.es/publicaciones-electronicas/product/7528-la-industria-audiovisual-y-publicitaria-en-andalucia-estudios-sobre-un-sector-estrategico.html>>. ISBN 84-7496-762-7
Tipo de producción: Libro o monografía científica **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
- 65** Méndiz, A.; Domínguez, L.. Modelos de consumidor en la publicidad. Newbook Ediciones, 18/10/1996. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=80229>>. ISBN 84-89648-23-9
Tipo de producción: Libro o monografía científica **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: Si
- 66** Méndiz, A.. Antonio Machado, periodista. EUNSA, 01/11/1995. Disponible en Internet en: <https://www.eunsa.es/libro/antonio-machado-periodista_102487/>. ISBN 84-313-1378-1
Depósito legal: NA 1747-1995
Tipo de producción: Libro o monografía científica **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si
- 67** Méndiz, A.. La Bella y la Bestia. Permanencia y vitalidad de un mito clásico. Serv. de Actividades Culturales y Sociales-Universidad de Navarra, 1993.
Tipo de producción: Libro o monografía científica **Tipo de soporte:** Libro
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de libro completo
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: Si

- 68** Callejo, J.; Lobillo, G.; Méndiz, A.. Fidelidad y animadversión a través de los aficionados en los clubes de fútbol de España: Málaga CF y Granada CF. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. 29 - 1, pp. 43 - 53. (España): Universidad Complutense de Madrid, 2023. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/3572>>. ISSN 1988-2696
DOI: 10.5209/esmp.82339
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 3
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: SCOPUS-SJR-SCImago Journal Rank
Índice de impacto: 0.295
Publicación relevante: No
- 69** Méndiz, A.; Caballero, N.; González, Z.. Análisis de la representación de la masculinidad en la publicidad impresa contemporánea. Estudio de Caso de la Revista Gentleman's Quarterly España. Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación. 8 - 16, pp. 356 - 398. 2021. Disponible en Internet en: <<http://www.revistaaic.eu/index.php/raaic/article/view/340>>. ISSN 2341-2690
DOI: 10.24137/raaic.8.16.17
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: MIAR (Matriz de información para la evaluación de revistas)
Índice de impacto: 3.8
Publicación relevante: No
- 70** Arjona, B.; Méndiz, A.; Victoria, J.. Virality as a paradigm of digital communication. Review of the concept and update of the theoretical framework. El profesional de la información. 29 - 6, pp. 1 - 18. 07/11/2020. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/2445>>. ISSN 1386-6710
DOI: 10.3145/epi.2020.nov.07
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 1.58
Posición de publicación: 44
Publicación relevante: No
- 71** Méndiz, A.; Oliva, A.. La deshumanización del soldado en el género bélico. La crisis del combatiente en las películas sobre la Guerra de Irak. Historia y Comunicación Social. 25 - 2, pp. 527 - 537. 27/10/2020. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/2003>>. ISSN 1988-3056
DOI: 10.5209/hics.72283
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Fuente de impacto: WOS (JCR)
Índice de impacto: 0.0
- Tipo de soporte:** Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- Categoría:** INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE
Revista dentro del 25%: No
Num. revistas en cat.: 87

Publicación relevante: No

- 72** Llovet, Carmen; Díaz-Bustamante, M.; Méndiz, A.. Estado de la cuestión sobre la sexualización infantil en el entorno digital y propuestas de alfabetización mediática. *Doxa Comunicación*. 28, pp. 223 - 240. 06/2019. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1483>>. ISSN 1696-019X

DOI: 10.31921/doxacom.n28a12

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 3

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 3

Fuente de impacto: Carhus Plus+ 2018

Índice de impacto: 0.0

Publicación relevante: No

- 73** Méndiz, A.. La representación del menor en la publicidad infantil. De la inocencia a la sexualización. *Methadods. Revista de Ciencias Sociales*. 6 - 1, pp. 125 - 137. 30/04/2018. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1580>>. ISSN 2340-8413

DOI: 10.17502/m.rcs.v6i1.231

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 74** Márquez, S.; Méndiz, A.. Heinrich Neuhaus: intuición y método en la enseñanza del piano. *Revista electrónica complutense de investigación en educación musical*. 14 - 1, pp. 285 - 304. 03/04/2017. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1436>>. ISSN 1698-7454

DOI: 10.5209/RECIEM.53915

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 2

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 2

Fuente de impacto: SCOPUS-SJR-SCImago Journal Rank

Índice de impacto: 0.142

Posición de publicación: 0

Categoría: MUSIC

Revista dentro del 25%: No

Num. revistas en cat.: 0

Publicación relevante: No

- 75** Oliva, A.; Méndiz, A.. Estereotipos femeninos en la evolución del género bélico. El nuevo rol de la «mujer soldado» en la Guerra de Irak. *Feminismo/s. Revista del Centro de Estudios sobre la Mujer de la Universidad de Alicante*. 27, pp. 15 - 35. 06/2016. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1438>>. ISSN 1696-8166

DOI: 10.14198/fem.2016.27.02

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 2

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 2

Fuente de impacto: ERIH - European Reference Index for Humanities

Índice de impacto: 0.0

Publicación relevante: No

- 76** Márquez, S.; Méndiz, A.. Neuhaus, escritor: Claves de su pensamiento musical en sus artículos para la prensa. Revista de musicología. 38 - 1, pp. 191 - 218. 20/01/2015. Disponible en Internet en: <http://www.sedem.es/upload/revista/RdM_2015_XXXVIII_1.pdf>. ISSN 0210-1459
DOI: 10.2307/24878250
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2
Fuente de impacto: ERIH - European Reference Index for Humanities
Índice de impacto: 0.0
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 77** Cristófol, C.; Méndiz, A.. Análisis del brand placement en las revistas femeninas. Hibridación de discursos: informativo, publicitario y de la moda. Revista Mediterránea de la Comunicación. 6 - 1, pp. 7 - 25. 2015. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1485>>. ISSN 1989-872X
DOI: 10.14198/MEDCOM2015.6.1.02
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2
Fuente de impacto: Carhus plus+ 2014
Índice de impacto: 0.0
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 78** Méndiz, A.. Estrategias de «city placement» (emplazamiento de ciudades en el cine) en la promoción del turismo español. El caso de Zindagi Na Milegi Dobara (Sólo se vive una vez, 2011). Pensar la publicidad. Revista internacional de investigaciones publicitarias. 8 - 2, pp. 215 - 232. 02/06/2014. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1290>>. ISSN 1887-8598
DOI: 10.5209/rev_PEPU.2014.v8.n2.50734
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Fuente de impacto: Carhus plus+ 2014
Índice de impacto: 0.0
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 79** Méndiz, A.; Márquez, S.. La vida de Beethoven en el cine. Perfiles complementarios de un mito filmico. Sineris. Revista de Musicología. 3 - 17, 05/04/2014. Disponible en Internet en: <http://www.sineris.es/la_vida_de_beethoven_en_el_cine.html>. ISSN 2254-3643
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Fuente de impacto: Latindex
Índice de impacto: 0.0
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 80** Méndiz, A.. The “cusp of life” in Science Fiction Films. The meaning of human existence in Blade Runner. Comunicazioni sociali. 36 - 2, pp. 265 - 276. (Italia): Vita e Pensiero, 05/02/2014. Disponible en Internet en: <www.vitaepensiero.it/scheda-articolo_digital/alfonso-mendiz-noguero/the-cusp-of-life-in-science-fiction-films-the-meaning-of-human-existence-in-blade-runner-001200_2014_0002_0265-235021.html>. ISSN 0392-8667
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: No
- 81** Méndiz, A.. Cómo se ha escrito la 'Historia de la Publicidad': Fundamentos historiográficos y esquema de periodización. Historia y Comunicación Social. 19 - Especial, pp. 195 - 207. 01/2014. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1289>>. ISSN 1137-0734
DOI: 10.5209/rev_HICS.2014.v19.44951
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Nº total de autores: 1
Fuente de impacto: Carhus plus+ 2014
Índice de impacto: 0.0
Citas: 1
Publicación relevante: No
- 82** Méndiz, A.; Márquez, S.. La música de Beethoven en el cine (1): Una sonata en los comienzos del sonoro (1928-41). Intermezzo. Revista de Música. 55, pp. 26 - 29. Conservatorio Profesional de Música Manuel Carra, 2014. Disponible en Internet en: <http://www.conservatoriomanuelcarra.es/intermezzo/intermezzo_55.pdf>. ISSN 1576 - 8538
Depósito legal: MA-209-96
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Nº total de autores: 2
Publicación relevante: No
- 83** Méndiz, A.; Victoria, J. S.; Arjona, B.. The effectiveness of social advertising on social networks. An online experiment with young users. Razón y Palabra. 82, pp. 1 - 19. 14/03/2013. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/2444>>. ISSN 1605-4806
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 1 **Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Nº total de autores: 3
Fuente de impacto: CIRC
Índice de impacto: 0.0
Citas: 1
Publicación relevante: No
- 84** Casado, A. M.; Méndiz, A.; Peláez, J. I.. The evolution of Dir-Com: from communication manager to reputation strategist. Communication & Society. 26 - 1, pp. 47 - 66. 25/01/2013. Disponible en Internet en: <http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=436>. ISSN 2386-7876
Tipo de producción: Artículo científico **Tipo de soporte:** Revista
Posición de firma: 2

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

Nº total de autores: 3

Fuente de impacto: Latindex

Índice de impacto: 0.0

Citas: 12

Publicación relevante: No

- 85** Méndiz, A.. Verdad y ficción en Amadeus: De la biografía al teatro, y del teatro al cine (2ª Parte). Intermezzo. Revista de Música. 51, pp. 27 - 30. Conservatorio Profesional de Música Manuel Carra, 2013. Disponible en Internet en: <http://www.conservatoriomanuelcarra.es/intermezzo/intermezzo_51.pdf>. ISSN 1576 - 8538

Depósito legal: MA-209-96

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 86** Méndiz, A.. Verdad y ficción en Amadeus: De la biografía al teatro, y del teatro al cine (3ª Parte). Intermezzo. Revista de Música. 52, pp. 28 - 31. Conservatorio Profesional de Música Manuel Carra, 2013. Disponible en Internet en: <http://www.conservatoriomanuelcarra.es/intermezzo/intermezzo_52.pdf>. ISSN 1576 - 8538

Depósito legal: MA-209-96

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 87** Victoria, J. S.; Méndiz, A.; Arjona, B.. El nacimiento del 'Emplazamiento de producto' en el contexto de la I Guerra Mundial: Hollywood y el período 1913-1920 como marcos de referencia. Historia y Comunicación Social. 18, pp. 139 - 155. 2013. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1288>>. ISSN 1134-0734

DOI: 10.5209/REV_HICS.2013.V18.43419

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 2

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 3

Fuente de impacto: Carhus plus+ 2010

Índice de impacto: 0.0

Citas: 2

Publicación relevante: No

- 88** Medina, A. M.; Méndiz, A.. La representación de la infancia en la publicidad: panorama por el marco deontológico español. Pensar la publicidad. Revista internacional de investigaciones publicitarias. 6 - 1, pp. 231 - 253. 18/06/2012. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1286>>. ISSN 1887-8598

DOI: 10.5209/rev_PEP.2012.v6.n1.38664

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 2

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 2

Fuente de impacto: Carhus plus+ 2010

Índice de impacto: 0.0

Citas: 5

Publicación relevante: No

- 89** Méndiz, A.. Verdad y ficción en Amadeus: De la biografía al teatro, y del teatro al cine (1ª Parte). Intermezzo. Revista de Música. 50, pp. 17 - 20. Conservatorio Profesional de Música Manuel Carra, 2012. Disponible en Internet en: <http://www.conservatoriomanuelcarra.es/intermezzo/intermezzo_50.pdf>. ISSN 1576 - 8538

Depósito legal: MA-209-96

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 90** Méndiz, A.. Il doppio adattamento di 'Amadeus' dalla storia al teatro e dal teatro al cinema. Comunicazioni sociali. 33 - 3, pp. 251 - 269. (Italia): Vita e Pensiero, 22/11/2011. Disponible en Internet en: <http://www.vitaepensiero.it/scheda-articolo_digital/alfonso-mendiz-noguero/il-doppio-adattamento-di-c2abamadeusc2bb-dalla-storia-al-teatro-e-dal-teatro-al-cinema-001200_2011_0003_0251-154867.html>. ISSN 0392-8667

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 91** Méndiz, A.; De Aguilera, M.; Borges, E.. Actitudes y valoraciones de los jóvenes ante la TV móvil. Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación. 18 - 36, pp. 77 - 85. 01/03/2011. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1285>>. ISSN 1134-3478

DOI: 10.3916/C36-2011-02-08

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 3

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Índice de impacto: 0.47

Posición de publicación: 51

Categoría: COMMUNICATION

Revista dentro del 25%: No

Num. revistas en cat.: 72

Citas: 16

Publicación relevante: No

- 92** Menor, J.; De Aguilera, M.; Borges, E.; Méndiz, A.. La televisión móvil: el estado de la cuestión. Icono 14. 8 - 3, pp. 265 - 287. 08/11/2010. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/2004>>. ISSN 1697-8293

DOI: 10.7195/ri14.v8i3.240

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 4

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 4

Fuente de impacto: MIAR (Matriz de información para la evaluación de revistas)

Índice de impacto: 2.5

Publicación relevante: No

- 93** Méndiz, A.. Advergaming: Concepto, tipología, estrategias y evolución histórica. Icono 14. 8 - 1, pp. 37 - 58. 2010. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1279>>. ISSN 1697-8293

DOI: 10.7195/ri14.v8i1.279

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de impacto: MIAR (Matriz de información para la evaluación de revistas)

Índice de impacto: 2.5

Tipo de soporte: Revista

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

Citas: 29

Publicación relevante: No

- 94** Méndiz, A.. La imagen de Jesucristo en el cine. Nuestro Tiempo. 645, pp. 56 - 71. 2008. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2545949>>. ISSN 0029-5795

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de impacto: MIAR (Matriz de información para la evaluación de revistas)

Índice de impacto: 4.477

Tipo de soporte: Revista

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

Publicación relevante: No

- 95** Méndiz, A.. Diferencias conceptuales entre Publicidad y Propaganda: una aproximación etimológica. Questiones Publicitarias. 1 - 12, pp. 43 - 61. 2007. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/1276>>. ISSN 1988-8732

DOI: 10.5565/rev/qp.122

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Citas: 22

Publicación relevante: No

- 96** Méndiz, A.. La juventud en la publicidad. Revista de Estudios de Juventud. 68, pp. 104 - 115. 13/09/2005. Disponible en Internet en: <http://www.injuve.es/sites/default/files/revista68_9.pdf>. ISSN 0211-4364

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de impacto: Carhus plus+ 2014

Índice de impacto: 0.0

Tipo de soporte: Revista

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

Citas: 24

Publicación relevante: No

- 97** Méndiz, A.. La música de Mozart en el cine (1991-2006): evocaciones musicales entre dos aniversarios. Intermezzo. Revista de Música. 30, pp. 13 - 17. Conservatorio Profesional de Música Manuel Carra, 2005. Disponible en Internet en: <https://repositori.uic.es/bitstream/handle/20.500.12328/2442/Mendiz%20Noguero%20Alfonso_Musica%20Mozart%20Cine_1992.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. ISSN 1576 - 8538

Depósito legal: MA-209-96

Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

Tipo de soporte: Revista

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

- 98** De Aguilera, M.; Méndiz, A.. Un balance de la investigación sobre videojuegos: análisis de efectos y valoración de su capacidad educativa. Texto Abierto. 6, pp. 9 - 51. 2005.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 2

Publicación relevante: No

Tipo de soporte: Revista

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

- 99** Méndiz, A.. Orígenes, evolución y desafíos actual de la docencia publicitaria en España. Comunicación y sociedad. 13 - 2, pp. 181 - 226. 18/11/2000. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/20.500.12328/2449>>. ISSN 0214-0039

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de impacto: SCOPUS-SJR-SCImago Journal Rank

Índice de impacto: 0.559

Tipo de soporte: Revista

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

Citas: 9

Publicación relevante: No

- 100** Méndiz, A.. Nuevas tendencias en publicidad: la creatividad publicitaria en Internet. Documentos de la A.P.C.11, pp. 4 - 7. 1999.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

Tipo de soporte: Revista

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

- 101** Méndiz, A.. El emplazamiento de producto: una fórmula alternativa a la publicidad convencional. Documentos de la A.P.C.8, pp. 16 - 18. 1998.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

Tipo de soporte: Revista

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

- 102** Méndiz, A.. Cuánto vale un Oscar: repercusión en taquilla de los Premios de Hollywood. Aceprensa. Año XXVIII, nº 45, pp. 1 - 4. Fundación Laffón, 26/03/1997. Disponible en Internet en: <<https://www.aceprensa.com/cine-series/cu-nto-vale-un-oscar/>>. ISSN 1135-6936

Depósito legal: M. 35.855-1984

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

Tipo de soporte: Revista

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

- 103** Méndiz, A.. Márketing cinematográfico (II): Del rodaje al lanzamiento mundial. Aceprensa. Año XXVII, nº 114, pp. 1 - 4. Fundación Laffón, 04/09/1996. Disponible en Internet en: <<https://www.aceprensa.com/cine-series/del-rodaje-al-lanzamiento-mundial/>>. ISSN 1135-6936
Depósito legal: M. 35.855-1984
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 104** Méndiz, A.. Márketing cinematográfico (I): Desde el guión hasta el rodaje. Aceprensa. Año XXVII, 29, nº 110, pp. 1 - 4. Fundación Laffón, 28/08/1996. Disponible en Internet en: <<https://www.aceprensa.com/cine-series/desde-el-gui-n-hasta-el-rodaje/>>. ISSN 1135-6936
Depósito legal: M. 35.855-1984
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 105** Méndiz, A.. Los Oscars de la Academia. Miseria y grandeza de un mito cinematográfico. Nuestro Tiempo. 490, pp. 66 - 80. 1995. Disponible en Internet en: <https://www.academia.edu/45669123/Los_Oscars_de_la_Academia_Miseria_y_grandeza_de_un_mito_cinematogr%C3%A1fico>. ISSN 0029-5795
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 106** Méndiz, A.. Internacionalización de las campañas, personalización de los medios: La publicidad transnacional de Coca-Cola. Comunicación y sociedad. VIII - 1, pp. 117 - 132. 1995. Disponible en Internet en: <<https://hdl.handle.net/10171/8502>>. ISSN 0188-252X
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 107** Méndiz, A.. El dolor y la enfermedad en las películas de los años noventa. Comunicación y sociedad. VII - 2, pp. 117 - 128. 1994. Disponible en Internet en: <<https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35589>>. ISSN 0188-252X
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Revista
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 108** Méndiz, A.. La magia de Disney recrea una fábula clásica. Nueva revista de política, cultura y arte. 30, pp. 148 - 158. 1993. Disponible en Internet en: <<https://www.nuevarevista.net/producto/nueva-revista-numero-030/>>. ISSN 1130-0426
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 109** Méndiz, A.. Los mundos imaginarios de Spielberg. Nueva revista de política, cultura y arte. 32, pp. 154 - 162. 1993. Disponible en Internet en: <<https://www.nuevarevista.net/producto/nueva-revista-numero-032/>>. ISSN 1130-0426

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 110** Méndiz, A.. El tiempo no pasará: 50 aniversario de CASABLANCA. Nuestro Tiempo. 462, pp. 72 - 85. 1992. ISSN 0029-5795

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 111** Méndiz, A.. La música de Mozart en el Cine. Filmhistoria. II - 1, pp. 13 - 30. 1992. ISSN 1136-7385

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 112** Méndiz, A.. Los 50 años de 'Ciudadano Kane'. Nuestro Tiempo. 442, pp. 66 - 79. 1991. Disponible en Internet en: <https://www.researchgate.net/publication/327955298_Los_50_anos_de_Ciudadano_Kane>. ISSN 0029-5795

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 113** Méndiz, A.. La crisis actual del cine norteamericano: No siempre brillan las estrellas. Nuestro Tiempo. 448, pp. 94 - 107. 1991. Disponible en Internet en: <https://www.researchgate.net/publication/327955394_La_crisis_actual_del_cine_norteamericano_No_siempre_brillan_las_estrellas>. ISSN 0029-5795

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 114** Méndiz, A.. 'Amadeus' versus Mozart. Historia de una leyenda. Nuestro Tiempo. 450, pp. 102 - 117. 1991. Disponible en Internet en: <https://www.academia.edu/23867120/Amadeus_versus_Mozart_Historia_de_una_leyenda>. ISSN 0029-5795

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 115** Méndiz, A.. Antonio Machado, periodista: Acerca de unos artículos olvidados. Nueva revista de política, cultura y arte. 7, pp. 72 - 76. 1990. Disponible en Internet en: <<https://www.nuevarevista.net/producto/nueva-revista-numero-007/>>. ISSN 1130-0426

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 116** Méndiz, A.. La imagen de la mujer en la publicidad televisiva. Anuncios: Semanario de publicidad y marketing. 318, pp. 32 - 37. 14/12/1987. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7502848>>. ISSN 0214-4905

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

- 117** Méndiz, A.. El principio jurídico de protección a la infancia en la publicidad infantil de TVE. Campaña. Publicación quincenal para la comunicación publicitaria. 299, pp. 10 - 17. 1987. ISSN 2483-3312

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Citas: 4

Publicación relevante: No

- 118** Méndiz, A.. Retorno a Evelyn Waugh. Nuestro Tiempo. 203, pp. 58 - 67. 1983. Disponible en Internet en: <https://www.researchgate.net/publication/327955211_Retorno_a_Evelyn_Waugh>. ISSN 0029-5795

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Revista

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

Nº total de autores: 1

Publicación relevante: No

Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título del trabajo:** Publicidad y diversidad funcional. Análisis de la campañas institucionales más visibilizadas en Internet: imágenes, estrategias y símbolos

Nombre del congreso: V Congreso Internacional Comunicación y pensamiento

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Acceso por inscripción libre

Ciudad de celebración: Sevilla,

Fecha de celebración: 2020

Publicación en acta congreso: Si

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico



Méndiz, A.; Regadera, E. "Publicidad y diversidad funcional. Análisis de la campañas institucionales más visibilizadas en Internet: imágenes, estrategias y símbolos". En: Juventud y comunicación. Egregius ediciones, 2020. ISBN 9788418167188

2 Título del trabajo: Comunicación de Moda y Sostenibilidad: una propuesta de innovación docente asociada a los ODS

Nombre del congreso: V Congreso Internacional Comunicación y pensamiento

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Acceso por inscripción libre

Ciudad de celebración: Sevilla,

Fecha de celebración: 2020

Publicación en acta congreso: No

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico

Regadera, E.; Méndiz, A. "Comunicación de Moda y Sostenibilidad: una propuesta de innovación docente asociada a los ODS". 2020.

3 Título del trabajo: La biblia en el cine. La figura de Jesús en la pantalla

Nombre del congreso: XXXVI Simposio de Teología

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Acceso por inscripción libre

Ciudad de celebración: Pamplona,

Fecha de celebración: 2019

Publicación en acta congreso: No

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico

Méndiz, A. "La biblia en el cine. La figura de Jesús en la pantalla". 2019.

4 Título del trabajo: Publicidad y valores en el storytelling de las marcas de moda. Análisis de los fashion films 'Tender Stories'

Nombre del congreso: VI Congreso Internacional de la AE-IC "Comunicación y Conocimiento"

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Acceso por inscripción libre

Ciudad de celebración: Salamanca, España

Fecha de celebración: 2018

Publicación en acta congreso: No

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico

Méndiz, A.; Regadera, E. "Publicidad y valores en el storytelling de las marcas de moda. Análisis de los fashion films 'Tender Stories'". 2018.

5 Título del trabajo: Alfabetización mediática en España ante estereotipos de niñas sexualizadas en la publicidad en Internet

Nombre del congreso: PROVULDIG - I Congreso internacional sobre vulnerabilidad y cultura digital

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Acceso por inscripción libre

Ciudad de celebración: Madrid, España

Fecha de celebración: 2018

Publicación en acta congreso: No

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico

Llovet, C.; Díaz-Bustamante, M.; Méndiz, A. "Alfabetización mediática en España ante estereotipos de niñas sexualizadas en la publicidad en Internet". 2018.

- 6** **Título del trabajo:** Desafíos éticos y tecnológicos para una Deontología del Neuromarketing
Nombre del congreso: XXVI Congreso EBEN España 2018
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Otros **Intervención por:** Acceso por inscripción libre
Ciudad de celebración: Málaga, España
Fecha de celebración: 2018
Publicación en acta congreso: No **Con comité de admisión ext.:** Si
Forma de contribución: Informe científico-técnico
Méndiz, A."Desafíos éticos y tecnológicos para una Deontología del Neuromarketing". 2018.
- 7** **Título del trabajo:** El spot publicitario en el marco del storytelling digital: Una nueva conceptualización desde la teoría de los géneros
Nombre del congreso: VII Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital.
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Otros **Intervención por:** Acceso por inscripción libre
Ciudad de celebración: Zaragoza, España
Fecha de celebración: 2018
Publicación en acta congreso: No **Con comité de admisión ext.:** Si
Forma de contribución: Informe científico-técnico
Méndiz, A."El spot publicitario en el marco del storytelling digital: Una nueva conceptualización desde la teoría de los géneros".
- 8** **Título del trabajo:** Branded content y transmedia storytelling en la estrategia online de IKEA
Nombre del congreso: VII Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital.
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Otros **Intervención por:** Acceso por inscripción libre
Ciudad de celebración: Zaragoza, España
Fecha de celebración: 2018
Publicación en acta congreso: No **Con comité de admisión ext.:** Si
Forma de contribución: Informe científico-técnico
Méndiz, A."Branded content y transmedia storytelling en la estrategia online de IKEA". 2017.
- 9** **Título del trabajo:** Fuentes para el estudio del "emplazamiento de ciudades" ('city placement')
Nombre del congreso: Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Otros **Intervención por:** Acceso por inscripción libre
Ciudad de celebración: Madrid, España
Fecha de celebración: 2017
Publicación en acta congreso: Si **Con comité de admisión ext.:** Si
Forma de contribución: Informe científico-técnico
Méndiz, A."Fuentes para el estudio del "emplazamiento de ciudades" ('city placement')". En: Libro de actas del Congreso CUICID 2017. pp. 398 - 399. 2017. ISBN 978-84-697-4542-7
- 10** **Título del trabajo:** La hibridación de narrativas como elemento dinamizador del nuevo storytelling publicitario: transmedia y branded content
Nombre del congreso: Congreso Internacional de Nuevas Narrativas 2017
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Otros **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Ciudad de celebración: Barcelona, España
Fecha de celebración: 2017

Publicación en acta congreso: Si

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico

Méndiz, A.; García Avis, I. "La hibridación de narrativas como elemento dinamizador del nuevo storytelling publicitario: transmedia y branded content". En: Nuevas narrativas. Entre la ficción y la información: desde la desregulación a la integración transmedia. pp. 343 - 356. UAB - Servei de Publicacions, 2017. ISBN 978-84-947521-8-6

11 Título del trabajo: La representación del menor en la publicidad. De la inocencia a la hipersexualización

Nombre del congreso: I Congreso Internacional de Comunicación Social Aplicada

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Acceso por inscripción libre

Ciudad de celebración: Madrid, España

Fecha de celebración: 2017

Publicación en acta congreso: No

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico

Méndiz, A. "La representación del menor en la publicidad. De la inocencia a la hipersexualización". 2017.

12 Título del trabajo: Historiografía de la Publicidad: Investigaciones sobre ' Historia de la Publicidad' (1968-2016)

Nombre del congreso: Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de hoy 2017

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Acceso por inscripción libre

Ciudad de celebración: Madrid, España

Fecha de celebración: 2017

Publicación en acta congreso: No

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico

Méndiz, A. "Historiografía de la Publicidad: Investigaciones sobre ' Historia de la Publicidad' (1968-2016)". pp. 387 - 388. 2017.

13 Título del trabajo: Historiografía de la Publicidad

Nombre del congreso: Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de hoy 2016

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Acceso por inscripción libre

Ciudad de celebración: Madrid, España

Fecha de celebración: 2016

Publicación en acta congreso: No

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico

Méndiz, A. "Historiografía de la Publicidad". 2016.

14 Título del trabajo: "City placement": Concepto, literatura científica y metodología de análisis. El caso de Zindagi Na Milegi Dohara (Sólo se vive una vez)

Nombre del congreso: IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Acceso por inscripción libre

Ciudad de celebración: Bilbao, España

Fecha de celebración: 2014

Publicación en acta congreso: No

Con comité de admisión ext.: Si

Forma de contribución: Informe científico-técnico



Méndiz, A. "City placement": Concepto, literatura científica y metodología de análisis. El caso de Zindagi Na Milegi Dobará (Sólo se vive una vez)". 2014.

- 15 Título del trabajo:** E-branding verde: L'esperienza spagnola
Nombre del congreso: 2012 Congresso EcoMark
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Otros **Intervención por:** Acceso por inscripción libre
Ciudad de celebración: Bolonia, Italia
Fecha de celebración: 2012
Publicación en acta congreso: No **Con comité de admisión ext.:** Si
Forma de contribución: Informe científico-técnico
Méndiz, A.; Castelló, A. "E-branding verde: L'esperienza spagnola". 2012.
- 16 Título del trabajo:** Influencia del cine en los jóvenes y en la familia
Nombre del congreso: V Congreso Internacional de la Familia
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Otros **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Ciudad de celebración: Bogotá, Colombia
Fecha de celebración: 2010
Publicación en acta congreso: No **Con comité de admisión ext.:** Si
Forma de contribución: Informe científico-técnico
Méndiz, A. "Influencia del cine en los jóvenes y en la familia". 2010.
- 17 Título del trabajo:** Los jóvenes ante la televisión móvil
Nombre del congreso: I Simposio de Investigadores en Comunicación
Tipo evento: Congreso
Tipo de participación: Participativo - Otros **Intervención por:** Acceso por inscripción libre
Ciudad de celebración: Bogotá, Colombia
Fecha de celebración: 2010
Publicación en acta congreso: No **Con comité de admisión ext.:** Si
Forma de contribución: Informe científico-técnico
Méndiz, A. "Los jóvenes ante la televisión móvil". 2010.

Gestión de I+D+i y participación en comités científicos

Organización de actividades de I+D+i

- 1 Título de la actividad:** Creative Industries Global Conference
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Alicante, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2017
- 2 Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'14.- XV CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: ALGO MÁS QUE NEUROMARKETING
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2014

- 3** **Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'12.- XIV CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: DEL MADE IN CHINA AL MADE FOR CHINA
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga,
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2012
- 4** **Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'10.- XII CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: SEMINARIO GOOGLE ANALYTICS
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2010
- 5** **Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'09.- XI CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: REDES Y 'REALIDADES' EN LA RED
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2009
- 6** **Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'08.- X CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: TELEVISIÓN CARA A CARA: PRIMER CONGRESO ESPAÑOL DE TELEVISIÓN DIGITAL AUTONÓMICA Y LOCAL
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2008
- 7** **Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'07.- IX CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: REDVOLUCIÓN: MOVIMIENTO DIGITAL
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2007
- 8** **Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'05.- VII CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: LOS NUEVOS LENGUAJES
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2007
- 9** **Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'06.- VIII CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: DIÁLOGOS CON LA CAJA: TELEVISIÓN INTERACTIVA
Ciudad de celebración: Málaga,
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2006
- 10** **Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'04.- VI CONGRESO DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: DÍMELO A LA CARA
Tipo de actividad: Congreso

Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2006

- 11 Título de la actividad:** SEMINARIO SOBRE EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN: FALSEDAD Y COMUNICACIÓN (Información falsa, Imagen manipulada, Publicidad engañosa)
Tipo de actividad: Seminario
Ciudad de celebración: Pamplona, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2005
- 12 Título de la actividad:** V JORNADAS DE PUBLICIDAD INTERACTIVA: PARA DAR EL SALTO
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2003
- 13 Título de la actividad:** IV JORNADAS DE PUBLICIDAD INTERACTIVA: NAVEGANDO CONTRA CORRIENTE
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2002
- 14 Título de la actividad:** COMINTERACTIVA'11.- XIII CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA: LA CIUDAD AMABLEMENTE CONECTADA. LA INSPIRACIÓN DE LO SLOW
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2001
- 15 Título de la actividad:** JORNADAS SOBRE COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN EL DEPORTE
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2001
- 16 Título de la actividad:** III JORNADAS DE PUBLICIDAD INTERACTIVA: REINICIAR EL SISTEMA
Tipo de actividad: Conferencia
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2001
- 17 Título de la actividad:** II Jornadas de Publicidad Interactiva: ¿Hacia dónde vamos?
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España
Modo de participación: Organizador
Fecha de inicio: 2000
- 18 Título de la actividad:** I Jornadas de Publicidad Interactiva
Tipo de actividad: Congreso
Ciudad de celebración: Málaga, España

Modo de participación: Organizador

Fecha de inicio: 1999

19 Título de la actividad: Seminario de Publicidad “ESTRATEGIA Y COMUNICACION PUBLICITARIA”

Tipo de actividad: Seminario

Ciudad de celebración: Pamplona, España

Modo de participación: Organizador

Fecha de inicio: 1996

20 Título de la actividad: EL PROCESO CREATIVO EN LA PRODUCCION CINEMATOGRAFICA

Tipo de actividad: Seminario

Ciudad de celebración: Pamplona, España

Modo de participación: Organizador

Fecha de inicio: 1993

21 Título de la actividad: III Curso Electivo “CINE Y LITERATURA: SHAKESPEARE EN EL CINE”

Tipo de actividad: Curs

Ciudad de celebración: Pamplona, España

Modo de participación: Organizador

Fecha de inicio: 1993

22 Título de la actividad: II Curso Electivo CINE Y LITERATURA

Tipo de actividad: Curs

Ciudad de celebración: Pamplona, España

Modo de participación: Organizador

Fecha de inicio: 1992

23 Título de la actividad: I Curso Electivo CINE Y LITERATURA

Tipo de actividad: Curs

Ciudad de celebración: Pamplona, España

Modo de participación: Organizador

Fecha de inicio: 1991

24 Título de la actividad: Ciclo de Cine HOMENAJE A LAWRENCE OLIVIER

Tipo de actividad: Curs

Ciudad de celebración: Pamplona,

Modo de participación: Organizador

Fecha de inicio: 1990

Otros méritos

Estancias en centros de I+D+i públicos o privados

- 1** **Entidad de realización:** Università Cattolica del Sacro Cuore
Ciudad entidad realización: Milán, Italia
Fecha de inicio-fin: 29/06/2011 - 29/09/2011
Objetivos de la estancia: Invitado/a
Tareas contrastables: Continuación de la investigación sobre la influencia del cine y las teleseries en los jóvenes y adolescentes
Tipo de entidad: Agencia Estatal
Duración: 3 meses - 1 día
- 2** **Entidad de realización:** Universidad de La Sabana
Ciudad entidad realización: Bogotá, Colombia
Fecha de inicio-fin: 31/07/2010 - 31/08/2010
Objetivos de la estancia: Invitado/a
Tareas contrastables: Influencia del cine y las teleseries en los jóvenes y en la familia
Tipo de entidad: Agencia Estatal
Duración: 1 mes - 1 día
- 3** **Entidad de realización:** The Hebrew University of Jerusalem
Ciudad entidad realización: Jerusalén, Israel
Fecha de inicio-fin: 26/07/2009 - 27/08/2009
Objetivos de la estancia: Invitado/a
Tareas contrastables: Valores transculturales en la publicidad: Estudio comparativo de la publicidad en España y en Israel
Tipo de entidad: Agencia Estatal
Duración: 1 mes - 2 días
- 4** **Entidad de realización:** Pontificia Università della Santa Croce
Ciudad entidad realización: Roma, Italia
Fecha de inicio-fin: 04/11/1996 - 18/11/1996
Objetivos de la estancia: Invitado/a
Tareas contrastables: Narrativa audiovisual: struttura del racconto cinematografico
Tipo de entidad: Universidad
Duración: 15 días

Ayudas y becas obtenidas

Nombre de la ayuda: Programa de Actividades sobre Vulnerabilidad Digital (PROVULDIG)
Ciudad entidad concesionaria: Madrid, España
Finalidad: Posdoctoral
Entidad concesionaria: Consejería de Educación, Cultura y Deportes. Dirección General de Universidades
Importe de la ayuda: 174,59 €
Fecha de concesión: 01/01/2016
Fecha de finalización: 31/12/2018
Tipo de entidad: Agencia Estatal
Duración: 3 años