

[HISTORIAL ACADÉMICO]

- 2023 **Catedrática de Universidad.** Universidad de Sevilla. Plaza celebrada el 23 de junio de 2023. BOE de 29 de julio de 2023. Toma de posesión de 1 de agosto de 2023.
- 2018 **Funcionaria de carrera.** Universidad de Sevilla. 9 de noviembre de 2018.
- 2008 **Doctora** por Universidad de Sevilla: **Estrategias de comunicación apoyadas en el uso del arte.** Universidad de Sevilla. 7 de agosto de 2008.
- 2007 **DEA – Diploma de Estudios Avanzados.** Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura. Universidad de Sevilla.
- 2006 **Certificación académica de Tercer Ciclo** (Periodo de docencia + Periodo de investigación, conducentes a la suficiencia investigadora). Trabajo de Investigación bajo la dirección de D. Manuel Garrido Lora: **Análisis del arte como recurso expresivo del discurso publicitario gráfico en España.** Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura. Universidad de Sevilla.
- 2003 **Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas.** Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2002 **Licenciada en Periodismo.** Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2003 **Máster práctico en Diseño Publicitario.** Studio Press.
- 2007 **Experto en e-Learning.** Confederación de Empresarios de Andalucía. 250 h.
- 2005 Programa Superior de **Creación y Desarrollo de Empresas.** Escuela de Organización Industrial (EOI). Junio 2004 – Enero 2005. 500 h. Sevilla.
- 2004 Programa de **Creación de Empresas.** Escuela Superior de Investigación Comercial (ESIC). Noviembre 2003-Febrero 2004. 350 h. Sevilla.
- 2002 **Técnico en Animación y Multimedia.** Grupo Echevarría & Tecnomedia.

TRAMOS DE INVESTIGACIÓN

2006-2011 Sexenio de investigación. CNEAI.

2012-2017 Sexenio de investigación. CNEAI.

ARTÍCULOS

1. Sánchez-Gey, N.; Jiménez-Marín, G.; Reig García, R. (2023). Treinta años de la producción audiovisual en la región andaluza. Un análisis desde la estructura política de la comunicación. *Revista de Estudios Regionales*, 127. <http://www.revistaestudiosregionales.com/articulosPendientes/ver/id/232>. ISSN: 0213-7585. C1 Dialnet Métricas 2020 (Impacto = 0,450; posición 28/160 Economía). Scopus Q3 2021 = 0,17 (Sociology and Political Science).
2. Palomo-Domínguez, I.; Jiménez-Marín, G.; Sánchez-Gey, N. (2023). Social media strategies for gender activism: A generation of feminist Spanish women illustrator influencers. *Information & Media*, 98, 23-52. <https://doi.org/10.15388/Im.2023.98.61>. eISSN 2783-6207. Scopus Q3 2022 = 0,15 (Media Technology).
3. Ramírez-Alvarado, M-M.; Jiménez-Marín, G. (2022). Fotografía documental e internet en los procesos migratorios: canales de ida y vuelta a Andalucía, España. *Discursos Fotográficos*, 19(32), 103-129. DOI: [10.5433/1984-7939.2022v19n32p103](https://doi.org/10.5433/1984-7939.2022v19n32p103). ISSN: 1808-5652. Scopus Q2 2020 = 0,42; Q3 2022 = 0,11 (Visual arts and performing arts).
4. Sánchez-Gey, N.; Jiménez-Marín, G.; Mancinas Chávez, R. (2023). La estructura de la producción televisiva en Andalucía como base del tejido empresarial regional. *Investigaciones Regionales*, 56(2), 91-107. <https://doi.org/10.38191/iir-jorr.23.012>. ISSN: 1695-7253 / E-ISSN: 2340-2717. Scopus Q1 2021 = 0,53 (Economics, Econometrics and Finance - miscellaneous-).
5. Álvarez-Rodríguez, V.; Jiménez-Marín, G.; Ramírez-Alvarado, M. M. (2023). Del storytelling a la cultura participativa. Análisis de un caso histórico de emplazamiento de producto inverso en la comunicación comercial española. *Historia y Comunicación Social*, 28(1), 171-180. <https://doi.org/10.5209/hics.84331> ISSN: 1988-3056; e-ISSN: 1988-3056. Scopus Q1 2022 (=0.37 History). C1 Dialnet Métricas 2022 (Comunicación / Historia).
6. Álvarez-Rodríguez, V.; Jiménez-Marín, G. (2023). Donde todos conocen tu nombre. La ficción como identidad de marca. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 20(2), 1-14. <https://doi.org/10.5209/tekn.85393>. C1 Dialnet Métricas 2021 (Comunicación = 0,54). Sello FECYT – C3 2021 (26/50 – Ciencias Políticas y sociología; impacto =38,06).
7. Rando-Cueto, D.; Jambrino-Maldonado, C.; Jiménez-Marín, G.; Iglesias-Sánchez, P. (2023). Exploring the Domain of Relationship Between Happiness Management in Organizations and the Environment. *Management Decision*, 61(1), 1-25. DOI: <https://doi.org/10.1108/MD-11-2022-1495>. ISSN: 0025-1747. Scopus Q1 2021 =1,16 (Business, Management and accounting -miscellaneous-).
8. Álvarez-Rodríguez, V.; Jiménez-Marín, G.; Selva-Ruiz, D. (2023). Una Vespa para Luca. La incursión de marcas reales en el cine de Pixar. *Fotocinema*, 26, 355-382. DOI: <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2023.vi26.15527>. ISSN: 1696-0270; e-ISSN: 2172-0150. Scopus Q2 2021 (History). C1 Dialnet Métricas 2021 (Arte). C2 Fecyt 2021.
9. Jiménez-Marín, G.; Álvarez-Rodríguez, V.; Palomo-Domínguez, I. (2023). Advertising and Public Relations degrees: profiles and the glass ceiling in the Spanish labour market. *Anàlisi*, 67, 87-104. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3555>. eISSN: 2340-5236 I ISSN: 0211-2175. Scopus Q2 2021=0.22 (Cultural Studies). C1 Dialnet Métricas 2021 (Comunicación = 0,80).
10. Elías-Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G.; Galiano-Coronil, A. (2023). Estrategias de marketing social y comunicación de la slow fashion como herramienta de happiness management. *Anduli – Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 23, 99-116. DOI: <http://doi.org/10.12795/anduli.2023.i23.06>. ISSN: 1696-0270; e-ISSN: 2340-4973. C1 2021 Dialnet Métricas 8/104 multidisciplinar (impacto = 0,39). Sello FECYT – C4 2021 (44/50 – Ciencias Políticas y sociología; impacto =25,34).
11. Elías-Zambrano, R.; Ramírez-Alvarado, M-M.; Jiménez-Marín, G. (2023). Imagen y representación de estereotipos y arquetipos en la ficción audiovisual televisiva española: de Cites a El Pueblo como casos de educomunicación en series. *Revista Mediterránea de Comunicación. Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1), 165-187. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23322>. Scopus Q1 2021 (Cultural Studies) y Q2 2021 (Communication). C1 Dialnet Métricas 2019. C2 Fecyt 2019.
12. Jiménez-Marín, G.; Vigre Notario, P.; Domínguez-García, R. (2022). Igualdad de género y lenguaje inclusivo en la comunicación corporativa. *IC – Información y Comunicación*, 19, 183-213. E-ISSN: 2173-1071. <https://doi.org/10.12795/IC.2022.I19.05>. Scopus Q2 2021 = 0.14 (Cultural Studies).
13. Jiménez-Marín, G.; Sánchez-Gey Valenzuela, N.; Guevara Blanco, I. D. (2023). Eficacia e impacto de la publicidad del cáncer en España. Efectos de la publicidad emocional como herramienta en pro de la salud pública. *Revista de Comunicación y Salud*, 13, 42-62. <https://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e310> ISSN: 2173-1675.

14. Pérez-Curiel, C.; Jiménez-Marín, G.; Domínguez-García, R. (2022). Twitter como herramienta de comunicación y desinformación. Un análisis sobre la transparencia informativa y la corrupción política en España. *Política y Sociedad*, 59(3), 75666. DOI: <https://dx.doi.org/10.5209/poso.75666>. eISSN: 1988-3129 - ISSN: 1130-8001. Scopus Q3 2021 = 0,21 (Sociology and Political Science). C1 2020 Dialnet Métricas 17/75 en Sociología – 8/75 en Ciencias Políticas (Impacto = 0,489). C1 FECYT 2020 11/50 - Ciencias Políticas y Sociología (Impacto = 49,69).
15. Pulido-Polo, M.; Jiménez-Marín, G.; Pérez-Curiel, M.; Vázquez-González, J. (2022). Twitter como herramienta de comunicación institucional de la Casa Real Británica y la Casa Real Española en el contexto post pandémico. *Revista de Comunicación*, 21(2), 225-243. DOI: <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A11> Scopus Q2 2021 = 0.44 (Communication). ISSN: 1684-0933 | E-ISSN: 2227-1465.
16. Jiménez-Marín, G.; Ramírez Alvarado, M. M.; González-Oñate, C. (2022). Application of Sensory Marketing Techniques at Marengo, a Small Sustainable Men's Fashion Store in Spain: Based on the Hulten, Broweus and van Dijk Model. *Sustainability*, 14(19), 12547. <https://doi.org/10.3390/su141912547> ISSN 2071-1050. Scopus Q1 (2021) = 0,669 (Geography, Planning and Development); JCR Q2 (Environmental Sciences).
17. Álvarez-Rodríguez, V.; Jiménez-Marín, G. (2022). El branded content como ejercicio literario. *Castle y la novela policiaca*. Miguel Hernández Communication Journal 13(2), 383-405. DOI: [10.21134/mhjournal.v13i.1485](https://doi.org/10.21134/mhjournal.v13i.1485). ISSN: 1989-8681. C2 2020 Dialnet Métricas 22/62 Comunicación (Impacto 0,408).
18. Jiménez-Marín, G.; Ruiz Acín, L.; Román-San-Miguel, A. (2022). El papel del copywriting en la publicidad en el ámbito digital. Caso Westwing como modelo de negocio. *Textual & Visual*, 15(1), 66-87. DOI: <https://doi.org/10.56418/txt.15.2022.004>. ISSN: 1889-2515
19. Gomes Gonçalves, S.; Jiménez-Marín, G.; Pulido Polo, M. (2022). Relaciones públicas y fake news en la comunicación corporativa. Una revisión de la literatura. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 12(23), 93-116. DOI: <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-23-2022-06-93-116>. ISSN: 2174-3681. C1 Dialnet Métricas 2020 (Impacto = 0,069; posición 11/62 Comunicación). Emerging Source Citation Index.
20. Jiménez-Marín, G.; Galiano-Coronil, A.; Tobar-Pesántez, L. (2022). Organizational communication and social marketing strategies targeting Spanish consumers of fashion. Sustainability as a form of happiness management. *Corporate Governance*, 22(3), pp. 506-523. DOI: <https://doi.org/10.1108/CG-05-2021-0187>. ISSN: 1645-9261, eISSN:2182-1453. Q1 JCR (Business), 15/103, Impact Factor: 85.922. Q1 JCR (Management), 25/144, Impact Factor: 82.986. Scopus Q1 2020 = 0.87 (Business, Management and Accounting).
21. Sánchez-Gey Valenzuela, N.; Jiménez-Marín, G.; Román-San-Miguel, A. (2022). La responsabilidad social de las empresas audiovisuales. *Prisma Social*, 37, 238-264. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4549/5316>. Scopus Q3 2020 = 0.21 (Social Sciences - miscellaneous).
22. Jiménez-Marín, G.; Bellido-Pérez, E.; Ruda, C. (2022). Aproximación a la eficacia de la música en la publicidad: audio branding y recuerdo de marca. *Comunicación y Hombre*, 18, 130-146. ISSN: 1885-365X | ISSN DIGITAL: 1885-9542. C2 2019 Dialnet Métricas 25/61 Comunicación (Impacto 0,270). Recuperado a partir de: <https://bit.ly/3pDZnPr>
23. Jiménez-Marín, G.; Bellido-Pérez, E.; Muñoz Placín, E. (2022). Estrategias de marca y posicionamiento en la carrera hacia las estrellas Michelin: Análisis de casos paradigmáticos. *AdComunica*. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, 23, 199-226. DOI: <https://doi.org/10.6035/adcomunica.5760>. Universitat Jaume I. ISSN impreso: 2174-0992. ISSN electrónico: 2254-2728. C2 Dialnet Métricas 2019, Q4 Sello FECYT 2019, ESCI (Emerging Sources Citation Index – Web of Sciences).
24. Jiménez-Marín, G.; Palomo-Domínguez, I.; Álvarez-Rodríguez, V. P.A. (2022). Revisión jurídico-legislativa de la financiación de Radiotelevisión Española en los programas de entretenimiento. *Jurídicas CUC*, Vol. 18(1), 155-182. DOI: <https://doi.org/10.17981/juridcuc.18.1.2022.07>. eISSN: 2389-7716. Scopus Q3 2020 (Law).
25. Jiménez-Marín, G.; Sanz-Marcos, P.; Tobar-Pesántez, L. (2021). Keller's resonance model in the context of fashion branding: Persuasive impact through the figure of the influencer. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(6), 1-14. DOI: 1939-6104-20-6-888. Scopus Q2 2019 =0,402 (Business and International Management; Strategy and Management). ISSN: 1544-1458; eISSN: 1939-6104.
26. Jiménez-Marín, G.; González-Ariza, I.; Bellido-Pérez, E. (2021). Las portadas históricas de Vogue como espacio de relación entre el arte y la publicidad a través de la moda. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 17, 104-134. DOI: <https://doi.org/10.12795/RICH.2021.i17.06>. ISSN: 2255-5129.
27. Jiménez-Marín, G.; García, I.; Correia, P.A. (2021). Análisis del impacto turístico de la organización de bodas en la zona del Caribe. *Journal of Tourism & Development (Univ. Aveiro)*, 37, 89-109. DOI: [10.34624/rtd.v37i0.26335](https://doi.org/10.34624/rtd.v37i0.26335). ISSN: 1645-9261, eISSN:2182-1453. Scopus Q4 2020 (Planning & Development).
28. Galiano-Coronil, A.; Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. & Tobar-Pesantez, L-B. (2021). Communication, social networks and Sustainable Development Goals (SDGs). A reflection from the perspective of social marketing and happiness management in the General Elections in Spain. *Frontiers in Psychology*, 12, 743361. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.743361>. ISSN: 1664-1078. JCR Q2 (Psychology, Multidisciplinary) - Scopus Q1 2019 (Psychology).

29. Sanz-Marcos, P.; Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2021). Aplicación y uso del Modelo de Resonancia o Customer-Based Brand Equity (CBBE). Estudio de la lealtad de marca a través de la figura del influencer. *methaodos.revista de ciencias sociales*, 9(2), 200-218. DOI: <http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v9i2.471>. C1 2020 Dialnet Métricas Multidisciplinar 13/102 – Impacto = 0,239. ISSN: 2340-8413.
30. Jiménez-Marín, G.; González Madroñal, M.; Galiano-Coronil, A. (2021). Social Media Marketing and gamer events: the case of the launch of Apex Legends as a model of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship*, 25 (special issue 4 - Entrepreneurship Innovation & Management), 1-11. DOI: [1939-4675-25-S4-63](https://doi.org/10.1080/10999264.2021.19394675). Scopus Q3 2020 =0,21 (Business and International Management). ISSN: 1099-9264; eISSN: 1939-4675.
31. Sanz-Marcos, P.; González-Oñate, C.; Jiménez-Marín, G. (2021). La competencia creativa entre el alumnado de los grados en Publicidad y Relaciones Públicas en España y su adecuación a las demandas del sector profesional. *Icono 14*. 19(2), 66-92. DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v19i2.1604>. eISSN: 1697-8293. Scopus Q2 2021 (Communication). C1 Dialnet Métricas 2019. C3 FECYT 2019, ESCI (Emerging Sources Citation Index – Web of Sciences).
32. Pérez-Curiel, C.; Domínguez-García, R.; Jiménez-Marín, G. (2021). Public sphere and misinformation in the U.S. election. Trump's audience and populism indicators in the COVID-19 context. *Journalism & Media*, 2, 335-350. DOI: <https://doi.org/10.3390/journalmedia2030020XX-YY>. eISSN: 2673-5172.
33. Jiménez-Marín, G.; Bellido-Pérez, E.; Trujillo Sánchez, M. (2021). Publicidad en Instagram y riesgos para la salud pública: el influencer como prescriptor de medicamentos. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 12(1), 43-57. Universidad Carlos III de Madrid - Asociación Española de Comunicación Sanitaria. eISSN: 1989-9882. DOI: <https://doi.org/10.20318/recs.2021.5809>. Q2 Dialnet Métricas 2019.
34. Jiménez-Marín, G.; Bellido-Pérez, E.; Elías Zambrano, R.; Galiano-Coronil, A. R. (2021). The use of art as an intertextual tool for communicative purposes. The relationship between art and advertising as brand management in the case of the classical pyramids of Giza. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(2), 642-655. ISSN 1567-214X (Scopus Indexed, Scimago Q3 2019). <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/7481/7070>
35. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Galiano-Coronil, A.; Ravina-Ripoll, R. (2021). Business and energy efficiency in the age of Industry 4.0: The Hulten, Broweus and Van Dijk sensory marketing model applied to Spanish textile stores during the COVID-19 crisis. *Energies*, 14, 1966. DOI: <https://doi.org/10.3390/en14071966>. ISSN 1996-1073. JCR: 2019= 2.709; 5-year Impact Factor: 2.822 (2019). JCR category rank 63/112 (Q3 in 'Energy & Fuels', Scopus: Q2 2019=0.64 (SJR).
36. Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G.; Galiano-Coronil, A. & Ravina-Ripoll, R. (2021). Children, Media and Food. A New Paradigm in Food Advertising, Social Marketing and Happiness Management. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(7), 3588. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18073588>. eISSN: 1660-4601. JCR 2021=2,849 Impact Factor: 3.127. JCR category rank: 105/265 (Q2 in 'Environmental Sciences' -SCIE- = 106/265; Q2 in 'Public, Environmental & Occupational Health' -SCIE- =58/193; Q1 in 'Public, Environmental & Occupational Health' -SSCI- =32/170); Scopus Q2 2019=0,74.
37. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Galiano-Coronil, A.; Tobar-Pesántez, L. (2021). Brand management from social marketing and happiness management binomial of in the age of Industry 4.0. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(1), 1-10, Scopus Q2 – SJR 2019=0.26 in Social Sciences.
38. Pérez-Curiel, C.; Jiménez-Marín, G.; Pulido-Polo, M. (2021). Corrupción política, liderazgo e influencia en Twitter. Un análisis sobre la transparencia pública en el marco de las elecciones del 28 de abril en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 209-226. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.18087>. Scopus Q1 2021 (Cultural Studies) y Q2 2021 (Communication). C1 Dialnet Métricas 2019. C2 Fecyt 2019.
39. Jiménez-Marín, G.; Bellido-Pérez, E. (2020). Artvertising o el arte como reclamo en la publicidad: el caso de la campaña 'Preciobajismo' de la empresa Lidl. *Fonseca Journal of Communication*, 21, 201-218. DOI: <https://doi.org/10.14201/fjc202021201218>. ISSN: 2172-9077. Scopus Q3 2021 (Linguistics and Language).
40. Jiménez-Marín, G.; Sanz-Marcos, P.; Elías Zambrano, R. (2020). Uso de smartphones en la infancia y seguimiento del código PAOS por parte de anunciantes de alimentación. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(3), 67-86. DOI: [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(3\)](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(3)). eISSN: 2173-1675. Cátedra de Comunicación y Salud - Universidad Complutense de Madrid. Latindex, DOAJ, DICE, ISOC, RESH.
41. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Bellido-Pérez, E. (2020). 'Meetings with Professionals': The Success of An Innovative Teaching Methodology Based on Real Business Scenarios at the University of Seville, Spain. *International Journal of Social Policy and Education*, 2(8), 12-20. ISSN 2689-4998, eISSN: 2689-5013. International Center for Promoting Knowledge (ICPK), USA.
42. González-Oñate, Cristina; Jiménez-Marín, Gloria; Sanz-Marcos, Paloma (2020). Consumo televisivo y nivel de interacción y participación social en redes sociales: Análisis sobre las audiencias millennials en la campaña electoral de España. *El Profesional de la información*, 29(5), e290524. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.24>. eISSN: 1699-2407. JCR 2018=1,505; Scopus Q1 2021=0,831 (Communication).

43. Sanz Marcos, P. & Jiménez-Marín, G. (2020). La dimensión social del consumo y la práctica del surf en España. *Index.Comunicación*, 10(1), 241-259. DOI: <https://doi.org/10.33732/ixc/10/01Estudi>. eISSN: 2174-1859. ISSN: 2444-3239. C1 (2018), C2 (2019) - Dialnet Métricas. Emerging Source Citation Index – Sello FECYT.
44. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Galiano-Coronil, A. & Ravina-Ripoll, R. (2020). Food and beverage advertising aimed to Spanish children issued through mobile advices: Study from a Social Marketing Perspective and Happiness Management. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 5056. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph17145056>. eISSN: 1660-4601. JCR 2019=2,849 (Q2 in 'Environmental Sciences' -SCIE- = 106/265; Q2 in 'Public, Environmental & Occupational Health' -SCIE- =58/193; Q1 in 'Public, Environmental & Occupational Health' -SSCI- =32/170); Scopus 2019=0,739.
45. Jiménez-Marín, G.; Sanz-Marcos, P.; García Medina, I. & Farias Coelho, P.M. (2020). How big data collected via point of sale devices in textile stores in Spain resulted in effective online advertising targeting. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 14(13), 65-77. ISSN: 1865-7923. Scopus=Q3 0.32 2020 (Computer Networks and Communications).
46. Jiménez-Marín, G.; Pulido-Polo, M.; Mateos-Marín, M. (2020). Public relations-merchandising o la emergencia de un nuevo modelo de gestión organizacional: el caso El Corte Inglés. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(19), 133-156. DOI: <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-19-2020-08-133-156>. ISSN: 2174-3681. C1 Dialnet Métricas 2019 (Impacto = 0,373; posición 12/62 Comunicación). Emerging Source Citation Index.
47. Pérez-Curiel, C.; Jiménez-Marín, G.; García Medina, I. (2020). Influencia de agendas y estudio de framing en el marco electoral del Procés de Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 27-61. DOI: [10.4185/RLCS-2020-1415](https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1415) ISSN 1138-5820. Scopus Q1 2021 (Communication).
48. Jiménez-Marín, G.; González Boudet, I.; Elías Zambrano, R. (2019). Influencia de la tecnología en la comunicación organizacional interna. *Razón y palabra*, 23(104), 174-200. eISSN: 1605-4806.
49. Jiménez-Marín, G.; González-Oñate, C.; Elías Zambrano, R. (2019). La salud como estrategia, los menores como target. *Revista Inclusiones*, 6(4), 337-355. ISSN: 0719-4706
50. Jiménez-Marín, G.; Bellido-Pérez, E. y López Cortés, A. (2019) Marketing sensorial: El concepto, sus técnicas y su aplicación en el punto de venta". *Vivat Academia*, 148, 121-147. ISSN: 1575-2844. DOI: <http://doi.org/10.15178/va.2019.148.121-147>
51. Sanz-Marcos, P.; Jiménez-Marín, G. y Elías Zambrano, R. (2019). La incorporación de la figura del influencer en las decisiones estratégicas de las marcas: Consecuencias para las agencias de publicidad españolas. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. Nº 18, Pp. 63-86. Universitat Jaume I. ISSN impreso: 2174-0992. ISSN electrónico: 2254-2728. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2019.18.5>
52. Elías Zambrano, R.; Expósito Barea, M.; Jiménez-Marín, G.; García-Medina, I. (2019). Microtargeting and electoral segmentation in advertising and political communication through social networks. Case study. *The Journal of Social Sciences Research*, 5(6), 1052-1059. ISSN(e): 2411-9458, ISSN(p): 2413-6670. DOI: <https://doi.org/10.32861/jssr.56.1052.1059>
53. Jiménez-Marín, G. y Elías Zambrano, R. (2019). Moda, publicidad y arte. Relación disciplinar a través de las campañas de Mosschino y Versace. *Prisma Social*, 24, 25-50. ISSN: 1989-3469.
54. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. & García-Medina, I. (2018). El modelo de Hulten, Broweus y Van Dijk de marketing sensorial aplicado al retail español. Caso textil. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(I), 401-409. Universidad de Alicante. ISSN: 1989-872X. DOI: <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.25>
55. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; y García-Medina, I. (2018). Publicidad digital, storytelling y transmedia narrative: Educomunicación del consumidor. *Razón y palabra*, 22(2_101), 467-478. ISSN: 1605-4806.
56. Gallardo Rodríguez, M.; Elías Zambrano, R; y Jiménez-Marín, G. (2018). La publicidad en Televisión Española tras la ley 8/2009 de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. Análisis a través del caso MasterChef. *En Pensar la publicidad*, 12, 53-74. Universidad Complutense de Madrid. ISSN 1887-8598, ISSN-e 1989-5143. DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/PEPU.60921>
57. Jiménez-Marín, G. y Elías Zambrano, R. (2018). Comportamiento de consumo en puntos de venta físicos: aplicación de smart data. *RedMarka. Revista académica de marketing aplicado y comunicación*, 21(1), 229-243. Centro Iberoamericano de Estudios en Comunicación, Información y Desarrollo (CIECID), Argentina. ISSN 1852-2300.
58. Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. y García-Medina, I. (2018). Educomunicación, televisión y valores. Análisis de la programación desde una óptica publicitaria. *Educação & linguagem*, 21(1), 95-107. Universidade Metodista de Sao Paulo. ISSN: 1415-9902, ISSN-e: 2176-1043. DOI: <http://dx.doi.org/10.15603/2176-1043/el.v21n1p95-107>
59. Jiménez-Marín, G. (2018). Shopping as a selling strategy for tourism: combination of marketing mix tools. *IROCAMM – International Review Of Communication And Marketing Mix*, 1, 74-93. Universidad de Sevilla. ISSN: 2605-0447. DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2018.i1.05>

60. Jiménez-Marín, G. y Elías Zambrano, R. (2018). Marketing sensorial: merchandising a través de las emociones para llegar al consumidor. Análisis de un caso. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 15, 235-253. Universitat Jaume I. ISSN impreso: 2174-0992. ISSN electrónico: 2254-2728. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.12>
61. Jiménez-Marín, G., García-Medina, I.; Bellido-Pérez, E. (2017). La publicidad en el punto de venta: influencia en la imagen corporal infantil. *RLCS- Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 957-974. DOI: [10.4185/RLCS-2017-1202](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1202) Universidad de La Laguna. ISSN: 1138-5820.
62. Jiménez-Marín, G.; Pérez, C.; Elías, R. (2014). Del valor educativo de los medios de comunicación: una aproximación al caso audiovisual. *Revista Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 25, 22-36. ISSN-e: 1139-1979. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2014.i25.02>
63. Jiménez-Marín, G.; Elías, R.; Silva, C. (2014). Innovación docente y su aplicación al EEES: Emprendimiento, TIC, y Universidad. *Revista Historia y Comunicación Social*, 19, 187-196. ISSN 1137-0734. ISSN-e: 1988-3056. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45125
64. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2014). Estrategias publicitaria y promocional de las series televisivas: Breaking Bad en los medios de comunicación. *Questiones Publicitarias*, 19, 82-97. ISSN: 1133-6870. Universidad de Sevilla.
65. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2013). Cine y publicidad. La intertextualidad en las campañas de Volkswagen. *Arte, individuo y sociedad*, 25(1), 153-167. ISSN: 1131-5598. ISSN-e: 1988-2408. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ARIS.2013.v25.n1.41170
66. Díaz Luque, P. y Jiménez-Marín, G. (2013). La web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos. Análisis y modelos. *Questiones Publicitarias*, 18(1), 39-55. MAECEI, Universidad de Sevilla. ISSN: 1988-8732.
67. Jiménez-Marín, G.; Elías, R.; Silva, C. (2012). Creatividad publicitaria y audiovisual a través de la web: proyectos de formación aplicada en el seno de la universidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 551-558. Universidad Complutense de Madrid. ISSN-e: 1988-2696. ISSN: 1134-1629. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40934
68. Silva, C.; Jiménez-Marín, G. y Elías, R. (2012). De la sociedad de la información a la sociedad digital. Web 2.0 y redes sociales en el panorama mediático actual. *Revista F@ro*, 15. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha Valparaíso, Chile. ISSN-e 0718-4018.
69. Pulido, P. y Jiménez-Marín, G. (2012). Label de calidad e indicaciones geográficas protegidas como estrategia empresarial: El caso Brandy de Jerez desde una perspectiva de las RR.PP. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 4, 171-198. Universitat Jaume I. ISSN: 2174-0992. ISSN-e: 2254-2728. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.11>
70. Jiménez-Marín, G.; García Benítez, M.C. (2012). La intertextualidad en televisión: cine y publicidad. *Razón y palabra. Primera revista digital en Iberoamérica especializada en Comunicología*, 79, 1-14. ISSN: 1605-4806.
71. Silva Robles, C.; Elías Zambrano, R. y Jiménez-Marín, G. (2012). Creatividad y producción audiovisual en la red: el caso de la serie andaluza Niña Repelente. *Fonseca Journal of Communication*, 4, 1-22. Universidad de Salamanca. ISSN: 2172-9077.
72. Jiménez-Marín, G. y Elías Zambrano, R. (2012). Publicidad en 35 películas: el cine como instrumento para la formación en la universidad. *Aularia, Revista Digital de Educomunicación*, 1(2), 163-169. Grupo Comunicar. ISSN: 2253-7937.
73. Jiménez-Marín, G.; Polo, D. y Jódar, J. (2012). La televisión pública en 2011. TVE sin publicidad. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 3, 14-30. ISSN: 1989-872X. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2012.3.02>
74. García Benítez, M.C. y Jiménez-Marín, G. (2011). Cine y publicidad. La intertextualidad en el anuncio de Mercedes Clase C. *Comunicación – Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 9(1), 82-92. ISSN 1989-600X.
75. Polo, D.; Jiménez-Marín, G. y Jódar, J. (2011). ¿Comunicar o Incomunicar? Deficientes visuales y teléfonos móviles de pantalla táctil. *Telos – Cuadernos de comunicación e innovación*, 86. Enero – marzo de 2011. Fundación Telefónica. ISSN: 0213-084X
76. Jódar, J.; Polo, D. y Jiménez-Marín, G. (2010). ¿Dónde quedó el 2.0? El falso concepto de la televisión 3.0. *Icono 14. Revista de comunicación y nuevas tecnologías*, 8(3), 251-264. ISSN: 1697-8293. DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i3.239>
77. Jiménez-Marín, G. (2010). Cómo crear una marca. Manual de uso y gestión (Reseña). *Almuzara - Economía y Empresa*, 2009. *Comunicación – Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 8(1), 97-100. Universidad de Sevilla. ISSN: 1989-600X.
78. Jiménez-Marín, G. (2007). Macbeth: Cuando la literatura se convierte en publicidad. *Comunicación – Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 5(1), 275-286. Universidad de Sevilla. ISSN: 1695-6206.

79. García-Gordillo, M.; Caro González, F.J.; Rodríguez Rad, C. y Jiménez-Marín, G. (2007). Techo de cristal en las empresas periodísticas: percepción de las habilidades y capacidades de la mujer en las tareas de dirección. *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, 16, 395-407. Universidad de Sevilla. ISSN: 1139-1979.
80. Ramos Serrano, M. y Jiménez-Marín, G. (2007). Jóvenes y móviles. Estrategias de los operadores de telefonía en España. *Comunicar– Revista científica iberoamericana de Comunicación y Educación*, XV(29), 121-128. ISSN-e: 1988-3293 / ISSN: 1134-3478.
81. Caro González, F.J.; García-Gordillo, M.; Rodríguez Rad, C. y Jiménez-Marín, G. (2007). Percepción de las habilidades y aceptación de las mujeres directivas en las empresas de comunicación. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 22, 253-266. Universidad del País Vasco. ISSN: 1137-1102.
82. Ramos Serrano, M.; Delgado Brull, T. y Jiménez-Marín, G. (2007). Las nuevas estrategias de comunicación en el sector automovilístico: Razón y emoción en la campaña de Audi. *Fisec-Estrategias*, 6(7), 23-45. Facultad de Ciencias Sociales de la UNLZ. ISSN: 1669-4015.
83. Caro González, F.J. y Jiménez-Marín, G. (2006). Periodistas: El acceso al mercado laboral. *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, 15, 313-324. Universidad de Sevilla. ISSN: 1139-1979.
84. Caro González, F.J. y Jiménez-Marín, G. (2006). Tendencias de cambio en las empresas informativas. *Global Media Journal en Español*, 3(5), 3-23. Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO); Maestría en Ciencias en Comunicación del Tecnológico de Monterrey; Departamento de Comunicación y Artes Creativas de la Universidad de Purdue-Calumet, Hammond, Indiana, USA. ISSN: 1550-7521.
85. Jiménez-Marín, G. y Caro González, F.J. (2006). La arquitectura comercial como soporte para la creación de identidad en el sector de la moda. *Trípodos: Lenguaje – pensamiento – comunicación (Extra 2006)*, 235-244. Barcelona, Blanquerna (Universidad Ramón Llull). ISSN: 1138-3305. ISSN-e: 2340-5007
86. Jiménez-Marín, G. y Gómez Abeja, D. (2006). El uso de la pintura en la publicidad de revistas femeninas en España. *Trípodos: Lenguaje – pensamiento – comunicación (Extra 2006)*, 245-258. Barcelona, Blanquerna (Universidad Ramón Llull). ISSN: 1138-3305. ISSN-e: 2340-5007.
87. Jiménez-Marín, G. (2006). Clinique: el medio gráfico como estrategia publicitaria. *Fisec-estrategias*, 59(5), 59-76. Universidad Nacional de Las Lomas de Zamora. ISSN: 1669-4015.

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

- 2020/2023 Investigadora en el Proyecto de Investigación "Lobby y Comunicación en la Unión Europea. Análisis de sus estrategias de comunicación" (PID2020-118584RB-I00). Ministerio de Economía. Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Comunicación. Investigadores Principales: Antonio Castillo Esparcia y Ana Almansa Martínez (Universidad de Málaga).
- 2022/2023 Equipo colaborador en el Proyecto de Investigación "Discurso Institucional E Imagen De La Mujer: Impacto Comunicativo Y Social En Andalucía" (DISIMAG). Proyectos I+D+i FEDER Andalucía 2014-2020 (US-1381061). Junta de Andalucía (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad).
- 2021/2023 Investigadora en el Proyecto de Investigación "REDIG - Retos comunicativos de las instituciones andaluzas: configuración de la imagen social de la mujer en Andalucía (interfaz instituciones-discurso-ciudadanía)" (p20_00554). Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación. Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad. Junta de Andalucía.
- 2017/2020 Colaboradora en el Proyecto de Investigación Estudio Longitudinal Secuencial Sobre la Transición a la Adulthood en España, Tae-II (RTI2018-097405-B-I00) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Investigadoras Principales: Águeda Parra Jiménez e Inmaculada Sánchez Queija. Universidad del País Vasco – Universidad de Sevilla.
- 2016-2019 Lobby y Comunicación en España (CSO2016-79357-R). Análisis de las estrategias de comunicación Ministerio de Economía y Competitividad. Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad. Investigadores Principales: Antonio Castillo Esparcia y Ana Almansa Martínez. Universidad de Málaga.
- 2015/2018 Investigadora en el Proyecto de investigación Representación mediática de la imagen corporal no saludable. Desarrollo de una Herramienta de prevención en niños y niñas de 5 a 8 años: "mi cuerpo me gusta" (CSO2014-58220R). Investigadora principal: Dra. Mònika Jiménez Morales y Dra. Pilar Medina Bravo. Proyecto financiado por el Ministerio de Economía y competitividad. Periodo 2016-2018.
- 2012/2014 Investigadora en el Proyecto de investigación CODETUR: Comunicación Online de Destinos Turísticos (CSO 2011-22691). Investigador principal: Dr. José Fernández-Cavia. Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia y Educación. Periodo 2012-2014.
- 2008/2009 Coordinadora por Universidad de Huelva del Proyecto de investigación: La publicidad en las universidades andaluzas: la información y la difusión de las actividades de extensión universitaria (Proyecto Atalaya).

Investigador principal: Dra. Dña. Ana Lozano Vivas. Vicerrectorado de Cultura y Relaciones Institucionales de la Universidad de Málaga. Financiado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. Junta de Andalucía.

- 2007/2010 Investigadora en el Proyecto de Investigación: "OPN - La satisfacción de las necesidades informativas de las mujeres. Análisis de las empresas informativas bajo la perspectiva de género" (INVM PR041-07). Investigador principal: Dr. D. Francisco Javier Caro González. Financiado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Periodo 2007-2010.
- 2005/2006 Participación en el proyecto de investigación: "La Responsabilidad Social Corporativa en los puertos deportivos y clubes náuticos de Andalucía: Diagnóstico y propuestas de mejoras para la innovación turística" (Ref: MA-012/06-FSI). Investigadora principal: Dra. Dña. Inmaculada Martín Rojo. Universidad de Málaga.

BECAS Y ESTANCIAS DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA

- 2022 Estancia de investigación en Mykolas Romeris University. 2 – 12 de diciembre de 2022. Beca Convocatoria de movilidad con fines docentes (Universidad de Sevilla. 2022-2023).
- 2022 Estancia de investigación en Università di Bologna. 23 – 30 de septiembre de 2022. Beca Convocatoria de movilidad con fines docentes (Universidad de Sevilla. 2021-2022).
- 2021 Estancia de investigación en Universidade da Madeira. 26 de junio – 6 de julio de 2021. Beca Convocatoria de movilidad con fines docentes (Universidad de Sevilla. 2020-2021).
- 2019 Estancia de investigación en Glasgow Caledonian University. Julio-septiembre 2019.
- 2017 Estancia de investigación en el Sutardja Center for Entrepreneurship & Technology. University of California Berkeley. Diciembre 2017. Beca Convocatoria para la movilidad de intercambio de profesores, investigadores y estudiantes de doctorado de la US y la Universidad de California, 2016-2017.
- 2012 Estancia de investigación en University of Bergen. Agosto 2012. Beca "Reception of European researchers" of University of Bergen. Ministry of Science, Technology and Innovation – Kingdom of Norway.
- 2012 Beca Erasmus Docente TS en University of SI Ljubljana01. Abril 2012. Beca para la Movilidad Docente Erasmus curso 2011-2012 de la Universidad de Sevilla y Unión Europea.
- 2011 Estancia de investigación en Universidad Complutense de Madrid. Noviembre – diciembre 2011.
- 2011 Estancia de investigación en Universitat Pompeu Fabra. Diciembre – febrero 2011. Beca del plan para la movilidad del personal dedicado a la investigación (modalidad A) de la Universidad de Sevilla.
- 2003 Periodo de realización de estudios universitarios con BECA ERASMUS en Roskilde Universitetscenter, Dinamarca.

RESPONSABLE DE BECAS Y ESTANCIAS DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA

- Directora de la beca de Personal Investigador en Formación del estudiante Jose Vázquez-González. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla. 2022-2026.
- Responsable de la Beca de Recualificación para el PDI Francisco Cabezuelo-Lorenzo, de la Universidad Complutense de Madrid. Universidad de Sevilla. Septiembre 2023 – agosto 2024.
- Responsable de la Beca Margarita Salas para la PDI Dolores Rando Cueto, de Universidad de Málaga. Universidad de Sevilla. Noviembre 2022 – octubre 2024.
- Responsable de la Estancia Académica Virtual del investigador en formación Jaime Humberto Caldera Chacón, de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez en Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad – Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. Junio-julio 2022.
- Directora de la beca de Personal Investigador en Formación de la estudiante Elena Bellido Pérez. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla. 2016-2020.
- Directora de la Beca de Iniciación a la Investigación de la estudiante Elena Bellido Pérez. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla. 2013-2014.

GRUPOS / ASOCIACIONES DE INVESTIGACIÓN

- 2020 – Act. Miembro de la Red Internacional Universitaria de Estudios Multidisciplinares de la Felicidad y la Creatividad (Red-FELISOFIA).
- 2020 – Act. Miembro de la Asociación Española de Comunicación Sanitaria (AECS).
- 2019 – 2023 Responsable del Grupo de Investigación SEJ-624: International Research Of Advertising, Communication And Marketing Mix (IROCamm). Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2019 - 2019 Miembro del Grupo de Investigación HUM-849 (ESTRATEGACOM): Estrategias de comunicación. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2013 – 2019 Miembro del Grupo de Investigación SEJ – 539 (IDECO): Comunicación política, ideología y propaganda de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- 2008 –2013 Miembro del Grupo de Investigación SEJ420. Análisis y estrategias de comunicación social y corporativa.
- 2006 – 2015 Miembro del Foro Iberoamericano de Estrategias de Comunicación (FISEC).
- 2006 – 2014 Miembro de la Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación (AIJIC).
- 2005 – 2018 Miembro del grupo de investigación Grupo Comunicar – Colectivo Andaluz de Educación y Comunicación.

REVISTAS

- Directora y editora de la revista IROCamm. International Review Of Communication And Marketing Mix. Universidad de Sevilla. España.
- Comité científico de las revistas:
 - o International Journal of E-Health and Medical Communication. Scopus Q4.
 - o International Journal of Management and Decision Making. Scopus Q3.
 - o Revista Comunicación y Salud. Dialnet Métricas C3.
 - o Index.Comunicación. Dialnet Métricas C2.
 - o Fonseca Journal of Comunicación. Dialnet Métricas Q1. Scopus Q3.
 - o Miguel Hernández Communication Journal. Dialnet Métricas C3.
 - o Zer. Dialnet Métricas C2.
- Comité editorial de las revistas:
 - o SKHOLÉ: revista de educação, cultura e subjetividade. Revista do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidad Ibirapuera. Brasil.
 - o Index.Comunicación. Dialnet Métricas Q2.

EVALUADORA EXTERNA

1. Revista CEA – Ciencias Económicas y Administrativas. ITM – Institución Universitaria. Colombia.
2. Revista Investigación y Ciencia. Universidad Autónoma de Aguascalientes. México.
3. Publications. MDPI. Suiza.
4. Information. MDPI. Suiza.
5. Publications. MDPI. Suiza.
6. Sustainability. MDPI. Suiza.
7. Sensor. MDPI. Suiza.
8. Revista de Comunicación. Universidad de Piura. Perú.
9. Zer. Universidad del País Vasco. España.
10. Comunicación y sociedad. Universidad de Navarra. España.
11. Comunicación. Universidad de Sevilla. España.

12. Revista Internacional de Historia de la comunicación. Universidad de Sevilla. España.
13. Cuadernos de gestión. Universidad del País Vasco. España.
14. Environmental Communication. United Kingdom.
15. Arte, individuo y sociedad. Universidad Complutense de Madrid. España.
16. Obra digital. Universitat de Vic. España.
17. Revista Inclusiones. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales. Chile.
18. RETOS: Revista de Ciencias de la Administración y de la Economía. Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador.
19. PAAKAT. Revista de Tecnología y Sociedad. Universidad de Guadalajara. México.
20. Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales (ISSN: 2174-6753). España.
21. Cuadernos de Administración. Universidad del Valle (ISSN: 0120-4645; e-ISSN: 2256-5078). Colombia.
22. Vivat Academia. España.
23. Revista Mediterránea de Comunicación. España.

LIBROS

Autora / Editora / Coordinadora

1. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2022) (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4634-8.
2. Jiménez-Marín, G.; Simancas-González, E.; González-Oñate, C. (2022) (ed.). *La publicidad. Estructura de la industria en España. Del cliente a la agencia (y viceversa)*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4612-6.
3. Jiménez-Marín, G.; Checa Godoy, A. (2021). *Teoría y práctica del consumo*. Madrid: Síntesis. ISBN: 978-84-1357-114-0
4. Jiménez-Marín, G.; López, A.; Torres, M.; Guadix Martín, J. (2021). *Entrepreneurship for Rural Start-ups*. New York & London: Routledge. ISBN: 978-0-367-52266-7 (hbk) - ISBN: 978-1-003-05723-9 (ebk)
5. Elías Zambrano, R. & Jiménez-Marín, G. (coord.) (2021). *Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual, desde una perspectiva multidisciplinar*. Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-892-9.
6. López, A.; Jiménez-Marín, G.; Torres, M.; Giesecke, S. y Morales, I. (2019). *Historias de emprendimiento andaluz en Silicon Valley*. Sevilla, Aula Magna – McGraw Hill. ISBN: 978-84-4117-97907-2
7. Jiménez Marín, Gloria (editora) (2017): *La gestión profesional del merchandising*. Barcelona, Ed. UOC. ISBN: 978-84-9116-997-0
8. Jiménez Marín, Gloria (2016): *Merchandising & Retail: Comunicación en el punto de venta*. Sevilla, Advoock. ISBN: 978-84-942969-3-2.
9. Jiménez Marín, Gloria (2012): *Arte y Publicidad. Análisis de campañas publicitarias apoyadas en el uso del arte.*, Ed. EAE. ISBN: 978-3-659-02410-8.

Capítulos de libros

1. Jiménez-Marín, G.; Pulido-Polo, M. (2023). *Imagen institucional y e identidad en redes de los partidos políticos a través de sus militantes mujeres: Teresa Rodríguez en Instagram*. En Alcaide Lara, E.R.; Núñez Domínguez, T. (eds.). *Mujer, mujeres andaluzas: proyectando imágenes sociales y narrativas*. EUS - Editorial Universidad de Sevilla, pp. 103-127. ISBN: 978-84-472-2475-3. DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/9788447224753>
2. Elías-Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G.; Bellido-Pérez, E. (2023). *Discursos, comunicación y publicidad, en femenino: la configuración de la imagen social de la mujer política en redes sociales*. En Santiago-Guervós, J. de; Fernández Ulloa, T.; Soler Gallo, M. (eds.). *El discurso como herramienta de control social*, 481-490. Berlín: Peter Lang. ISBN: 978-3631-88515-4
3. Rodrigues da Silva, R.; Farias Coelho, P.M.; Jiménez-Marín, G. (2023). *Educación y medios de comunicación en la cibercultura: ¿Qué son y cómo se pueden utilizar las metodologías activas en el entorno escolar?* En Valdés Godínés, J.C. (coord.). *Cibercultura, ¿la contracultura de nuestro siglo? (Reflexiones desde el ámbito educativo)*. Santiago de Querétaro: CONCYTEQ. ISBN: 978-607-7710-58-5.
4. Ramírez Alvarado, M. M.; Jiménez-Marín, G.; Hernández-Santaolalla, V. (2023). *Gestión de prácticas en empresas en el ámbito de la Comunicación y transferencia del conocimiento: experiencias desde la facultad de Comunicación de la*

Universidad de Sevilla. En Clemente, J.; Semova, D. J. (coord.). El impacto social de la Universidad en la transferencia de conocimiento. Salamanca: Comunicación Social Ediciones. ISBN: 978-84-17600-79-2, pp. 69-82.

5. Palomo-Domínguez, I., Sánchez-Gey Valenzuela, N., & Jiménez-Marín, G. (2022). Hibridación, transmedialidad y feminismo en la comunicación social de María Hesse: marca persona y perfil en Instagram. En Álvarez-Chávez, M. P.; Rodríguez-Garay, G. O.; Husted Ramos, S. (coords.). Comunicación y pluralidad en un contexto divergente. Pp. 544-572. Dykinson. ISBN: 978-84-1377-923-2
6. Jiménez-Marín, G. (2022). Introducción: partir de cero. Cómo emprender si he estudiado Comunicación. En Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4634-8, pp. 19-22.
7. Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. (2022). Montar una productora audiovisual. En Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4634-8, pp. 49-56.
8. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2022). La creación de agencias de publicidad. En Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4634-8, pp. 57--72.
9. Ramírez Alvarado, M. M.; Jiménez-Marín, G. (2022). La gestión de una facultad de comunicación y el fomento del emprendimiento. En Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4634-8, pp. 91-104.
10. Naranjo Barroso, J.; Jiménez-Marín, G. (2022). Crear y gestionar una marca: los casos Nana Films y Yorch. En Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4634-8, pp. 137-144.
11. Mancinas-Chávez, R.; Reig, R.; Jiménez-Marín, G. (2022). Fundar una revista científica de comunicación. De Ámbitos a IROCAMM. En Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4634-8, pp. 177-186.
12. Elías Zambrano, R.; Sánchez-Gey Valenzuela, N.; Jiménez-Marín, G. (2022). Epílogo. Algunos testimonios. En Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (ed.). *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4634-8, pp. 217-224.
13. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Sánchez-Gey Valenzuela, N. (2022). The role of educommunication in social happiness management from the point of view of advertising, audio-visual communication and journalism. En Ravina-Ripoll, R. (ed.). *Mil maneras de comprender la felicidad en la economía de los fondos "Next Generation" de la Unión Europea. Una visión integral bajo las lupas del marketing social, la historia y el happiness management*. Granada: Comares. ISBN: , pp.
14. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Sánchez-Gey Valenzuela, N. (2022). Cisne negro, cisne blanco: El lago de los cisnes como metáfora del uso de publicidad en la consecución de la felicidad. Una perspectiva social. En Ravina-Ripoll, R.; Tobar-Pesantez, L.X.; Galiano-Coronil, A.; Ahumada-Tello, E. (ed.). *El Happiness Management. Un cisne amarillo que vuela hacia el marketing social, la inteligencia empresarial y el bienestar*. Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-19376-34-3, pp. 129-148.
15. Jiménez-Marín, G. (2022). La redacción publicitaria para el medio radio. En Román-San-Miguel, A. & Moreno, P. *Redacción periodística en la radio*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978-84-18914-11-9, pp. 145-154.
16. Jiménez-Marín, G. (2022). El techo de cristal en las agencias de publicidad. En Jiménez-Marín, G.; Simancas-González, E.; González-Oñate, C. (ed.). *La publicidad. Estructura de Estructura de la industria en España. Del cliente a la agencia (y viceversa)*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4612-6, pp. 19-22.
17. Jiménez-Marín, G. (2021). Influencia de la publicidad dirigida a menores en la formación de la imagen corporal infantil. En Martínez-García, A. & Ramírez Alvarado, M. M. (eds.). *La imagen de la infancia en la comunicación y la cultura*. Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-945-2, pp. 251-262.
18. Pérez-Curiel, C.; Jiménez-Marín, G.; García-Medina, I. (2021). The Role of Social Media in the Fashion Industry: The Case of Eco Luxury in Today's Consumption. In Rienda, L.; Ruiz-Fernández, L.; Carey, L.D.; García-Medina, I. (eds.), *Firms in the Fashion Industry. Sustainability, Luxury and Communication in an International Context*, pp. 97-115. Londres: Palgrave McMillian. ISBN: 978-3-030-76254-4.
19. Jiménez-Marín, G. & Domínguez de la Concha-Castañeda, M. (2021). How do I sell it? Marketing and communication fundamentals. In Jiménez-Marín, G.; López, A.; Torres, M.; Guadix Martín, J. (eds.). *Entrepreneurship for Rural Start-ups*. New York & London: Routledge. ISBN: 978-0-367-52266-7 (hbk) - ISBN: 978-1-003-05723-9 (ebk), pp.
20. Elías Zambrano, R. & Jiménez-Marín, G. (2021). Introducción. En Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. (coord.). *Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual, desde una perspectiva multidisciplinar*. Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-892-9, pp. 9-11.
21. Jiménez-Marín, G.; Pérez-Curiel, C. (2021). Las redes sociales como herramienta de comunicación entre públicos: endorsement marketing como forma de publicidad. En Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. (coord.). *Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual, desde una perspectiva multidisciplinar*. Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-892-9, pp. 13-26.

22. Jiménez-Marín, G.; (2021). El retailer en el proceso de transformación del ecommerce. Adaptación de las variables de marketing al e-shopper. En Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. (coord.). Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual, desde una perspectiva multidisciplinar. Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-892-9, pp. 27-42.
23. Pérez-Curiel, C.; Jiménez-Marín, G.; (2021). Narrativas digitales y marketing de influencia en Instagram. Estrategias y efectos en el consumo de moda. En Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. (coord.). Reflexiones en torno a la comunicación organizacional, la publicidad y el audiovisual, desde una perspectiva multidisciplinar. Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-892-9, pp. 43-62.
24. Jiménez-Marín, G.; Pérez-Curiel, C. (2021). Siguiendo Las rutas de la publicidad: la historia de Andalucía a través de la publicidad. una mirada desde el siglo XXI. En Casas-Delgado, I. (coord.). (2021). Los medios de comunicación en Andalucía (siglos XIX-XXI). Estudios en homenaje al profesor Antonio Checa Godoy. Sevilla: Universidad de Sevilla, pp. 237-254. ISBN: 978-84-472-3091-4.
25. Jiménez-Marín, G. & Elías Zambrano, R. (2020). The advertising throne. Estrategia publicitaria y promocional de Juego de tronos. En López Rodríguez, F.J.; Raya Bravo, I.; Lozano del Mar, J. (eds.). Winter is over. (Re)analizando el fenómeno televisivo de Juego de tronos, pp. 161-178. Madrid, Fragua. ISBN: 978-84-7074-860-8; eISBN: 978-84-7074-723-6.
26. Jiménez-Marín, G. & Elías Zambrano, R. (2020). The Book Trailer as a Publishing House Promotional Tool: Current Situation of Publishers in Spain. En Hernández de Santaolalla, V. & Barrientos, M. (eds.). Handbook of Research on Transmedia Storytelling, Audience Engagement, and Business Strategies, pp. 147-160. Hershey: IGI Global: International Publisher of Information Science and Technology Research. ISBN: 9781799831198. DOI: 10.4018/978-1-7998-3119-8.ch011
27. Jiménez-Marín, G.; Elías-Zambrano, R.; Jiménez-Morales, M. (2020). Estrategias publicitarias en el retail de alimentación. Las campañas de Grupo IFA y Carrefour para el fomento de alimentación saludable. En Castro Higuera, A.; Sandulescu Budea, A.M.; García-Orellán, R. (eds.). Fórmulas comunicativas de vanguardia, 151-167. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4255-5.
28. Jiménez-Marín, G.; Elías-Zambrano, R.; Pérez-Curiel, C. (2020). Um caso de pedagogia comunicacional: a comunicação (política) a través do cinema. En Rodríguez-Terceño, J. (ed.). Criações audiovisuais atuais. Porto: Media XXI, pp. 167-176. ISBN: 978-989-729-116-6.
29. Sanz-Marcos, P.; Jiménez-Marín, G. (2019). El influencer musical y su poder en la imagen de marca de las firmas de moda de lujo. En Castro García, M.P.; Ruiz Callejón, E.; Sobrados-León, M. (eds.). Profundizando en temas de investigación de vanguardia, pp. 361-366. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4273-9.
30. Sanz-Marcos, P.; Jiménez-Marín, G. & Elías Zambrano, R. (2019). El poder del influencer en el contexto publicitario español. En Liberal Ormaechea, S. & Mañas Viniegra, L. (eds.). Las redes sociales como herramienta de comunicación persuasiva, pp. 177-192. Madrid: McGraw Hill. ISBN:
31. Jiménez-Marín, G.; Sanz-Marcos, P. y Silva Robles, C. (2019). El emprendimiento universitario como base metodológica para la docencia en formación superior. En Pérez-Fuentes, M.C. (eds.). Innovación Docente e Investigación en Educación. Madrid: Dykinson, pp. 303-311. ISBN: 978-84-1324-558-4.
32. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. y Sanz-Marcos, P. (2019). Los I+D como modelos de innovación docente aplicada: Caso Mediacorp. En Pérez-Fuentes, M.C. (eds.). Innovación Docente e Investigación en Educación y Ciencias Sociales. Madrid: Dykinson, pp. 421-430. ISBN: 978-84-1324-562-1
33. Sanz-Marcos, P.; Jiménez-Marín, G. (2019). El influencer musical y su poder en la imagen de marca de las firmas de moda de lujo. En Castro, M. P.; Ruiz, E.; Sobrados, M. (eds.). Profundizando en temas de investigación de vanguardia. Madrid: Pirámide, p. 361-366. ISBN: 978-84-368-4273-9
34. Jiménez-Marín, G. (2019). Comunicación y marketing de tu proyecto. En López, A.; Jiménez-Marín, G.; Torres, M.; Giesecke, S. y Morales, I. (eds.). Historias de emprendimiento andaluz en Silicon Valley. Sevilla, Aula Magna – McGraw Hill. ISBN: 978-84-4117-97907-2, pp. 175-192.
35. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Bellido-Pérez, E. & Sanz-Marcos, P. (2019). Eficacia del endorsement marketing: La comunicación de las empresas de retail a través de Instagram. En Sierra Sánchez, J. y Lavín de la Cavada, J.M. (2019). Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información. Madrid, McGraw Hill. ISBN: 978-8448618186. Pp. 109-120.
36. Jiménez-Marín, G. (2018). Alimentación e infancia. Estudio sobre la influencia de la publicidad en las pautas alimentarias de menores en España. En AA.VV. (2018). La comunicación ante el ciudadano. Gedisa – Colección Herramientas universitarias. ISBN: 978-84-17690-04-5. Pp. 275-286.
37. Jiménez-Marín, G. (2018). Rosie the riveter. En Ramírez Alvarado, M.M. y Martínez-García, M.A. (2018). 50 imágenes para entender la comunicación en el s. XX. Imago mundi. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 160-167. ISBN: 978-84-17203-55-9. pp. 160-167.
38. Jiménez-Marín, G.; Elías-Zambrano, R. y Bellido Pérez, E. (2018). The entrepreneurship in communication as an educational-learning method. University teaching and educommunication. En AA.VV. (2017). Entrepreneurship. Rijeka,

39. Elías-Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. and Silva Robles, C. (2017). Media audiovisual communication in the current context of education. En Caldevilla, D. (2017): Languages and persuasion: new narrative creations. Florida, The journal of alternative perspectives in the social sciences. PP. 117- 126. ISBN: 978-1-312-18811-2.
40. Jiménez-Marín, G. (2017). Distribución comercial, retail y marketing mix. Las nuevas variables. En Mut Camacho, M. y Camarero Calandria, E. (coord.): Nuevos tratamientos informativos y persuasivos. Tecnos, 113-120. ISBN: 978-84-309-7376-7.
41. Jiménez-Marín, G; Bellido Pérez, E; García Medina, I. (2017). Diseño de experiencias en retail: Análisis de caso de comunicación en el punto de venta aplicado a una marca. En AA.VV. (2017). Creative industries. Mundo digital, 135-143. ISBN: 978-953-51-5654-3.
42. Jiménez-Marín, G. (2017). Prólogo. En Garica-Medina, I. y Tur, V. (2017). Diálogos bilaterales entre investigadores de la Glasgow Caledonian University (Scotland) y la Universidad de Alicante (España). Estudios interdisciplinarios. Interdisciplinary studies. Mundo Digital, 5-9. ISBN: 978-84-617-9388-4. DOI: [10.14198/MEDCOM/2017/10_cmd](https://doi.org/10.14198/MEDCOM/2017/10_cmd)
43. Bellido Pérez, E.; Jiménez-Marín, G.; García Medina, I. (2017). Arte y propaganda en el Barroco sevillano: La construcción de la marca de la Iglesia católica. En García-Medina, I. y Tur, V. (2017). Diálogos bilaterales entre investigadores de la Glasgow Caledonian University (United Kingdom) y la Universidad de Alicante (España). Interdisciplinary studies. Mundo Digital, 59-68. ISBN: 978-84-617-9388-4.
44. Jiménez-Marín, G. (2016). El cuerpo infantil en venta: publicidad y merchandising para niños en el punto de venta. En Camarero Calandria, E. y Rodríguez Terceño, J. (2016): Estrategias de comunicación y su evolución en los discursos. McGraw Hill, 377-389. ISBN: 978-84-48612528.
45. Elía- Zambrano, R.; Jiménez Marín, G.; Silva Robles, C. (2017). Meios de comunicação audiovisual no contexto atual da Educação. En Caldevilla Domínguez, D. (2017). Linguagens e Persuasão: Novas Criações Narrativas. Formalpress – Publicações e Marketing, 147-158. ISBN: 978-989-729-091-6
46. Jiménez-Marín, G.; Elías-Zambrano, R.; Pérez Curiel, C. (2017). A case of educommunication: communication (policy) through film. En Rodríguez Terceño, J. (coord.). Current audiovisual productions. Journal of alternative perspectives in the social sciences, Palm Beach – San José – Bangkok. ISBN: 978-1-312-18803-7. Pp. 131-138
47. Elías-Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. (2016). Capítulo III - La edad contemporánea. You press the button, we do the rest / Kodak (1888). En Ramírez Alvarado, M. M. y Martínez García, M. A. (Coord.). Historia de la comunicación Imago Mundi. Tirant Humanidades, Valencia. 978-84-16786-12-1.
48. Jiménez-Marín, G; Silva Robles, C.; Elías-Zambrano, R. (2014). Docencia universitaria y proyectos de evaluación aplicados. El emprendimiento como modelo de evaluación y aprendizaje. En Rodríguez Terceño, J. (Eds.). Nuevas perspectivas modales para la enseñanza superior. Ed. Vision Libros, Madrid. ISBN: 978-84-15965-94-7. Pp. 77-94.
49. Jiménez-Marín, G; Silva-Robles, C.; Elías-Zambrano, R. (2014). Medios de comunicación audiovisual en el contexto actual de la educación. En Caldevilla Domínguez, D. (Coord.). Lenguajes y persuasión. Nuevas creaciones narrativas. Ed. ACCI, Madrid. ISBN: 978-84-15705-20-8
50. Jiménez-Marín, G; Elías-Zambrano, R.; Pérez Curiel, C. (2014). Un caso de educomunicación: comunicación (política) a través del cine. en Caldevilla Domínguez, D. (Coord.). Creaciones audiovisuales actuales. Ed. ACCI, Madrid. ISBN: 978-8415705-15-4.
51. Ramos Serrano, M.; Jiménez-Marín, G. (2014). Blogs y Moda: cuando los usuarios crean las tendencias. En Fernández- Quijada, D. y Ramos Serrano, M. (Eds.). Tecnologías de la persuasión. Uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas. Barcelona, UOC. ISBN: 9788490644713. pp. 131-143.
52. Jiménez-Marín, G.; Elías-Zambrano, R. (2012). Caza y captura del espectador: Publicidad y promoción de la serie Juego de Tronos en EE.UU. y España en medios convencionales. En Lozano del Mar, J; Raya, I; López, F. J. (Eds.). Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de tronos. Madrid, Fragua. ISBN: 978-84-7074-568-3 y 978-84-7074-569-0 (e-book).
53. Jiménez-Marín, G; Silva Robles, C.; Elías-Zambrano, R. (2012). Generación de ideas a través de la web social: educación por y para los estudios en Comunicación. En Caldevilla Domínguez, D. (Coord.). Aplicaciones del EEES a partir de la web 2.0 y 3.0. Ed. Vision Libros, Madrid. ISBN: 978-84-9011-494-0.
54. Jiménez-Marín, G; Elías-Zambrano, R.; Silva Robles, C. (2011). Publicidad política y propaganda a través del cine. El caso de 'La ola'. En Arasa, D. y Almacellas, M.A. (Coord.). El foco en el corazón. La educación de la afectividad a través del cine. Ed. Cinemanet, Barcelona. ISBN: 84-7178-731-8.
55. Jiménez-Marín, G. (2011). Marketing de turismo temático: El parque de atracciones como herramienta comunicativa de captación de turistas. En De San Eugenio Vela, J. (Autor). Manual de comunicación turística. Girona, Ed. Documenta Universitaria. ISBN: 978-84-9984-118-2.

56. Jiménez-Marín, G. (2011). Las agencias de noticias. En Reig y Langa (Eds.). La comunicación en Andalucía: Historia, estructura y nuevas tecnologías. Centro de estudios andaluces, Sevilla. ISBN: 978-84-939078-0-8. Pp. 387-410.
57. Silva Robles, C.; Elías-Zambrano, R. y Jiménez-Marín, G. (2011). Creatividad y producción audiovisual en la red: el caso de la serie andaluza Niña Repelente. En AA.VV. (Coord.). La comunicación pública, secuestrada por el mercado. La Laguna, 2011. ISBN: 978-84-938428-0-2
58. Jiménez-Marín, G.; Polo Serrano, D; Jódar Marín, J.A. (2010). Above - Below - Jump (the line). Capacidad de adecuación de la formación universitaria a la realidad empresarial. En Pinar Selva, M.L. (Ed.). Creatividad publicitaria y nuevas formas de comunicación. Madrid, UCM. ISBN: 978-84-693-4654-9.
59. Polo Serrano, D; Jódar Marín, J.A.; Jiménez-Marín, G. (2010). Creatividad en Ad-Words. Promocionarse en 25 caracteres. En Pinar Selva, M.L. (Ed.). Creatividad publicitaria y nuevas formas de comunicación. Madrid, UCM. ISBN: 978-84-693-4654-9. Pp. 3746.
60. Jiménez-Marín, G.; Polo Serrano, D; Jódar-Marín, J.A. (2010). Innovación tecnológica y creatividad: Los nuevos soportes publicitarios en el marco de la era digital. En Pinar Selva, M.L. (Ed.). Creatividad publicitaria y nuevas formas de comunicación. Madrid, UCM. ISBN: 978-84-693-4654-9.
61. Jiménez-Marín, G.; Caro González, F. J. (2010). La importancia de la información económica para la empresa española: influencia en la creación de RSC. En Etayo, C.; Moreno, E.; Guerrero, J.E.; Sánchez, C.; Navarro, M. (Coord.). Periodismo económico: viejos y nuevos desafíos. Navarra, Eunsa. ISBN: 978-84-313-2734-7.
62. Jiménez-Marín, G.; Caro González, Francisco J. (2010). Identidad, responsabilidad y corporate branding en la industria textil española: El caso Zara. En Carretón, M.C. y Ordeix, E. (Coord.). Las relaciones públicas en la sociedad del conocimiento. Alicante, AIRP. ISBN: 978-84-693-2454-7.
63. Jiménez-Marín, G. (2010). Marquétin de turism temàtic: El parc d'atraccions com a eina comunicativa de captació de turistes. En De San Eugenio Vela, J. (Autor). Manual de comunicació turística. Girona, Ed. Documenta Universitaria. ISBN: 978-84-92707-06-5. Pp. 141-162. Año 2010.
64. Delgado Brull, M.T.; Ramos Serrano, M.; Jiménez-Marín, G. (2008). La publicidad de móviles dirigida a adolescentes: el teléfono como reflejo de la personalidad de los jóvenes. En Etayo, C.; Moreno, E.; Guerrero, J.E.; Sánchez, C.; Navarro, M. (Coord.). Los jóvenes y el nuevo escenario de la comunicación. Navarra, Eunsa. ISBN: 978-84-313-2523-7.
65. Jiménez-Marín, G.; Delgado Brull, M.T. (2007). El fenómeno del crowdsourcing y used generated content en publicidad: una nueva forma de crear anuncios. En AA.VV. (Coord.). Las encrucijadas de la comunicación: límites y realidades. Barcelona, Trípodas Ed. ISBN:978-84-935360-1-5.
66. Jiménez-Marín, G.; Delgado Brull, T. (2007). Nuevos consumidores masculinos, nuevos productos. En Walzer, A.; García López, M.; Rodríguez Centeno, J.C. (Coord.). Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura. Madrid, Ed. Edipo. ISBN: 978-84-88365-21-7. Pp. 327-335.
67. Jiménez-Marín, G. (2006). Creación de empresas informativas. En Caro González, F.J. (Autor). Gestión de empresas informativas. Madrid, McGraw Hill. ISBN: 8448156048.
68. Jiménez-Marín, G. (2006). Universo Zara, Jóvenes Zara. En Ribeiro Cardoso, P., Gaio, S. y Pérez Seoane, J. (Coord.). Jovens, marcas e estilos de vida. Porto, Edições Universidade Fernando Pessoa. ISBN: 972-8830-62-9.7

Vídeos y documentales

- Jiménez-Marín, G. (2021). Coautor de la producción SAV: Imago Mundi: 50 imágenes para entender la comunicación en el siglo XX. Bloque III. DOI: <https://doi.org/10.35466/VID2021n6371>. Universidad de Sevilla.
- AA.VV. (2016). Imago Mundi: Un viaje por la historia de la comunicación III. Sevilla, Universidad de Sevilla. 978-84-16784-59-2.

1. Jiménez-Marín, G. (2023). Explorando las relaciones entre "Happiness Management". XXX Congreso EBEN – España: Ética y Sostenibilidad: un binomio necesario en el logro de los ODS y el entorno. European Business Ethics Network. Universidad de Cádiz, 7-9 de junio de 2023.
2. Jiménez-Marín, G. (2023). La mujer en la industria publicitaria Española: Del techo de cristal a la sororidad en roles directivos. Jornadas internacionales sobre mujer e imagen en discursos públicos. Universidad de Sevilla, mayo de 2023.
3. Elías-Zambrano, R.; Vázquez-González, J.; Jiménez-Marín, G. (2022). The happiness image in advertising: strategy, creativity and art direction through consumer campaigns aimed at women. 6th International Academic and Professional Congress on Happiness. Universidad de Salamanca – Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 11 de noviembre de 2022.
4. Jiménez-Marín, G. (2022). Ética y buenas prácticas de la producción científica. I Encuentro de la Asociación de Revistas Científicas en Comunicación – PlatCom. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, 10 de noviembre de 2022.
5. Blanco-Pérez, M.; Ramírez Alvarado, M.; Jiménez-Marín, G. (2022). Reflexiones en torno al Proyecto Fotográfico como narración visual. IX Congreso Internacional de Fotografía Contemporánea UCM – CONFOCO 2022. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 17-19 de octubre de 2022.
6. Jiménez-Marín, G.; Ramírez Alvarado, M.; Rando-Cueto, D. (2022). «Publicidad, comunicación e imagen de la alimentación dirigida a niñas y niños. ¿Fomento? de la salud pública a través de la gestión de la nutrifelicidad. III Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA) – Universidad de Salamanca – Universidad de Alicante. Salamanca, 27-30 de septiembre de 2022.
7. Ramírez Alvarado, M.; Jiménez-Marín, G. (2022). Internet y procesos migratorios en entornos regionales: potencialidad de la red. VIII Congreso Internacional de la AE-IC: Comunicación y ciudad conectada. Asociación Española de Investigadores en Comunicación - Universidad Autónoma de Barcelona, 28 de junio – 1 de julio de 2022.
8. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Bellido-Pérez, E. (2022). Discurso institucional y representación de las mujeres líderes políticas en redes sociales en España. VII Simposio Internacional sobre Ideología, Política y Reivindicaciones en Lengua, Literatura y Cine en Español. Universidad de Salamanca, 1-3 de junio de 2022.
9. Jiménez-Marín, G.; Álvarez-Rodríguez, V.; Palomo-Domínguez, I. (2022). La inserción laboral del alumnado de las titulaciones en publicidad y relaciones públicas: de la actualización de perfiles en las demandas del sector, al techo de cristal como contexto profesional. XVI Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas: Disciplina Académica y Realidad Profesional en el Escenario Internacional. Universidad Cádiz. Jerez de la Frontera, 25-27 de mayo de 2022.
10. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Bellido-Pérez, E. (2022). El artista-celebrity como marca y lenguaje: un híbrido entre publicidad y arte. IV Simpósio Internacional De Estudos Interdisciplinares. Universidade Santo Amaro (Brasil), 25 de mayo de 2022.
11. Palomo-Domínguez, I.; Jiménez-Marín, G.; Sánchez-Gey Valenzuela, N. (2022). Gender expression in Social Media: the feminist influence of a new generation of Spanish Women Illustrators. International Scientific Conference Expressions of Information and Communication Theory and Practice 2022. Vilnius Universitetas. Vilnius (Lithuania), 28-29 April 2022.
12. Publicar en revistas científicas. De la tesis por compendio a la explotación de la tesis. Jornadas Doctorales en Comunicación. Universidad de Cádiz. Jerez de la Frontera, abril de 2022.
13. Jiménez-Marín, G.; Sánchez-Gey Valenzuela, N.; Guevara Blanco, I. D. (2022). Efectos de la publicidad emocional de los anuncios de enfermedades cancerígenas en el público femenino español. I Congreso Comunicación y Salud. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, abril de 2022.
14. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Galiano-Coronil, A. (2021). Análisis de las estrategias de marketing social y comunicación de slow fashion como herramienta de happiness management. 5th International Academic and Professional Congress on Happiness. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, noviembre de 2021.
15. Jiménez-Marín, G. (2021). Sinérgiate: Redes, cohesión y crecimiento profesional y personal de la mano de la universidad. XXV Encuentro de Asociaciones de Antiguos Alumnos y Amigos de las Universidades Españolas. Universidad de Zaragoza. Zaragoza, 21-23 de octubre de 2021.
16. Jiménez-Marín, G. (2021). Psicología del consumo de productos sanitarios. Caso de estudio post-Covid19. II Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA). Universidad de Salamanca – Universidad de Alicante. Alicante, octubre de 2021.
17. Jiménez-Marín, G. (2021). Public and Non-Profit Marketing within the Framework of Sustainable Development Goals. XX International Congress on Public and Nonprofit Marketing. Universidad de Alcalá, junio de 2021.
18. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; García-Medina, I. (2021). Rentabilidad Económica De La Publicidad A Través De Redes Sociales. Análisis Del Caso De Prensa Local Europea. XXVII Congreso Internacional de la SEP. Sevilla, 27-28 de mayo de 2021.

19. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2020). El papel de las promociones en el ecosistema comercial y promocional en el marketing del s. XXI. I Congreso Internacional NODOS del Conocimiento. Sevilla, 10-11 diciembre de 2020. Universidad de Sevilla – Universidad de Zaragoza.
20. Jiménez-Marín, G. (2021). Ponencia en la X Asamblea Anual de PLATCOM - Plataforma de Revistas de Comunicación. Salamanca, 24 de mayo de 2021.
21. Jiménez-Marín, G. & Elías Zambrano, R. (2020). El papel de las promociones en el ecosistema comercial y promocional en el marketing del s. XXI. I Congreso Internacional NODOS del Conocimiento. Sevilla, 10-11 diciembre de 2020. Universidad de Sevilla – Universidad de Zaragoza.
22. Jiménez-Marín, G. & Bellido-Pérez, E. (2020). Art & Ad(vertising). Análisis del arte como estrategia publicitaria. I Congreso Internacional de Innovación en Comunicación Medios Audiovisuales. Salamanca, 20-23 de octubre de 2020. Universidad de Salamanca y Universidad de Alicante.
23. Sanz-Marcos, P.; Jiménez-Marín, G. & Elías Zambrano, R. (2020). El poder del influencer en el contexto publicitario español. I Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales en la Sociedad de la Información. Madrid, 6-7 de febrero de 2020. Universidad Complutense de Madrid.
24. Jiménez-Marín, G. (2019). Adaptación del nuevo marketing del retailer al perfil del e-shopper. II Congreso Internacional Comunicación y Filosofía: una convergencia necesaria. Priego de Córdoba, 22-23 de noviembre de 2019. Universidad de Sevilla.
25. Jiménez-Marín, G.; Sanz-Marcos, P. y Silva Robles, C. (2019). Las metodologías docentes basadas en el emprendimiento universitario: estudio de caso. I Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior: un reto para las Áreas de Conocimiento. Madrid, 20 - 22 de noviembre de 2019. Universidad de Almería y la Sociedad Científica de Investigación en Ciencias de la Salud, Psicología y Educación.
26. Pérez-Curiel, C.; Jiménez-Marín, G. y García Gordillo, M.M. (2019). Debates electorales en tv y Twitter. Estrategia política (issue frame / game frame) y efectos en la audiencia social. I DEBATv, Congreso Internacional sobre Debates Electorales Televisados y Nuevas Formas de Comunicación Política: Los Debates Electorales a Debate". Vigo, 30 de septiembre – 1 de octubre de 2019. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad de Vigo.
27. Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. y Sanz-Marcos, P. (2019). El caso Mediacorp como modelo de innovación docente". I Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior: un reto para las Áreas de Conocimiento. Madrid, 20 - 22 de noviembre de 2019. Universidad de Almería y la Sociedad Científica de Investigación en Ciencias de la Salud, Psicología y Educación.
28. Pérez Curiel, C. y Jiménez-Marín, G. (2019). Política y (NO) transparencia pública en el contexto de las elecciones generales en España (28A). III Jornadas Científicas de Comunicación Organizacional, Nuevas Formas de Publicidad y Relaciones con los Públicos. AE-IC (Asociación Española de Investigadores en Comunicación). Sevilla, 30 y 31 de octubre de 2019.
29. Pérez Curiel, C. y Jiménez-Marín, G. (2019). Influencia de la agenda mediática en la agenda pública. Registros de calidad periodística en el marco del Procés de Cataluña. II Jornadas Científicas de Calidad y Retos Informativos. AE-IC (Asociación Española de Investigadores en Comunicación). Sevilla, 3 y 4 de octubre de 2019.
30. Jiménez-Marín, G.; Sanz Marcos, P.; Jiménez-Morales, M.; Medina-Bravo, P. (2019). Food advertising in mobile devices and its impact on children and their parents. Paper presented at: 'Children and Adolescents in the era of Smart Screens: Risks, threats and opportunities reloaded'. International Off-year Congress ECREA-CYM-2019, (19th to the 20th of September 2019, Salamanca, Spain. ECREA, CHILDREN-YOUTH-MEDIA (CYM).
31. "La metodología docente basada en proyectos de innovación. El caso de 'Encuentros con profesionales'". I Jornadas de Innovación Docente y Proyectos Estudiantiles. Vicerrectorado de Estudiantes- Universidad de Sevilla. 29 - 31 de mayo de 2019.
32. "Eficacia del endorsement marketing: La comunicación de las empresas de retail a través de Instagram". VII Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales "Retos de la tecnología en los ámbitos de la Sociedad. CESINE – Icono 14. Santander, 9-10 de mayo de 2019.
33. Influencia de la publicidad en las pautas alimentarias en la infancia. En Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2018.
34. "Nuevas tendencias de comportamiento de marcas en la red: el caso Consum como estrategia de educomunicación publicitaria en materia de salud dirigida a niños y jóvenes". En III Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Universidad de Sevilla. Marzo 2018.
35. "La comunicación estratégica como eje en la investigación y transferencia de conocimiento. El Proyecto MediaCorp como estudio de caso". En III Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Universidad de Sevilla. Marzo 2018.
36. "Comportamiento de consumo en puntos de venta físicos: aplicación de smart data". En XESCOM - III Simposio Internacional sobre la gestión de la comunicación. Universidad de A Coruña. Marzo 2018.

37. "Entrepreneurship in Spanish". X Meeting Berkeley Method of Entrepreneurship: Design x Startups. University of California Berkeley. Diciembre 2017.
38. Emprender en comunicación. Consecuencias de la promoción del emprendimiento en el ámbito universitario. IX Congreso Internacional de Ciberperiodismo: La innovación y el emprendimiento al servicio de las audiencias. EHU / Universidad del País Vasco. Noviembre de 2017.
39. "Diseño de experiencias en retail: Análisis de caso de comunicación en el punto de venta aplicado a una marca". Creative industries global conference. Universidad de Alicante. Noviembre – diciembre de 2017.
40. "Comunicación en el punto de venta: las variables del marketing mix y su relación con el retail". Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2017.
41. "Publicidad para niños (y sus padres): Representación mediática de la imagen corporal en el merchandising y puntos de venta dirigidos a niños". Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2016.
42. "El discurso intoxicado de las fuentes: Análisis de la inmersión mediática de las fuentes institucionales gubernamentales". I Congreso Internacional INFOXICACIÓN. Mercado de la información y psique. Universidad de Sevilla. Noviembre de 2013.
43. "Relaciones Públicas y otras estrategias de comunicación: imagen en las empresas españolas". International PR 2013 Conference – Bcn meeting PR. Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, 2013.
44. "Shopping tourism: The 'shopping' as a selling point for tourist destinations and citybranding. Case Study: Seville". The Destination Branding & Marketing Conference Cardiff Metropolitan University. Cardiff, 2012.
45. "Investigación sobre el nacimiento y evolución histórica de las Indicaciones Geográficas Protegidas en el ámbito vitivinícola: una perspectiva comunicacional". XXXIV Jornadas de viticultura y Enología de "Tierra de Barros". Centro Universitario Santa Ana - Universidad de Extremadura. Almendralejo, 2012.
46. "La web 2.0 para la mejora de la formación en creatividad publicitaria: Un lugar de encuentro". Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2012.
47. "La enseñanza de Publicidad y RR.PP. a través del cine: Una aproximación al cine como metodología docente audiovisual". II Jornadas internacionales de comunicación y sociedad: Cine y publicidad. Universidad de Girona. Girona, 2011.
48. "Creatividad y producción audiovisual en la red: el caso de la serie andaluza Niña Repelente". III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: La comunicación pública, secuestrada por el mercado. Universidad de La laguna. La laguna, 2011.
49. "Estudio de la publicidad y la propaganda en el cine". I Congreso Cine y Educación. Universidad Internacional de La Rioja – Universidad San Pablo Ceu – Asociación Cinemanet. Madrid de 2011.
50. "Comunicación y web 2.0: nuevas competencias, nuevos profesionales". En International PR 2011 conference – BCN Meeting com. Universitat Oberta de Catalunya. Junio de 2011.
51. "Metodología Cualitativa vs. Metodología cuantitativa en comunicación: Estudio de un caso". Congreso Investigar la Comunicación en España: Universidad Rey Juan Carlos. Mayo de 2011.
52. "Creación de un espacio web 2.0 como punto de encuentro para debatir fórmulas de creación de empresas de comunicación y mejora de la formación en creatividad publicitaria". Congreso Investigar la Comunicación en España. Universidad Rey Juan Carlos. Mayo de 2011.
53. "Creatividad en Ad-Words. Promocionarse en 25 caracteres". V Simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria. Universidad Complutense de Madrid. Febrero de 2010.
54. "Innovación tecnológica y creatividad. Los nuevos soportes publicitarios en el marco de la era digital". V Simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria. Universidad Complutense de Madrid. Febrero de 2010.
55. ABOVE - BELOW - JUMP (the line). Capacidad de adecuación de la formación universitaria a la realidad empresarial. V Simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, febrero de 2010.
56. "El arte como estrategia de comunicación: La escultura, recurso creativo en publicidad impresa". I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago, febrero de 2008.
57. "Información económica y su influencia en la creación de RSC en la empresa española". XXII Congreso Internacional de Comunicación. Universidad de Navarra. Pamplona, noviembre de 2007.
58. "Crowdsourcing y User Generated Content, una nueva forma de hacer publicidad". IV Congreso de Comunicación y Realidad. Universidad Ramón Llul. Barcelona, mayo de 2007.
59. "Jóvenes y móviles: un nuevo ocio, un nuevo negocio". IV Congreso Internacional de Ocio Joven - Ocio y Creatividad: INJUVE – Universidad de Alicante, UNED, CEU – Elche, mayo de 2007.

60. "Art & Ads: La escultura como recurso creativo en publicidad". V Conferencia Iberoamericana de Creatividad e Innovación. Red Creativa de Iberoamérica. Julio de 2007.
61. "Identidad, Reputación y Corporate Branding en la industria textil española: El caso Zara". III Congreso Internacional de Relaciones Públicas e Investigación. Universidad de Sevilla. Sevilla, marzo de 2007.
62. "Las empresas informativas en Andalucía". VIII Foro Universitario de Investigación en Comunicación: Universidad Complutense de Madrid. Madrid, noviembre de 2006.
63. "Nuevos consumidores masculinos, nuevos productos". VIII Foro Universitario de Investigación en Comunicación. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, noviembre de 2006.
64. "La televisión digital como soporte para la comunicación publicitaria". IX Congreso Internacional Ibercom. Universidad de Sevilla. Sevilla, noviembre de 2006.
65. "La publicidad de móviles dirigida a adolescentes: El teléfono como reflejo de la personalidad de los jóvenes". XXI Congreso Internacional de Comunicación – Los jóvenes y el nuevo escenario de la comunicación. Universidad de Navarra. Pamplona, noviembre de 2006.
66. "Clinique: el medio gráfico como estrategia publicitaria en el sector de la perfumería y la cosmética". IV Encuentro del Foro Iberoamericano sobre estrategias de comunicación. FISEC – Universidad de Granada. Granada, septiembre de 2006.
67. "Las nuevas estrategias de comunicación en el sector automovilístico: razón y emoción en la campaña de Audi". IV Encuentro del Foro Iberoamericano sobre estrategias de comunicación. FISEC – Universidad de Granada. Granada, septiembre de 2006.
68. "Consecuencias de la Globalización: Inditex, la democratización de la moda". Jornadas sobre Globalización y sus consecuencias. Universidad de Sevilla. Lebrija, marzo de 2006.
69. "Universo Zara, Jóvenes Zara". I Workshop Internacional Jovens, Marcas e Estilos de Vida. Universidade Fernando Pessoa. Oporto, septiembre de 2006.
70. "La arquitectura comercial como soporte para la creación de identidad en el sector de la moda". III Simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria. Universitat Ramon Llul. Barcelona, marzo de 2006.
71. "El uso de la pintura en la publicidad en revistas femeninas en España. Análisis de la publicidad que usa pintura en la revista Vogue". III Simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria. Universitat Ramon Llul. Barcelona, marzo de 2006.
72. "La formación empresarial de los estudiantes de Periodismo". VII Foro Universitario de Investigación en Comunicación. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, diciembre de 2005.
73. "El mercado de trabajo de los periodistas". VII Foro Universitario de Investigación en Comunicación. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, diciembre de 2005.

Organización

- 2023 Comité científico del IV Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA). Universidad de Salamanca + Universidad de Alicante. Alicante, 27-29 de septiembre de 2023.
- 2023 Comité organizador de las Jornadas Internacionales sobre Mujer e Imagen en discursos públicos. Universidad de Sevilla, mayo de 2023.
- 2023 Scientific committee of the VII International Forum on Management. Universidade da Madeira. Funchal, enero de 2023.
- 2022 Comité científico del 6th International Academic and Professional Congress on Happiness. Universidad de Salamanca – Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, noviembre de 2022.
- 2022 Comité organizador del III Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA). Universidad de Salamanca – Universidad de Alicante. Alicante, octubre de 2022.
- 2022 Comité científico en el VII Congreso Internacional y Pensamiento: «El poder de la comunicación, la comunicación del poder». 27 y 28 de abril de 2022. Sevilla, Universidad de Sevilla.
- 2021 Comité científico del II Congreso Internacional Nodos del Conocimiento: «Universidad, innovación e investigación, rescate humano y transferencia de conocimientos: retos para la universidad ante el horizonte 2030». 25 y 26 de noviembre de 2021. Sevilla, Zaragoza y México D.F.
- 2021 Coordinadora del simposio titulado: Publicidad, Protocolo y Relaciones Públicas en el II Congreso Internacional Nodos del Conocimiento: «Universidad, innovación e investigación, rescate humano y transferencia de conocimientos: retos para la universidad ante el horizonte 2030». 25 y 26 de noviembre de 2021. Sevilla, Zaragoza y México D.F.
- 2021 Moderación de mesa de debate Nuevos modelos de consumo, psicología de la recepción y publicidad alternativa, enmarcada en el II Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA). Universidad de Salamanca – Universidad de Alicante. Alicante, octubre de 2021.

- 2021 Participación como colaboradora en el XXV Salón de Estudiantes y Ferisport y III Salón de Posgrado organizado por el Área de Orientación Universitaria y Participación Estudiantil del Vicerrectorado de Estudiantes. Universidad de Sevilla. Mayo de 2021.
- 2021 Moderadora y coordinadora de línea temática Innovación de nuevos modelos de negocio y nichos de emprendimiento en el XXVII Congreso Internacional de la SEP. Sevilla, 27-28 de mayo de 2021
- 2021 Comité académico del XXVII Congreso Internacional de la SEP. Sevilla, 27-28 de mayo de 2021.
- 2021 Coordinadora del grupo de trabajo "Comunicação, Arte e Linguagens" en el III Simpósio Internacional de Estudos Interdisciplinares. São Paulo, mayo de 2021. UNISA – Universidade Santo Amaro de Brasil.
- 2021 Miembro del comité científico del II Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales. Alicante, 19-22 de octubre de 2021. Universidad de Alicante.
- 2021 Miembro del comité científico internacional del VI Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. La revolución de los prosumers: Youtubers e instagramers. Sevilla, 28-30 de abril de 2021. Ladecom - Universidad de Sevilla.
- 2021 Miembro del comité académico y revisor del XXVII Congreso Internacional de la SEP. Transformación digital. Desafíos y expectativas para el periodismo. Sevilla, 27-28 de mayo de 2021. Sociedad Española de Periodismo - Universidad de Sevilla.
- 2020 Miembro del comité científico de revisores del I Congreso Internacional Nodos del Conocimiento. Sevilla, 10-11 diciembre de 2020. Universidad de Sevilla.
- 2020 Coordinación de simposio: PUBLICIDAD, PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS en el I Congreso Internacional Nodos del Conocimiento. Sevilla, 10-11 diciembre de 2020. Universidad de Sevilla.
- 2020 Miembro del comité científico del I Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales. Salamanca, 21-23 de octubre de 2020. Universidad de Salamanca.
- 2019 Miembro del comité científico y organizador del II Congreso Internacional Comunicación y Filosofía. Una convergencia necesaria. Priego de Córdoba, 22 y 23 de noviembre de 2019. Universidad de Sevilla.
- 2018 Participación en el I Salón de Postgrado de la Universidad de Sevilla. Vicerrectorado de estudiantes. Universidad de Sevilla. Mayo de 2018.
- 2012 Miembro del comité científico del Congreso Empresa 2.0 y Social Business. El presente de la gestión empresarial. Sevilla, mayo de 2012. Universidad de Sevilla.
- 2008 Miembro del comité organizador del Seminario Cineastas y Publicistas. Una visión de la violencia de género. Jerez de la Frontera, noviembre de 2008. Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación. Universidad de Cádiz.
- 2008 Colaboradora del Congreso Internacional sobre (des)cortesía, agresividad y violencia verbal en español. Sevilla, noviembre de 2008. Facultad de Filología. Universidad de Sevilla.
- 2008 Colaboradora del Congreso Internacional "La obra de Lapesa desde la filología actual". Madrid, junio de 2008. Ministerio de Cultura, Sociedad Estatal de Conmemoraciones culturales y Asociación Internacional de Historiadores de la Lengua.
- 2007 Colaboradora de las jornadas "Coloquio Internacional in memoriam Manuel Alvar". Sevilla, noviembre de 2007. Facultad de Filología. Universidad de Sevilla.
- 2006 Miembro del comité organizador del IX Congreso Internacional Ibercom: "El espacio iberoamericano de comunicación en la era digital". Sevilla – Cádiz, 15-18 de noviembre de 2006.
- 2006 Colaboradora de las I Jornadas Lenguaje e Inmigración: El poder social de la lengua". Sevilla, 18 de octubre. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.

Asistencia

1. CRECS. Conferencia internacional sobre revistas científicas. Univversidad Complutense de Madrid. 19 de septiembre de 2023.
2. XXX Congreso EBEN – España: Ética y Sostenibilidad: un binomio necesario en el logro de los ODS y el entorno. European Business Ethics Network. Universidad de Cádiz, 7-9 de junio de 2023.
3. VI Congreso Internacional Académico y Profesional de la Economía de la Felicidad: El Happiness Management. Un Multiplicador de Bienestar Social, Marketing Social y Comunicación Organizacional. Universidad de Salamanca, 11 y 12 de noviembre De 2022.
4. I Encuentro de la Asociación de Revistas Científicas en Comunicación – PlatCom. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, 10 de noviembre de 2022.
5. XXVI Encuentro Alumni España. Universidad Nacional de Educación a Distancia - UNED. Madrid, de octubre de 2022.

6. IX Congreso Internacional de Fotografía Contemporánea UCM – CONFOCO 2022. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 17-19 de octubre de 2022.
7. Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA) – Universidad de Salamanca – Universitat de Alicante. Salamanca, 27-30 de septiembre de 2022.
8. Senior lecturer en ECREA European Media and Communication Doctoral Summer School 2022. Universidad Cádiz. Cádiz, 24-30 de julio de 2022.
9. VIII Congreso Internacional de la AE-IC. Comunicación y ciudad conectada. Asociación Española de Investigadores en Comunicación - Universitat Autònoma de Barcelona, 28 de junio – 1 de julio de 2022.
10. VII Simposio Internacional sobre Ideología, Política y Reivindicaciones en Lengua, Literatura y Cine en Español. Universidad de Salamanca, 1-3 de junio de 2022.
11. XVI Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas: Disciplina Académica y Realidad Profesional en el Escenario Internacional. Universidad Cádiz. Jerez de la Frontera, 25-27 de mayo de 2022.
12. IV Simpósio Internacional De Estudos Interdisciplinares. Universidade Santo Amaro (Brasil), 25 de mayo de 2022.
13. 12ª Conferencia Internacional sobre Revistas Científicas CRECS. Universidad de León – Grupo ThinkEpi. León, 5-6 de mayo 2022.
14. International Scientific Conference EXPRESSIONS OF INFORMATION AND COMMUNICATION THEORY AND PRACTICE 2022. Vilniaus Universitetas. Vilnius (Lithuania), 28-29 April 2022.
15. I Congreso Comunicación y Salud. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 28-30 de abril de 2022.
16. Jornadas Doctorales en Comunicación: Seminario transversal y transdisciplinar sobre epistemología y metodología aplicadas a la investigación en comunicación (12 h.) + Seminario de difusión científica en publicaciones de impacto (10 h.). Universidad de Cádiz. Jerez de la Frontera, abril de 2022.
17. 5th International Academic and Professional Congress on Happiness. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, noviembre de 2021.
18. IV Jornadas de Formación y Empleo: El impacto social de la universidad en la transferencia del conocimiento. ATIC (Asociación de Titulaciones de Información y Comunicación) – UCM (Universidad Complutense de Madrid). Madrid, noviembre de 2021.
19. XX International Congress on Public and Nonprofit Marketing. Universidad de Alcalá, junio de 2021.
20. XXVII Congreso Internacional de la SEP. Sevilla, 27-28 de mayo de 2021.
21. X Asamblea Anual de PLATCOM - Plataforma de Revistas de Comunicación. Salamanca, 24 de mayo de 2021.
22. Jornada Décimo Aniversario de index.comunicación. Las revistas científicas y la transferencia del conocimiento. Universidad Rey Juan Carlos. Noviembre 2020.
23. I Congreso Internacional Nodos del Conocimiento. Sevilla, 10-11 diciembre de 2020. Universidad de Sevilla.
24. International Conference on Tourism, Technology and Systems (ICOTTS'20) Congreso Internacional de Innovación en Comunicación Medios Audiovisuales. 29th to 31th of October 2020. Cartagena de Indias, Colombia. Universidad de Cartagena & International Association for Digital Transformation and Technological Innovation (IADITI).
25. I Congreso Internacional de Innovación en Comunicación Medios Audiovisuales. Salamanca, 20-23 de octubre de 2020. Universidad de Salamanca y Universidad de Alicante.
26. I Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales en la Sociedad de la Información. Madrid, 6-7 de febrero de 2020. Universidad Complutense de Madrid.
27. II Congreso Internacional Comunicación y Filosofía: una convergencia necesaria. Priego de Córdoba, 22-23 de noviembre de 2019. Universidad de Sevilla.
28. I Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior: un reto para las Áreas de Conocimiento". 20 - 22 de noviembre de 2019. Madrid - Universidad de Almería y Sociedad Científica de Investigación en Ciencias de la Salud, Psicología y Educación.
29. III Jornadas Científicas de Comunicación Organizacional, Nuevas Formas de Publicidad y Relaciones con los Públicos. AE-IC (Asociación Española de Investigadores en Comunicación). Sevilla, 30 y 31 de octubre de 2019.
30. Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2019.
31. II Jornadas Científicas de Calidad y Retos Informativos. AE-IC (Asociación Española de Investigadores en Comunicación). 3 y 4 de octubre de 2019.

32. I DEBATv, Congreso Internacional sobre Debates Electorales Televisados y Nuevas Formas de Comunicación Política: Los Debates Electorales a Debate". Vigo, 30 de septiembre – 1 de octubre de 2019. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad de Vigo.
33. 'Children and Adolescents in the era of Smart Screens: Risks, threats and opportunities reloaded'. International Off-year Congress ECREA-CYM-2019, 19th-20th September 2019, Salamanca, Spain. ECREA, CHILDREN-YOUTH-MEDIA (CYM).
34. I Jornadas de Innovación Docente y Proyectos Estudiantiles. Vicerrectorado de Estudiantes- Universidad de Sevilla. 29 - 31 de mayo de 2019.
35. VII Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales Retos de la tecnología en los ámbitos de la Sociedad. CESINE – Icono 14. Santander, 9-10 de mayo de 2019.
36. I Congreso de la Edición Académica. Universidad de Cádiz. Diciembre de 2018.
37. Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2018.
38. III Congreso internacional Comunicación y pensamiento. Universidad de Sevilla. Marzo de 2018.
39. III Simposio internacional sobre gestión de la comunicación - XESCOM. Universidad de A Coruña. Marzo 2018.
40. X Meeting Berkeley Method of Entrepreneurship: Design x Startups. University of California Berkeley. Diciembre 2017.
41. Winter showcase on entrepreneurship – Invention corps. University of California Berkeley. Diciembre 2017.
42. IX Congreso Internacional de Ciberperiodismo: La innovación y el emprendimiento al servicio de las audiencias. EHU / Universidad del País Vasco. Noviembre de 2017.
43. Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2017.
44. Creative industries global conference. Universidad de Alicante. Noviembre – diciembre de 2017.
45. Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2016.
46. Congreso Internacional de la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2014.
47. International PR 2013 Conference – BCN Meeting Com. Competing identities: The state of play of PR in 2010s. Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, 2013.
48. I Congreso Internacional INFOXICACIÓN. Mercado de la información y psique. Universidad de Sevilla. Noviembre de 2013.
49. I Jornadas de Orientación y Acción Tutorial de la Universidad de Sevilla. Universidad de Sevilla. Octubre de 2013.
50. 3ª Jornada Institucional de Docents de la UOC. Universitat Oberta de Catalunya. Julio de 2013.
51. III Foro de Profesores de RR.PP. de España: Formación e Innovación." Universidad de Málaga. Málaga, enero-febrero 2013.
52. IV Destination Branding & Marketing Conference. Cardiff Metropolitan University. Cardiff, December of 2012.
53. Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2012.
54. AVANCA | CINEMA Conferência Internacional de Cine – Arte, Tecnología, Comunicación. Un. Aveiro / Un. Coimbra. Avanca (Portugal), julio 2012.
55. III Encuentro Iberoamericano de Narrativas Audiovisuales. I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV). Universidad de Málaga – Universidad de Sevilla. Málaga - Sevilla, mayo 2012.
56. VII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas. Universidad de Sevilla. Sevilla, marzo 2012.
57. II Jornadas internacionales de comunicación y sociedad: Cine y publicidad. Universidad de Girona. Girona, 2011.
58. III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: La comunicación pública, secuestrada por el mercado. Universidad de La laguna. La laguna, 2011.
59. Cine y Educación. Universidad Internacional de La Rioja – Universidad San Pablo Ceu – Asociación Cinemanet. 14, 15 y 16 de octubre. Madrid, 2011.
60. International PR 2011 conference – BCN Meeting com. 28 y 29 de junio. Barcelona. Universitat Oberta de Catalunya.
61. Congreso Investigar la comunicación en España. 13 y 14 de abril. Madrid. Universidad Rey Juan Carlos.

62. V Simposio de Profesores Universitarios de Creatividad Publicitaria: "Creatividad publicitaria y nuevas formas de comunicación". 25 y 26 de febrero. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.
63. I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación: "Investigar la comunicación". 30, 31 de enero y 1 de febrero de 2008. Universidad de Santiago de Compostela.
64. XXII Congreso Internacional de Comunicación: Periodismo económico: viejos y nuevos desafíos. 15 y 16 de noviembre de 2007. Universidad de Navarra.
65. IV Congreso de Comunicación y Realidad: Las encrucijadas de la comunicación: límites y transgresiones. 25 y 26 de mayo de 2007, Universidad Ramón Llul.
66. IV Congreso Internacional de Ocio Joven – Ocio y creatividad. 26, 27 y 28 de abril, INJUVE – Universidad de Alicante, UNED, CEU – Elche.
67. III Congreso Internacional de Relaciones Públicas e Investigación: Las Relaciones Públicas en la sociedad del conocimiento. 21, 22 y 23 de marzo de 2007, Universidad de Sevilla.
68. IX Congreso Internacional Ibercom: "La televisión digital como soporte para la comunicación publicitaria". 15 – 18 de noviembre, Universidad de Sevilla.
69. XXI Congreso Internacional de Comunicación: "Los jóvenes y el nuevo escenario de la comunicación". 9 – 10 de noviembre, Universidad de Navarra.
70. IV Encuentro Iberoamericano sobre estrategias de comunicación: "Avances en la nueva teoría estratégica. De las palabras a los hechos". 20, 21 y 22 de septiembre, Granada.
71. Workshop internacional "Jovens, marcas e estilos de vida". 14 y 15 de septiembre, Oporto – Universidade Fernando Pessoa.
72. III Simposio de Profesores Universitarios de Creatividad Publicitaria: "Revisemos las teorías de la creatividad". 24 y 25 de marzo, Barcelona, Universidad Ramón Llul.

TESIS Y TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN

Tesis doctorales

1. Co-Directora de Tesis Doctoral: Concepción, gestión y desarrollo de campañas de comunicación y publicidad institucional en el ámbito cultural. Análisis de eficacia de campañas de concienciación y fomento de la lectura y apoyo a la educación. Doctorando: Pablo Morillo Pérez. En curso. Codirectora: Dra. Dña. Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (UPO). Fecha de lectura estimada: 2025.
2. Co-Directora de Tesis Doctoral: Nuevos formatos y lenguajes periodísticos: la inteligencia artificial aplicada a la producción informativa en España. Doctoranda: Sofía Jaureguiberría. En curso. Codirectora: Dra. Dña. Aránzazu Román San Miguel (US). Fecha de lectura estimada: 2025.
3. Co-Directora de Tesis Doctoral: Construcción narrativa del universo femenino en el cine de autor latinoamericano dirigido por mujeres en la última década. Doctoranda: Claudia González Catalán. En curso. Codirectora: Dra. Dña. María del Mar Ramírez Alvarado (US). Fecha de lectura estimada: 2025.
4. Co-Directora de Tesis Doctoral: La organización de festivales cinematográficos como técnica de relaciones públicas. El caso del festival de Cine Europeo de Sevilla. Universidad de Sevilla. Doctorando: José Vázquez González. En curso. Codirectora: Dra. Dña. Marta Pulido Polo (US). Fecha de lectura estimada: 2025.
5. Co-Directora de Tesis Doctoral: Análisis de las fakes news en la comunicación corporativa y publicitaria. Una perspectiva comparada entre España y Portugal. Doctoranda: Sónia Gómez Gonzcalves. En curso. Codirectora: Dra. Dña. María Trinidad Núñez Domínguez (US). Fecha de lectura estimada: 2024.
6. Co-Directora de Tesis Doctoral: El papel de las relaciones públicas en el lobby progestación subrogada en España. Periodo 2015-2020. Universidad de Cádiz. Doctoranda: Rosario Marín Pinilla. En curso. Codirectora: Dra. Dña. Lucía Caro Castaño (UCA). Fecha de lectura estimada: 2024.
7. Co-Directora de Tesis Doctoral: Efectos y Usos de las Redes Sociales y Entornos Digitales en la Comunicación de las Hermandades y Cofradías de la Archidiócesis de Sevilla. Doctorando: Pablo González Sánchez. En curso. Codirectora: Dra. Dña. Carmen Silva Robles (UOC). Fecha de lectura estimada: Enero 2024.
8. Co-Directora de Tesis Doctoral: El caso MasterChef España en el panorama de la televisión pública española. Revisión analítica del formato desde la perspectiva de su intención publicitaria y consecuencias legales. Universidad de Sevilla. Doctoranda: Isabel Palomo Domínguez. Defensa: 30 de julio de 2021. Codirector: Dr. D. Fernando Infante del Rosal (US).

9. Co-Directora de Tesis Doctoral: El arte como propaganda: Estudio del Barroco como herramienta política en Sevilla. Universidad de Sevilla. Doctoranda: Elena Bellido. Defensa: 7 de mayo de 2020. Codirector: Dr. D. Antonio Pineda Cachero (US).
10. Co-Directora de Tesis Doctoral: Análisis de la publicidad gráfica y del packaging en el sector juguetero desde 1980 hasta 2016. Universidad de Sevilla. Doctoranda: Elena Estévez. Defensa: Julio de 2018. Codirector: Dr. D. Antonio Checa Godoy (US)
11. Directora de Tesis Doctoral: Community Manager: Identificación, definición y situación en el panorama socio-mediático actual. Universidad de Sevilla. Doctoranda: Carmen Silva Robles. Defensa: Enero de 2016.

Tribunal de tesis doctorales

1. (Vocal) controversias en el pos-acuerdo de colombia: estudio comparativo de las representaciones fotográficas en medios digitales de españa y de colombia (2018). Doctoranda: Dña. Mireya Barón Pulido. Director: Juan Manuel Barceló Sánchez. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2023.
2. (Secretaria) Análisis de la difusión de la investigación científica en comunicación en la universidad española. Doctoranda: Dña. Telva Martel Casado. Directores: Carlos de las Heras Pedrosa y M. Carmen Jambrino Maldonado. Universidad de Málaga. Mayo de 2023.
3. (Vocal) Transferencia e innovación aplicada a la industria audiovisual española: propuesta de un nuevo modelo de negocio para las salas de cine de Madrid. Doctorando: D. Pablo Manuel Martín Antoranz. Directores: Francisco Cabezuelo Lorenzo y Ángel Bartolomé Muñoz De Luna. Universidad Complutense de Madrid. Mayo de 2023.
4. (Vocal) Transferencia e innovación digital en comunicación educativa: Análisis de los procesos de transformación y gestión de la comunicación de las escuelas durante la pandemia de la Covid-19. Doctorando: D. Álvaro Varona González. Directores: Ángel Bartolomé Muñoz De Luna, Roberto Gamonal Arroyo y Francisco Cabezuelo Lorenzo. Universidad Complutense de Madrid. Abril de 2023.
5. (Vocal) Neurocomunicación Constructiva Interactiva: El Neurointeractor. Doctoranda: Dña. Marina Rodríguez Martín. Director: Ángel Luis Rubio Moraga. Universidad Complutense de Madrid. Abril de 2023.
6. (Vocal Suplente) Commodification of Celebrity Endorsements to Humanitarian Sentiments: A Case Study of Africa. Doctoranda: Dña. Shahinaz Herham Mabrouk Elsamadoni. Directora: Mònika Jiménez-Morales. Universitat Pompeu Fabra. Diciembre de 2022.
7. (Vocal) Processo educacional e cultural dos Índios Ticuna: Estudo do impacto sociopolítico causado pela Tríplice fronteira – Brasil, Colômbia e Peru. Doctorando: D. Samuel Rocha de Olivera. Directora: Patricia Margarida Farias Coelho. Universidade Metodista de São Paulo - UESP. São Paulo (Brasil), septiembre de 2022.
8. (Presidenta) La publicidad televisiva en horario protegido. El culto al cuerpo en la publicidad recibida por el público infantil. Doctoranda: Dña. Guadalupe Meléndez González-Haba. Directora: Victoria Carrillo Durán. Universidad de Extremadura. Badajoz, marzo de 2022.
9. (Secretaria) Rostros de la otredad: Construcción de los personajes en las adaptaciones literarias del cine argentino en democracia. Doctorando: Martín Ignacio Heredia Amido. Directores: Dra. María del Mar Ramírez Alvarado y Dr. Francisco García García. Universidad de Sevilla, mayo de 2021.
10. (Vocal) Utilidad de las nuevas tecnologías en la mejora de la comunicación médico-paciente en el área de salud mental: aportaciones de la inteligencia artificial y el procesamiento del lenguaje natural. Doctorando: José Vicente Sancho Escrivá. Director: Dr. D. Carlos Fanjul Peyró. Universidad Jaume I. Castellón, noviembre de 2021.
11. (Vocal) Influence of Celebrity Endorsement on Mature Female Luxury Cosmetic Consumers. Ph.D Student: Leonor Alberola Amores. Ph.D. Director: Dra. Dña. Susana Miquel Segarra - Ph.D. Co-Director: Dra. Dña. Irene García Medina. Universidad Jaume I (Spain) – Glasgow Caledonian University (Uk). Septiembre de 2021.
12. (Vocal) Neurocomunicación digital como herramienta de sensibilización para prevención de suicidios en la población joven. Doctorando: Antonio Leal Jiménez. Director: Dr. D. Antonio Castillo Esparcia. Universidad de Málaga. Febrero de 2020.
13. (Vocal) Modelos para mejorar la competencia comunicativa en los estudiantes universitarios. Caso de estudio universidad ECOTEC. Doctoranda: Odalys Marrero Sánchez. Directores: Dra. Dña. Rachida Mohamed y D. Jordi Xifra. Universidad de Cádiz. Febrero de 2020.
14. (Secretaria) Diez años de la Productora Indaloymedia. Estudio de caso en el contexto de la Estructura de la Información Audiovisual en España y Andalucía (2009-2019). Doctoranda: Nuria Sánchez-Gey Valenzuela. Director: Dr. D. Ramón Reig García. Universidad de Sevilla. Marzo de 2020.
15. (Vocal) Marcas de ficción convertidas en realidad. Análisis de la práctica publicitaria de product placement inverso. Doctorando: Víctor Álvarez Rodríguez. Director: Dr. D. David Selva Ruiz. Universidad de Cádiz. Marzo de 2020.

16. (Presidenta) European luxury fashion brand advertising and marketing relating to nostalgia: a focus on Dolce&Gabbana adverts with a comparison to Italian cinema after World War II. Doctoranda: Pelin Ok. Directora: Dra. Dña. Mónica Jiménez-Morales. Universitat Pompeu Fabra. Diciembre de 2019.
17. (Vocal) Medios publicitarios: Clasificación según las características de la realidad profesional y académica española en la actualidad. Doctoranda: Noelia Cruzado García. Directores: Dr. D. Antonio Pineda Cachero y Dra. Dña. Marina Ramos Serrano. Universidad de Sevilla.
18. (Presidenta) Un análisis de las promociones de ventas al consumidor: los cambios que supone la introducción de los smartphones en esta táctica de marketing. Doctorando: David Román. Directora: Dra. Dña. rene García Medina. Universitat de Vic. Mayo de 2016.
19. (Vocal) Comunicación organizacional en entidades educativas. Doctoranda: Gabriela Katia Papic. Directora: Dra. Dña. Ana Almansa. Universidad de Málaga. Febrero de 2016.
20. (Secretaria) Young prosumers: Niños y adolescentes agentes del cambio social a través de la creación de contenidos digitales. Doctoranda: Paula Herrero Diz. Directores: Dra. Dña. Isabel López Cobo, Dra. Dña. Marina Ramos-Serrano y Dr. D. Javier No Sánchez. Universidad de Sevilla – Universidad Loyola Andalucía. Febrero de 2016.
21. (Vocal) Atributs clau de la contemporaneïtat: actius inspiracionals en els processos creatius, estímuls revulsius en les estratègies de marca. Doctoranda: Marta Marín Anglada. Director: Dr. D. Miquel Tresserras Majó. Blanquerna - Universitat Ramon Llull. Enero de 2016.
22. (Vocal) Las nuevas tecnologías de la información y comunicación al servicio de las franquicias en España. Análisis y diagnóstico. Doctorando: David Blázquez Álvarez. Directores: Dra. Dña. María del Carmen Quiles-Soler y Dr. D. Juan Monserrat-Gauchi. Enero de 2016.
23. (Presidenta) Eficàcia de les apps publicitàries o branded apps de telèfons mòbils. Cas d'estudio a Barcelona i localitats de la mateixa provincia. Doctoranda: Míriam Molina García. Directoras: Dra. Dña. Irene García Medina y Dra. Dña. Zahaira F. González Romo. Universitat de Vic. Septiembre de 2014.
24. (Presidenta) La interactividad de la comunicación digital en la competitividad de las organizaciones y en la maximización de las necesidades y deseos de los individuos cuando asumen el papel de consumidores a través de las redes sociales en Portugal. Un paradigma de marketing. Doctorando: Pedro Alvaro Correia Pereira. Directora: Dra. Dña. Irene García Medina. Universitat de Vic. Septiembre de 2012.
25. (Vocal) Els joves adults com a consumidors i target dels mitjans publicitaris. Doctoranda: Mireia Montaña Blasco. Directora: Dra. Dña. Mònika Jiménez Morales. Universitat Pompeu Fabra. Diciembre de 2012.
26. (Secretaria) La comunicación a través del vídeo streaming. Análisis del caso Youtube. Doctorando: David Polo Serano. Director: Dr. D. Víctor Herrero Solana. Universidad de Granada. Enero de 2011.
27. (Secretaria) El Consejo Regulador del Brandy de Jerez: La Denominación Específica como estrategia de gestión de las relaciones públicas. Doctoranda: Marta Pulido Polo. Directores: Dr. D. Antonio Leal Jiménez y Dra. Dña. María Teresa Otero Alvarado. Julio de 2011.

Dirección de Tesinas de investigación / TFM

- 2022 TFM: Plan de comunicación para el Ayuntamiento de Miramar. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Gracia M^a Morant Moreno.
- 2022 TFM: Sostenibilidad, RSC y greenwashing en la industria del fast fashion. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Dafne Caballero Faucón.
- 2022 TFM: Plan de Comunicación para RGV Madrid. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Estela Grasa Puyalto.
- 2021 TFM: Evolución de la estrategia de rendición de cuentas de la Alcaldía Distrital de Barranquilla 2012-2021. Consideraciones y recomendaciones. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Liliana de la Cruz Martínez.
- 2021 TFM: Granada Film Festival. Cómo organizar un festival de cine como elemento cultural. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Laura Riquelme Cabrera.
- 2021 TFM: Análisis de la comunicación digital en la industria de la moda. El caso español de Laagam. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Idoia Begiristain Iparragirre.
- 2021 TFM: Comunicación corporativa: Igualdad de género y lenguaje inclusivo. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Paloma Vigre Notario.
- 2021 TFM: La comunicación entre las pequeñas y medianas empresas (PYME). Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumno: Richard Veramendi Oliva.
- 2020 TFM: El papel de la arquitectura en el visual merchandising como parte integral del plan estratégico de la comunicación para eventos. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Rita González Marzal.

- 2020 TFM: Plan de Comunicación Corporativa en Grupo Castilla. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Irene Navarrete Villarreal.
- 2020 TFM: La figura de la wedding planner. Diseño y organización de una boda. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Candela García Herrera.
- 2020 TFM: La transformación digital en los eventos. ¿Necesidad o tendencia? Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Andrea García Sánchez.
- 2020 TFM: Plan de Comunicación del A. D. Alcorcón. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumno: Pablo Santos Puertas.
- 2020 TFM: Escritura persuasiva. De la publicidad a la comunicación corporativa. El caso de Westwing. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Leyre Ruiz Acín.
- 2020 TFM: La unión entre las relaciones públicas y el séptimo arte. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumno: Juan Francisco De Dios Larrosa.
- 2019 TFM: Reino de juguetes: ¿semilla de un nuevo triángulo friki en Barcelona? Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Noelia Vida Marín
- 2019 TFM: Plan de Comunicación del Colegio Santa Dorotea de Barcelona. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Cristina Crespo Blanco.
- 2019 TFM: Análisis del impacto económico y/o turístico de la organización de bodas en la zona del Caribe. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Eva Pineda Castañedo
- 2019 TFM: Plan de Comunicación de la Consejería del Sector Primario de Gran Canaria. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Ana Sánchez Martínez.
- 2019 TFM: Plan de Comunicaciones Asobolsa. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Sandra Milena López Rojas.
- 2019 TFM: OUREAMAG: Viviendo, creando y compartiendo aventuras. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumno: José Pérez Clara.
- 2019 TFM: Plan de Comunicación POMPEII. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Ana Crespo González.
- 2019 TFM: Plan de Comunicación PETRONOR. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Ainhara Amuxastegui Hidalgo.
- 2019 TFM: Plan de Comunicación de Intrépida. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumno: Álvaro Madrigal Barón.
- 2018 TFM: Plan de comunicación para el Real Betis Energía Plus. Universidad de Sevilla (US). Alumna: Naomi Moyano Bouzada.
- 2018 TFM: El papel de la mujer en el arbitraje deportivo. Estudio de caso. Universidad de Sevilla (US). Alumna: Carmen Paz Cabrera.
- 2018 TFM: Plan de comunicación de Siderit. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Elisa Castaño Izquierdo.
- 2018 TFM: Influencia de la tecnología en la comunicación organizacional interna. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Isabel González Boudet.
- 2018 TFM: Análisis de las emociones en la comunicación organizacional. Consecuencias a nivel corporativo. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Lorena Villanueva Jiménez.
- 2018 TFM: Plan de comunicación de Ciudadanos en la Comunitat Valenciana del año 2018. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Alba Garrido Martí.
- 2018 TFM: Plan de comunicación Visafe2015. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Silvia Fernández González.
- 2017 TFM: La figura del deportista como modelo publicitario. Análisis documental y bibliográfico. Universidad de Sevilla (US). Alumna: M^a del Mar Romero Llorca.
- 2017 TFM: Plan de Social Media para "Las Costuras del Cine". Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Rosalía Gago Pousada.
- 2017 TFM: Plan de Comunicación Estratégica para la asociación Juneren Hegoak. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Janire Zubizarreta Labaka
- 2017 TFM: Tàndem Wedding Planner. Pla de comunicació. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumna: Ariadna García Ros.
- 2013 TFM: Arte 2.0 en Madrid. Un estudio exploratorio de su comunicación. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Alumno: Leticia Núñez Pérez.
- 2012 Trabajo de Investigación y DEA: Community Manager: Identificación, definición y situación en el panorama socio-mediático actual. Universidad de Sevilla. Doctoranda: Carmen Silva Robles.
- 2010 Tesina pre-doctoral: El surrealismo en la obra de Julio Medem. Universidad de Cádiz. Doctoranda: M^a Carmen García Benítez. En curso.

- 2010 Tesina pre-doctoral: La imagen de la prensa escrita local: El caso de la ciudad de Cádiz. Universidad de Cádiz. Doctoranda: Ana Dolores Mejías Castaño.
- 2009 Practicum Fin de Carrera: Gestión de la comunicación en tiempos de crisis: El caso Nestlé. Alumno: Leticia Valcárcel Rodríguez. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- 2008 Tesina Fin de Carrera: El uso del deporte en la publicidad televisiva. University of Wales - Centro Andaluz de Estudios Empresariales: Alumno: Alfredo de la Cerda García.
- 2008 Tesina Fin de Carrera: Conocimiento y utilidad de la publicidad exterior: Análisis del medio. University of Wales - Centro Andaluz de Estudios Empresariales: Alumno: Antonio Rodríguez Agulla.
- 2008 Tesina Fin de Carrera: El reflejo de las tendencias en la publicidad gráfica. University of Wales - Centro Andaluz de Estudios Empresariales: Alumna: Rocío Márquez Espino.

[HISTORIAL Y EXPERIENCIA DOCENTE]

DOCENCIA UNIVERSITARIA: LICENCIATURA / GRADO

Universidad de Sevilla.

Catedrática de Universidad - Departamento de CAV y Publicidad:

- 2023/Act. Asignatura "Tª del Consumo Digital" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2023/Act. Asignatura "Dirección de TFG" (4 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2023/Act. Asignatura "Tutorización académica de prácticas externas" (2 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.

Profesor Titular de Universidad - Departamento de CAV y Publicidad:

- 2019/2023 Asignatura "Tª del Consumo Digital" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2019/2023 Asignatura "Dirección de TFG" (3 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2018/2023 Asignatura "Tutorización académica de prácticas externas" (2 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2019/2022 Asignatura "Contexto Artístico de la Publicidad" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2019/2022 Asignatura "Comunicación en el Punto de Venta" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2019/2020 Asignatura "Promoción de Venta y Consumo" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.

Profesor Contratado Dr. - Departamento de CAV y Publicidad y Literatura:

- 2017/2018 Asignatura "Comunicación en el Punto de Venta" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2016/2018 Asignatura "Tª del Consumo" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2014/2018 Asignatura "Tutorización académica de prácticas externas" (2 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2014/2018 Asignatura "Dirección de TFG" (3 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2013/2016 Asignatura "Gestión Publicitaria de los Espacios Comerciales" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2011/2013 Asignatura "Comunicación Publicitaria y Espacios Comerciales" (12 créditos). Facultad de Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.
- 2012/2013 Asignatura "Gabinetes de Comunicación" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2011/2018 Asignatura "Redacción Publicitaria" (12 créditos). Facultad de Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.
- 2011/2012 Asignatura "Tª e Hª del Cartel Publicitario" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Publicidad y RR.PP.
- 2011/2012 Asignatura "Tª de la Publicidad y las RR.PP." (6 créditos). Facultad de Comunicación. Grado en Periodismo.

Profesor Ayudante Dr. - Departamento de CAV y Publicidad y Literatura:

- 2009/2011 Asignatura "Formas de la Comunicación Publicitaria" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP. y Licenciatura en Comunicación Audiovisual de la Universidad.
- 2009/2011 Asignatura "Comunicación Publicitaria y Espacios Comerciales" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP. y Licenciatura en Comunicación Audiovisual.

GLORIA JIMÉNEZ-MARÍN

Research ID: E-5845-2010 | ID orcid.org/0000-0003-0252-3975 | Scopus ID: 55580687600
GS: <https://scholar.google.es/citations?user=pNLUjXUAAA&hl=es>

[27/42]

Profesor Asociado - Departamento de CAV y Publicidad y Literatura:

- 2009/2010 Asignatura "Estructura de la Publicidad" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.
- 2008/2009 Asignatura "Teoría de la Publicidad y las RR.PP." (9 créditos). Facultad de Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.
- 2008/2009 Asignatura "Producción Publicitaria" (1 crédito). Facultad de Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.
- 2008/2009 Asignatura "Formas de la Comunicación Publicitaria" (6 créditos). Facultad de Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.

Profesor Asociado - Departamento de Organización de empresas y marketing:

- 2008/2009 Asignatura "Informática Aplicada a la Gestión" (6 créditos ECTS). Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Osuna. Universidad de Sevilla.

Universidad Oberta de Catalunya

Consultora – Programa de Licenciatura en Publicidad y RR.PP.

- 2006/2014 Asignatura: "Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas II" (5 créditos ECTS). Consultora – Programa de Grado en Comunicación
- 2011/2014 Asignatura: "Sistemas y Procesos de las Relaciones Públicas" (5 créditos ECTS).

Universidad de Cádiz

Profesor Asociado - Departamento de Comunicación y marketing (antiguo Departamento de Economía de la Empresa):

- 2007/2009 Asignatura "Creatividad Publicitaria" (12 créditos ECTS). Facultad Ciencias Sociales y de la Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.
- 2007/2009 Asignatura "Teoría de la Publicidad" (6 créditos ECTS). Facultad Ciencias Sociales y de la Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.
- 2008/2009 Asignatura "Teoría y Técnicas de las RR.PP." (6 créditos ECTS). Facultad Ciencias Sociales y de la Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.
- 2007/2008 Asignatura "Técnicas de Medición de la Investigación Publicitaria" (6 créditos ECTS). Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Licenciatura en Publicidad y RR.PP.

Universidad de Huelva

Profesor Asociado - Departamento de Administración de empresas y marketing:

- 2006/2009 Asignatura "Publicidad y Promoción de las Actividades Turísticas" (4 créditos ECTS). Facultad de CC. Económicas y Empresariales. Diplomatura de Turismo.
- 2006/2009 Asignatura "Principios de Marketing" (8 créditos ECTS). Facultad de CC. Económicas y Empresariales. Diplomatura de Turismo.

Centro Andaluz de Estudios Empresariales.

Profesor Externo – Programa de Grado en Publicidad y RR.PP.

- 2007/2010 Asignatura "Redacción Publicitaria" (4 créditos ECTS). Grado de Publicidad y RR.PP.
- 2007/2008 Asignatura "Medios de Comunicación Publicitaria" (4 créditos ECTS). Grado de Publicidad y RR.PP.

DOCENCIA UNIVERSITARIA: POSTGRADO

- 2022/Act. Docente en el Máster Oficial en Publicidad y Gestión de Contenidos. Asignatura "Emprendimiento en el Sector de la Creatividad" (2 créditos). Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2013/Act. Docente en el Máster Oficial en Escritura Creativa. Asignatura "Estrategias de Comunicación Editorial y Gestión de Originales" (2 créditos). Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2021 Docente en el módulo de "Comunicação não verbal" con la master class "Arquitetura Corporativa Comercial". Programa de Mestrado em Ciências Humanas da Universidade Santo Amaro – UNISA. Mayo 2021.
- 2018 Docente en la master class "Digital innovations in customer behavior tracking: A practical approach to purchase intent in online travel agencies". University of California Berkeley – Universidad de Monterrey – Universidad de Sevilla. Febrero de 2018.
- 2016/2022 Docente en el Máster universitario de Comunicación corporativa, protocolo y eventos. Dirección de TFM. Universitat Oberta de Catalunya.
- 2013/2020 Directora del Máster Propio – Emprendedores en Comunicación y Moda. Centro de Formación Permanente - Universidad de Sevilla.
- 2013/Act. Docente en el Máster Emprendedores en Comunicación y Moda. Asignatura: Gestión de la publicidad. Centro de Formación Permanente - Universidad de Sevilla.
- 2013/Act. Coordinadora de módulo en el Máster Emprendedores en Comunicación y Moda. Asignatura: Gestión de la publicidad. Centro de Formación Permanente - Universidad de Sevilla.
- 2013/Act. Miembro de la Comisión Académica del Máster Emprendedores en Comunicación y Moda. Centro de Formación Permanente - Universidad de Sevilla.
- 2013/Act. Tutora de alumnos en el Máster Emprendedores en Comunicación y Moda. Centro de Formación Permanente - Universidad de Sevilla.
- 2013/2018 Docente en el Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional. Asignatura: Gestión de la publicidad en el punto de venta. Universidad de Sevilla.
- 2013/Act. Docente en el Máster en Periodismo Deportivo. Asignatura: Gestión de la publicidad. Universidad de Sevilla.
- 2013/2014 Docente en el Máster en Planificación y Gestión de Cuentas Publicitarias. Universidad de Sevilla.
- 2012/2013 Directora del Curso de Experto Universitario en Diseño de Espacios Comerciales: Visual Merchandising, Escaparatismo y Gestión del punto de venta. Universidad de Sevilla.
- 2012/2013 Docente del Curso de Experto Universitario en Diseño de Espacios Comerciales: Visual Merchandising, Escaparatismo y Gestión del punto de venta. Universidad de Sevilla.
- 2012/2015 Docencia en el módulo "Publicidad" en el Máster Oficial en Comunicación y Cultura. Departamento de Periodismo I. Universidad de Sevilla.
- 2009/2010 Docencia y coordinación del módulo "Estrategias de comunicación y creatividad publicitaria" en el Máster Oficial en gestión estratégica e innovación en comunicación. Máster oficial interuniversitario Universidad de Cádiz – Universidad de Málaga.
- 2009/2010 Docencia y coordinación del módulo "La publicidad en las empresas audiovisuales" en el Máster Universitario de Gestión de empresas audiovisuales. Universidad de Sevilla.

MATERIAL DOCENTE

- 1718 Material didáctico de la asignatura Estrategias de comunicación editorial y gestión de originales. 4º curso de Máster universitario en Escritura creativa. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 1718 Material didáctico de la asignatura Tª del consumo. 4º curso de Grado en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 1718 Material didáctico de la asignatura Comunicación Publicitaria en Espacios Comerciales. 4º curso de Grado en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 1617 Material didáctico de la asignatura Estrategias de comunicación editorial y gestión de originales. 4º curso de Máster universitario en Escritura creativa. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 1617 Material didáctico de la asignatura Tª del consumo. 4º curso de Grado en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 1617 Material didáctico de la asignatura Comunicación Publicitaria en Espacios Comerciales. 4º curso de Grado en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.

- 1415 Material didáctico de la asignatura Comunicación Publicitaria en Espacios Comerciales. 4º curso de Grado en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 1314 Avilés, E.; de Semir, M.; Estanyol, E.; Garcia, E.; Jiménez-Marín, G. (2013). Guías Prácticas. Material docente de la asignatura Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas II. Universitat Oberta de Catalunya.
- 1314 Avilés, E.; de Semir, M.; Estanyol, E.; Garcia, E.; Jiménez-Marín, G. (2013). Guies Pràctiques. Material docente de la asignatura Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas II. Universitat Oberta de Catalunya.
- 1112 Material didáctico de la asignatura Redacción publicitaria. 2º curso de Grado en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 1112 Material didáctico de la asignatura Teoría e Historia del cartel publicitario. 3º curso de Licenciatura en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 1112 Material didáctico de la asignatura Comunicación publicitaria y espacios comerciales. 5º curso de Licenciatura en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 1011 Material didáctico de la asignatura Comunicación publicitaria y espacios comerciales. 5º curso de Licenciatura en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 0910 Material didáctico de la asignatura Comunicación publicitaria y espacios comerciales. 5º curso de Licenciatura en Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 0809 Material didáctico de la asignatura Formas de la comunicación publicitaria – Estructura de la Publicidad y las RR.PP. – Teoría de la Publicidad y las RR.PP. 2º y 3º curso de Licenciaturas en Periodismo y Publicidad y RR.PP. Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.

PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE

- 2021/2022 Participación como equipo de trabajo en el Proyecto de Innovación Educativa de la convocatoria del III Plan Propio de Docencia de la Universidad de Sevilla en su Acción 1.2.3. (Apoyo a la coordinación e innovación docente y a los planes de orientación académica y profesional): RECURSOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL EN EL ÁMBITO DE LAS TITULACIONES DE GRADO Y MÁSTER DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN. IP: Ramírez-Alvarado, M.M. Universidad de Sevilla.
- 2021/2022 Coordinadora y participación del Proyecto de Innovación Educativa INMERSIONES ESTÉTICAS. EL ARTE EN LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. III Plan Propio de Docencia de la Universidad de Sevilla (Acción 1.2.3. - Apoyo a la coordinación e innovación docente y a los planes de orientación académica y profesional). Universidad de Sevilla. 3.800€.
- 2019/2020 Participación en el proyecto "Encuentros con Profesionales. VI Edición. + PAPER AWARDS" – III Plan Propio de Docencia III Plan Propio de Docencia (ACUERDO 4.1/Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla de 21-12-16), en su Acción 1.2.3 (Apoyo a la coordinación e innovación docente, Modalidad B: Redes de Colaboración para la Innovación Docente). Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. 3.300 €.
- 2019/2020 Coordinación del Proyecto de Innovación Docente: Encuentros con profesionales – PAPER AWARDS". III Plan Propio Docencia US. Universidad de Sevilla.
- 2018/2019 Coordinación del proyecto "Tutoriales para Prácticas en Comunicación" – III Plan Propio Docencia US. Universidad de Sevilla. 2.450 €.
- 2018/2019 Dirección del proyecto de Apoyo a la Coordinación e Innovación Docente "Encuentros con profesionales. V edición". Universidad de Sevilla. 5.300 €.
- 2017/2018 Dirección del proyecto de innovación docente "Encuentros con profesionales. IV edición". Universidad de Sevilla.
- 2017/2018 Coordinación del proyecto "Prácticas en Comunicación" – III Plan Propio de Docencia. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2015/2016 Dirección de la Acción (II Plan Propio de Docencia): – "Ayudas al emprendimiento: Iniciación y cursos para el fomento del emprendimiento". Universidad de Sevilla.
- 2014/2015 Dirección de la Acción (II Plan Propio de Docencia): – "Ayudas al emprendimiento: Guía de emprendimiento". Universidad de Sevilla.
- 2014/2015 Participación en el proyecto de innovación "ÓPERA como herramienta para asignaturas de Trabajo Fin de Grado colaborativos". II Plan propio de docencia Universidad de Sevilla.
- 2013/2014 Dirección de la Acción (II Plan Propio de Docencia): – "Ayudas para el desarrollo de las prácticas externas". Universidad de Sevilla.
- 2012/2013 Dirección de la Acción (II Plan Propio de Docencia): – "Ayudas al emprendimiento: Acercamiento al emprendimiento". Universidad de Sevilla.

- 2012/2013 Dirección de la Acción (II Plan Propio de Docencia): – “Realización de prácticas externas: Acercamiento al Practicum de Grado”. Universidad de Sevilla.
- 2010/2011 Dirección del proyecto de innovación docente US187 – “Encuentros con profesionales”. Universidad de Sevilla.
- 2009/2010 Codirección del proyecto de innovación docente US69 – “Creación de formatos publicitarios: del qué al cómo”. Universidad de Sevilla.
- 2009/2010 Participación en el proyecto de innovación docente IE-97 – “Creación de un espacio web 2.0 como punto de encuentro para debatir fórmulas de generación de ideas de negocios de comunicación y mejora de la formación en creatividad publicitaria” - Coordinador: Leal Jiménez, Antonio. Universidad de Cádiz.
- 2008/2009 Participación en el proyecto de innovación docente IE-69 – “La Universidad de Cádiz y su entorno profesional en la asignatura Teoría y Técnicas de las RR.PP.” - Coordinadora: Pulido Polo, Marta. Universidad de Cádiz.
- 2008/2009 Participación en el proyecto de innovación docente IE-05 – “Del aula 004 del campus de Jerez a la empresa: Una experiencia de Adaptación al EEES” - Coordinador: Leal Jiménez, Antonio. Universidad de Cádiz.
- 2008/2009 Participación en el proyecto de innovación docente UHD-09 – “La Cooperación Internacional para el Desarrollo a través del Trabajo en Red” - Coordinador: Ferradás Moreira, Enrique. Universidad de Huelva.
- 2007/2008 Participación en el proyecto de innovación docente UHD-08 – “Inclusión de la elaboración de cortometrajes en la programación curricular de los alumnos de la facultad de Ciencias Empresariales” - Coordinador: Ferradás Moreira, Enrique. Universidad de Huelva.

PLANES DE ORIENTACIÓN Y ACCIÓN TUTORIAL

- 2021/2022 Dirección del Plan de Orientación y Acción Tutorial en la Facultad de Comunicación. Vicerrectorado de estudiantes. Universidad de Sevilla.
- 2020/2021 Dirección del Plan de Orientación y Acción Tutorial en la Facultad de Comunicación. Vicerrectorado de estudiantes. Universidad de Sevilla.
- 2019/2020 Dirección del Plan de Orientación y Acción Tutorial en la Facultad de Comunicación. Vicerrectorado de estudiantes. Universidad de Sevilla.
- 2018/2019 Dirección del Plan de Orientación y Acción Tutorial en la Facultad de Comunicación. Vicerrectorado de estudiantes. Universidad de Sevilla.
- 2017/2018 Dirección del Plan de Orientación y Acción Tutorial en la Facultad de Comunicación. Vicerrectorado de estudiantes. Universidad de Sevilla.
- 2016/2017 Dirección del Plan de Orientación y Acción Tutorial en la Facultad de Comunicación. Vicerrectorado de estudiantes. Universidad de Sevilla.
- 2015/2016 Dirección del Plan de Orientación y Acción Tutorial en la Facultad de Comunicación. Vicerrectorado de estudiantes. Universidad de Sevilla.

PONENCIAS / CONFERENCIAS

- 2022 Ponente en el taller de Formación para el cambio cultural y construir un desarrollo profesional y personal basado en la igualdad, realizado en el marco de la Iniciativa de Igualdad “Hacia la igualdad de género en la Facultad de Turismo y Finanzas: Líneas de acción para lograr la igualdad de hecho a partir del diagnóstico de la situación real y percibida por el alumnado”. Facultad de Turismo y Finanzas. Universidad de Sevilla – Vicerrectorado de Servicios Sociales, Campus Saludable, Igualdad y Cooperación – Unidad para la Igualdad. Octubre de 2022.
- 2022 Participante en la mesa redonda: Rol, representación y acción de la mujer en el arte, el diseño y la publicidad. Una perspectiva internacional. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla – Vicerrectorado de Estudiantes. Mayo 2022.
- 2022 Conferencia: Desinformação: as fake news na comunicação empresarial e publicitária. Centro de Linguística da Universidade NOVA de Lisboa (CLUNL). 11 de mayo de 2022.
- 2021 Conferencia: Establecimientos físicos vs. online. El par comunicación-distribución en el conjunto de las 7 variables del mk-mix retail. Business-Go & Cámara de Comercio de Sevilla. Septiembre de 2021.
- 2020 Ponente en el XV CICLO DE MESAS REDONDAS DE ORIENTACIÓN PARA LA TRANSICIÓN A LA UNIVERSIDAD. Universidad de Sevilla – Vicerrectorado de Estudiantes. Marzo 2020.
- 2019 Ponente y moderadora en el XIV CICLO DE MESAS REDONDAS DE ORIENTACIÓN PARA LA TRANSICIÓN A LA UNIVERSIDAD. Universidad de Sevilla – Vicerrectorado de Estudiantes. Febrero 2019.

- 2018 Ponente y moderadora en el XIII CICLO DE MESAS REDONDAS DE ORIENTACIÓN PARA LA TRANSICIÓN A LA UNIVERSIDAD. Universidad de Sevilla – Vicerrectorado de Estudiantes. Febrero 2018.
- 2017 Ponente en el Seminario internacional Tendencias avanzadas de investigación en comunicación: “La investigación en la Publicidad y las RR.PP.”. IV Jornadas Doctorales Internacionales. Escuela de Doctorado – Programa Interuniversitario de Doctorado en Comunicación. Facultad de Turismo. Universidad de Málaga. Noviembre 2017.
- 2017 Ponente en el XII CICLO DE MESAS REDONDAS DE ORIENTACIÓN PARA LA TRANSICIÓN A LA UNIVERSIDAD. Universidad de Sevilla – Vicerrectorado de Estudiantes. Marzo 2017.
- 2015 Ponente en el X CICLO DE MESAS REDONDAS DE ORIENTACIÓN PARA LA TRANSICIÓN A LA UNIVERSIDAD. Universidad de Sevilla – Vicerrectorado de Estudiantes. Marzo 2015.
- 2014 Conferenciante en las II Jornadas de Comunicación y cultura de masas. Entretenimiento y política. con la conferencia “Cine y campañas políticas”. Universidad de Sevilla. Octubre de 2014.
- 2014 Ponente en los XXXIX Cursos de verano de la Universidad de Cádiz en San Roque en el Seminario Branding de moda con la ponencia: “¿Cómo crear universos de marca? Campañas y espacios comerciales. Julio de 2014.
- 2013 Ponente en el II Seminario de Comunicación y Salud con la conferencia: “Representación de la Salud en la Publicidad”. Universidad de Sevilla – Consejería de Salud (Junta de Andalucía).
- 2013 Ponente en el Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia en Universidad: “Docencia universitaria y proyectos de evaluación aplicados. El emprendimiento como modelo de evaluación y aprendizaje”. Universidad Complutense de Madrid. Octubre de 2013.
- 2013 Conferenciante invitado en el curso Técnicas de Comunicación para Pymes, celebrado en Sevilla, con la ponencia: “La comunicación en el punto de venta”. Estrategias de comunicación.
- 2012 Ponente en la actividad formativa “La juventud en Europa – Subproyecto 1 – Escuela – 1ª Edición”. Unión Europea – República Italiana – Provincia della Spezia – Regione Liguria. Sevilla, septiembre de 2012.
- 2012 Ponente en el Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia en Universidad Complutense de Madrid con la ponencia: “La web 2.0 para la mejora de la formación en creatividad publicitaria: un lugar de encuentro”.
- 2011 Ponente en la Taula de Nova Recerca en Universitat Pompeu Fabra. con la conferencia: “Análisis de la comunicación en el pequeño comercio: Un estudio de caso Sevilla – Barcelona”.
- 2011 Conferenciante invitado en el curso El valor de una marca bien gestionada, celebrado en Cádiz, con la conferencia: “Merchandising: comunicación eficaz”. Estrategias de comunicación.
- 2010 Ponente en el I Seminario de Comunicación y Salud: “Me informas, me cuidas” con la conferencia: “Publicidad de productos sanitarios”. Universidad de Sevilla.
- 2010 Ponente en el Seminario: “Los sentidos: Una aproximación multidisciplinar” con la conferencia: “Publicidad emocional: cómo atacar los sentidos en publicidad”. Universidad de Huelva.
- 2008 Ponente invitada en los Cursos de Otoño de la Universidad de Cádiz (UCA): Gestión estratégica de la imagen corporativa en empresas e instituciones con el seminario “Don Quijote de la Mancha: Cómo construir una marca turística”. Cádiz, 17-21 de septiembre de 2008.
- 2005 Ponencia: La importancia del diseño gráfico como variable estratégica empresarial. Cámara de Comercio. Ayuntamiento de Sevilla.
- 2007 Asignatura “Creación de empresas”. Escuela Universitaria de Estudios Empresariales – Cátedra de Emprendedores: Creación de empresas publicitarias.
- 2007 Conferencia: “La arquitectura corporativa como elemento de comunicación”. Cursos de Otoño de la Universidad de Cádiz (UCA): La gestión profesional de la Publicidad y las RR.PP. en la actualidad. Jerez de la Frontera, 17 de septiembre de 2007.
- 2006 Asignatura “Creación de empresas para alumnos sin formación empresarial”. Escuela Universitaria de Estudios Empresariales – Cátedra de Emprendedores: Creación de empresas publicitarias.
- 2005 Asignatura “Creación de empresas”. Escuela Universitaria de Estudios Empresariales – Cátedra de Emprendedores: Creación de empresas publicitarias.

DOCENCIA NO UNIVERSITARIA

- 2008 Docencia (25 h.) en el programa de "Técnicas de comercialización y venta" para la empresa AYFE CONSULTORES en colaboración con la Asociación de Empresarias de Sevilla.
- 2008 Docencia (20 h.) en el programa de "Comercialización para artesanas" para la empresa AYFE CONSULTORES en colaboración con la Asociación de Empresarias de Sevilla.
- 2007 Docencia (90 h.) en el programa de "Gestión de Empresas" para la empresa AYFE CONSULTORES en colaboración con la Asociación de Empresarias de Sevilla.
- 2007 Docencia en el programa de "Comunicación Empresarial" con los módulos de "Teoría de la Publicidad" (50 h.) y "Comunicación Empresarial" (50 h.) para la empresa RAMSA - CONSULTORÍA Y FORMACIÓN.
- 2007 Docencia (50 h.) en el programa de "Técnicas de venta y Escaparatismo" con los módulos de "Merchandising" y "Escaparatismo" para la empresa AYFE CONSULTORES en colaboración con la Asociación de Empresarias de Sevilla.
- 2006 Docencia en el programa de "Comunicación Empresarial" con los módulos de "Teoría de las Relaciones Públicas" (50 h.) y "Comunicación corporativa" (50 h.) para la empresa RAMSA - CONSULTORÍA Y FORMACIÓN.

FORMACIÓN RECIBIDA ORIENTADA A DOCENCIA E INVESTIGACIÓN

- 2022 Curso Básico de Seguridad de la Información para el PDI Ed. 05. Universidad de Sevilla. Octubre 2023. 10 h.
- 2022 Jornada sobre la nueva convocatoria del proceso de evaluación de revistas del sello FECYT. Unión de Editoriales Universitarias Españolas. Febrero 2023. 2 h.
- 2022 Turnitin: programa antiplagio de la US. Biblioteca de la Universidad de Sevilla. Diciembre de 2022. 2 h.
- 2020 Perfiles de autor: fundamentales en su carrera investigadora. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Junio de 2020. 10 h.
- 2020 Mendeley, gestor de referencias. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Mayo de 2020. 8 h.
- 2020 Scopus Topic Search. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología. Ministerio de Ciencia e Innovación. Marzo de 2020. 1,5 h.
- 2020 Scopus genérico. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología. Ministerio de Ciencia e Innovación. Marzo de 2020. 1,5 h.
- 2019 Perfiles de autor: Fundamentos en la carrera investigadora. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Noviembre - diciembre de 2019. 100 h.
- 2019 Office 365 Word 2016. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Noviembre de 2019. 100 h.
- 2019 Office 365 Powerpoint 2016. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Noviembre de 2019. 100 h.
- 2019 Office 365 Outlook web. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Noviembre de 2019. 100 h.
- 2018 Claves para desarrollar la actitud emprendedora del docente universitario. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Junio de 2017. 12 h.
- 2017 Conozca su impacto real: citas, índice h y métricas alternativas. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Junio de 2017. 3 h.
- 2016 Solicitud de sexenios 2016: Indicadores bibliométricos para la obtención de sexenios. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Diciembre 2016. 3 h.
- 2015 Curso Cómo enseñar a ser (más) creativos: Retos y estrategias docentes para la formación en actitudes y habilidades creativas. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Septiembre de 2015. 12 h.
- 2015 Curso Metodología cuantitativa aplicada a la investigación en comunicación. Secretariado de Formación y Evaluación - Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla. Julio de 2015. 15 h.
- 2013 Curso Vídeo digital, códecs y conversiones. Instituto de Ciencias de la Educación (ICE). Universidad de Sevilla. Junio de 2013. 10 h.
- 2013 Curso práctico de Introducción al Adobe After Effects CS6. Instituto de Ciencias de la Educación (ICE). Universidad de Sevilla. Junio de 2013. 16 h.
- 2013 Tendències en les revistes científiques: de les mètriques als models de negoci. Universitat Oberta de Catalunya

- 2013 Projectes de col·laboració de la UOC amb les empreses. Universitat Oberta de Catalunya.
- 2013 ¿Cómo hacer más visibles los resultados de la investigación científica en el área de comunicación? Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2013 La acreditación del profesorado universitario en la ANECA. Universidad de Málaga.
- 2013 Las revistas científicas en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Universidad de Málaga.
- 2013 Los sexenios en el modelo investigador en España. Universidad de Málaga.
- 2012 Dreamweaver. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2012 Inglés práctico para investigadores y docentes en comunicación. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
2016. El plan nacional de I+D+i: Posibilidades de éxito (rama de ciencias sociales y jurídicas). Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2012 La voz aplicada a la docencia en Comunicación. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2012 RODAS (Repositorio de Objetos De Aprendizaje de la Universidad de Sevilla). Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2012 Adobe InDesign. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2012 Pautas para el diseño de proyectos de innovación y mejora docente. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2012 Curso-taller intensivo sobre gestión y formulación de proyectos de cooperación al desarrollo. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2012 E-actividades. Aplicaciones en el ámbito universitario. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2012 Curso "DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES". Confederación de Empresarios de Andalucía. 45 h.
- 2012 Curso "DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES". Confederación de Empresarios de Andalucía. 45 h.
- 2011 Orientaciones para la acreditación: tipos de acreditación, organismos, organización del cv, recursos contra resoluciones (PTU). Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 Introducción al diseño de presentaciones multimedia para la docencia e investigación en comunicación. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 Edición de documentos electrónicos. Adobe Acrobat. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 Inglés práctico: redacción de artículos de investigación en comunicación. 2ª parte. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 Inglés práctico: presentaciones orales para la docencia e investigación en comunicación y periodismo. 2ª parte. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 La experimentación para la investigación en comunicación social. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 Aproximación a la planificación y diseño de la docencia por Internet con WebCt. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 Edición y publicación de páginas web en la US. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 La creación de sitios web de utilidad didáctica. Aplicaciones en el EEES. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 Inglés práctico: redacción de artículos de investigación en comunicación. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 Inglés práctico: presentaciones orales para la docencia e investigación en comunicación y periodismo. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 El método del caso como estrategia de investigación en estudios de comunicación. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 Epistemología y metodología para la investigación en comunicación. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2011 El método del caso en la docencia en los estudios de comunicación. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2010 Gestión de encuestas con la aplicación OPINA. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.

- 2010 Curso Innovación, investigación y desarrollo en Andalucía y la Unión Europea. Divulgación Dinámica.
- 2009 Curso "Administración, gestión y comercialización de empresas. Sector autónomo". Élogos Conocimiento. 270 h.
- 2009 Curso "Marketing personal". Confederación de Empresarios de Andalucía. 50 h.
- 2008 Curso "Técnicas y medios publicitarios". Confederación de Empresarios de Andalucía. 50 h.
- 2008 Curso "Marketing relacional y fidelización de clientes". Confederación de Empresarios de Andalucía. 50 h.
- 2008 Curso "Taller de enseñanza virtual WebCT". Universidad de Huelva.
- 2007 I Jornadas Andaluzas de convergencia europea en Estudios de comunicación. Secretariado de Convergencia Europea. US.
- 2006 Curso "FORMADOR DE FORMADORES - Especialidad Teleformación.". Confederación de Empresarios de Andalucía. 50 h.
- 2006 Curso "FORMADOR DE FORMADORES - Especialidad F.P.O.". Confederación de Empresarios de Andalucía.
- 2006 Curso "COMUNICACIÓN EFICAZ EN LA EMPRESA". Confederación de Empresarios de Andalucía. 50 h.
- 2006 Curso "GESTIÓN DE COMPRAS". Confederación de Empresarios de Andalucía. 50 h.

[HISTORIAL Y EXPERIENCIA EN GESTIÓN UNIVERSITARIA]

- 2021/Act. Directora de Proyecto ALUMNI US. Asociación de Antiguos Alumnos de la Universidad de Sevilla (Dirección de Secretariado). Vicerrectorado de Análisis y Planificación Estratégica. Universidad de Sevilla.
- 2022 Participante en la renovación de la acreditación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (211) de la Universidad de Sevilla en calidad de profesor. Universidad de Sevilla. 03/02/2022.
- 2021 Presidenta de la Asociación Universitaria de Revistas Científicas en Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- 2020 Presidenta de la Asociación Universitaria Paper Awards Association (Universidad de Sevilla).
- 2020 Miembro de la Comisión de Rama de Ciencias Sociales y de la Educación y Económicas y Empresariales (USE-SE+EE) para la Renovación de la Acreditación de los siguientes títulos de la Universidad de Sevilla en calidad de Responsable Titulación. Universidad de Sevilla.
- M.U. en Comunicación Institucional y Política (R.D. 1393/07)
 - M.U. en Comunicación y Cultura (R.D. 1393/07)
- 2020 Miembro de la Comisión de Rama de Ciencias Sociales y de la Educación (RA -USE-AH-V-7T) para la Renovación de la Acreditación de los siguientes títulos de la Universidad de Sevilla en calidad de Responsable Titulación. Universidad de Sevilla.
- M.U. en Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual (R.D. 1393/07)
- 2020 Miembro de la Comisión de Rama de Ciencias Sociales y de la Educación (RA -USE-SE_P_6T) para la Renovación de la Acreditación de los siguientes títulos de la Universidad de Sevilla en calidad de Responsable Titulación. Universidad de Sevilla.
- M.U. en Escritura Creativa (R.D. 1393/07)
- 2018/2021 Vicedecana de Prácticas Externas y Extensión Universitaria en la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2018/2020 Participante en la Red de Referentes para la Convivencia y el Buen trato en la US de la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2016 Miembro de la Comisión de Rama de Ciencias Sociales y de la Educación (SE-USE-1) para la Renovación de la Acreditación del título "Grado en Comunicación Audiovisual" de la Universidad de Sevilla en calidad de Responsable Titulación. Universidad de Sevilla.
- 2014/2018 Creadora y responsable de PrEmCom – Preincubadora de Empresas de Comunicación y Oficina de Apoyo al Emprendedor en la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2014/2018 Miembro de LOGROS, sistema de calidad en los estudios del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad de Sevilla
- 2014/2021 Presidenta de la Comisión de reconocimiento de créditos en la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2014/2021 Presidenta de la Comisión de prácticas en la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2012/2018 Vicedecana de Prácticas en Empresas y Estudiantes en la Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- 2011/2018. Miembro de la Comisión Económica del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla.
- 2011/2016 Secretaria de la comisión de Postgrado del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla.
- 2010/2015 Secretaria del Colegio de Doctores del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla.
- 2010/2015 Secretaria del subárea de Publicidad y RR.PP. del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla.
- 2007/2010 Vocal en el consejo de la Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación (AIJIC).

TRIBUNAL DE PLAZAS

1. Vocal 2. Plaza Profesor Titular de Universidad: Z053/DCI206 (BOE 06-11-23). Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados. Departamento: Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Alcalá. 2024.
2. Vocal 3. Plaza Profesor Titular de Universidad: 077TUN22. Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Málaga. 2023.
3. Secretaria. Plaza Profesor Titular de Universidad: 2/79/22. Área de conocimiento: Periodismo. Departamento: Periodismo II. Perfil: PD: Tecnología y Diseño de la Información Escrita (Grado en Periodismo) / Tecnologías para la Información Escrita (Grado en Comunicación Audiovisual). PI: Tecnologías para la información periodística y Redes sociales; Periodismo Deportivo; Estrategias de Comunicación. Universidad de Sevilla. 2022.
4. Secretaria. Plaza Profesor Titular de Universidad: 2/27/22. Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Perfil: PD: Programación y Técnicas de las Relaciones Públicas (G. Pub. y RR.PP.) / Ceremonial y Protocolo (G. Pub. y RR.PP.). PI: RR.PP., ceremonial y protocolo. Planificación y técnicas de las RR.PP. RR.PP. e indicaciones geográficas. La perspectiva relacional de la organización de actos. Epistemología del ceremonial y el protocolo. Universidad de Sevilla. 2022.
5. Secretaria. Plaza Profesor Contratado Doctor: 6/10/22. Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Perfil: P.D.: Programación y Técnicas de las RR.PP. (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas) / Ceremonial y Protocolo (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas). P.I.: Gestión de la comunicación organizacional e institucional. Planificación y técnicas de las RR. PP. / Organización de actos como técnica de RR.PP. / Ceremonial, protocolo y organización de actos. Universidad de Sevilla. 2022.
6. Secretaria. Plaza Profesor Contratado Doctor: 06/5/20. Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Perfil: P.D.: Gabinetes de Comunicación (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas) / P.I.: Técnicas y procesos de relaciones públicas y comunicación institucional / Nuevas tendencias en gabinetes de comunicación / Análisis de la televisión autonómica local y en Andalucía / Comunicación en temática social y educación / Estrategias de comunicación en la Unión Europea. Universidad de Sevilla. 2020.
7. Secretaria. Plaza Profesor Contratado Doctor: 06/2/18. Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad. Perfil: P.D.: Estrategia publicitaria / Gestión de marca. P.I.: Planificación estratégica, Brand management, cultura popular. Universidad de Sevilla. 2018.

[HISTORIAL Y EXPERIENCIA EN TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO]

- Miembro del comité organizador del concurso Cápsulas de Felicidad por la Paz en Ucrania, patrocinado por la Fundación Campus Tecnológico de Algeciras, el Instituto Universitario de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS), IVECO y la Real Academia de Nobles Artes de Antequera. Junio 2022.
- Registro de Marca (o nombre comercial) de "Ruta de la tapa feliz". Obra colectiva. Oficina Española de Patentes y Marcas. Porcentaje de participación: 11,11%. 8 de marzo de 2023.
- Registro de Marca (o nombre comercial) de "Ecolosofía". Obra colectiva. Oficina Española de Patentes y Marcas. Porcentaje de participación: 25%. 1 de marzo de 2023.
- Registro de Marca (o nombre comercial) de "Nutrifelicidad". Obra colectiva. Oficina Española de Patentes y Marcas. Porcentaje de participación: 25%. 19 de noviembre de 2021.
- Registro de Propiedad Intelectual de "Sello de calidad: Rutas culturales felices". Obra colectiva. Porcentaje de participación: 5,55%. 1 de octubre de 2021.
- Transferencia del conocimiento a través de los medios como consecuencia de las investigaciones:
 - > Sobre la influencia de la comunicación en la salud:
 - Romano, F. (4 de junio de 2023). Relaciones públicas en salud. Conversaciones Integradas - UNLaM: <https://www.youtube.com/watch?v=t7jchkHOZJo>
 - > Sobre la influencia de los medios y la publicidad en la alimentación y salud infantil:
 - Marín, J. (5 de septiembre de 2021). El marketing de alimentos infantiles, un imán peligroso: zumos, galletas o yogures que ocultan un "chute de azúcar". RTVE: <https://www.rtve.es/noticias/20210905/marketing-alimentos-infantiles-meriendas-escolares/2164660.shtml>
 - Wancha, G. (18 de junio de 2021). Más allá del regate de Cristiano a la obesidad: "Hacen falta leyes para proteger a los niños". Sputnik News: <https://bit.ly/3DUZtGP>
 - Sánchez, T. (31 de octubre de 2021). Estudio Código PAOS. Alimento y Salud. RNE5: <https://www.rtve.es/play/audios/alimento-y-salud/alimento-salud-estudio-codigo-paos-liliaceas/6165893/>
 - > Sobre intertextualidad arte – publicidad:
 - Bellido-Pérez, E.; Jiménez-Marín, G. (4 de agosto de 2022). De las películas a Rosalía: el arte que ves en tu día a día (y ni siquiera te has dado cuenta). El Confidencial: https://www.elconfidencial.com/el-grito/2022-08-04/arte-dia-dia_3470754/
 - > Sobre happiness management:
 - Ravina-Ripoll, R. (18 de septiembre de 2022). Hay empresas multinacionales que están invirtiendo en el bienestar de sus trabajadores para conseguir mayores beneficios económicos. Sabemos Digital: <https://sabemos.es/hay-empresas-multinacionales-que-estan-invirtiendo-en-el-bienestar-de-sus-trabajadores-para-conseguir-mayores-beneficios-economicos/>
 - Ravina-Ripoll, R.; Jiménez-Marín, G. (11 de septiembre de 2022). La ruta de la tapa feliz. Sabemos Digital: <https://sabemos.es/la-ruta-de-la-tapa-feliz/>
- Jiménez-Marín, G. y Ramírez Alvarado, M. M. (2019). Guía de Súper-vivencia de la FCom. Universidad de Sevilla. ISBN: 978-84-09-15864-5.
- Jiménez-Marín, G. y Ramírez Alvarado, M. M. (2019). Guía de Prácticas FCom para estudiantes. Universidad de Sevilla. ISBN: 978-84-09-15862-1.
- Jiménez-Marín, G. y Ramírez Alvarado, M. M. (2013). Guía de Emprendimiento en Comunicación. Universidad de Sevilla. ISBN: 978-84-09-24960-2.
- Jiménez-Marín, G. y Ramírez Alvarado, M. M. (2016). Guía de Prácticas FCom para docentes. Universidad de Sevilla. ISBN: 978-84-09-15863-8.
- Socia fundadora de la agencia de comunicación ANAGRAMA COMUNICACIÓN & MARKETING (2003 – 2008), empresa resultado de las acciones de emprendimiento de la OTRI – Premio del III Concurso de Iniciativas empresariales e innovar con la US. Universidad de Sevilla. Modalidad: Empresas Innovadoras.

- Creadora y codirectora de la PrEmCom – Preincubadora de Empresas de Comunicación. SCET - Universidad de Sevilla. 2014/2018.
- Creadora y codirectora de la Oficina de Apoyo al Emprendedor en la Facultad de Comunicación. SCET - Universidad de Sevilla. Resultados: "Iniciación y cursos para el fomento del emprendimiento" – Guía de emprendimiento" – "Acercamiento al emprendimiento". 2014/2018.
- Participación en el proyecto de innovación docente IE-05 – "Del aula 004 del campus de Jerez a la empresa: Una experiencia de Adaptación al EEES" - Coordinador: Leal Jiménez, Antonio. UCA. 2008/2009.
- Docente de la materia "Creación de empresas". Escuela Universitaria de Estudios Empresariales – Cátedra de Emprendedores: Creación de empresas publicitarias. 2005/2007
- Ponencia: "Mejora de la competitividad empresarial: aplicaciones del diseño gráfico". Cámara de Comercio. Ayuntamiento de Sevilla. 2005.
- Evaluadora de la ANEP. 2012, 2016.
- Qué es (y qué no es) el merchandising. Artículo de opinión publicado en la revista de divulgación "Anuncios". Diciembre de 2016.

[OTROS MÉRITOS]

PREMIOS

- 2023 Premio al artículo científico del mes en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla: Elías-Zambrano, R.; Ramírez-Alvarado, M-M.; Jiménez-Marín, G. (2023). Imagen y representación de estereotipos y arquetipos en la ficción audiovisual televisiva española: de Cites a El Pueblo como casos de educomunicación en series. Revista Mediterránea de Comunicación, 14(1), 165-187. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23322>. SJR Q1.
- 2021 Award for the BEST PAPER of the 5th International Academic and Professional Congress on happiness: Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R.; Galiano-Coronil, A. (2021). Análisis de las estrategias de marketing social y comunicación de slow fashion como herramienta de happiness management". 5th International Academic and Professional Congress on Happiness. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, noviembre de 2021.
- 2021 I Premios ATIC de investigación - Dirección: Mejor Tesis Doctoral. Propaganda, arte y comunicación: propuesta teórica y modelo de análisis. Doctoranda: Elena Bellido-Pérez.
- 2013 Diploma al Mejor Profesor de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad de Sevilla.
- 2006 Premio del III Concurso de Iniciativas empresariales e innovar con la US. Universidad de Sevilla. Modalidad: Empresas Innovadoras.
- 2005 Finalista en el III Concurso de emprendedores universitarios de Bancaja.
- 2005 Primer Accésit en el III Concurso de emprendedores Universitarios EOI/July.
- 2002 Tercer Accésit en el III Concurso de iniciativas empresariales de Sevilla. Diputación de Sevilla.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- Consultora profesional externa en materia de comunicación en la empresa STRATEGIAS DE COMUNICACIÓN (2010-2017).
- Consultora profesional externa en materia de canales de distribución y comunicación en el punto de venta en la empresa KENSINGTON (2009 – 2015).
- Socia fundadora de la agencia de comunicación ANAGRAMA COMUNICACIÓN & MARKETING (2003 – 2008).
- Redactora de Revista Gastra - Revista de gastronomía tradicional, editada por Prodetur – Diputación de Sevilla (2005-2008).
- Redactora de Cultures Romania, periódico mensual de ámbito nacional dirigido a la comunidad rumana en España, editado por MoneyGram Internacional (2005 - 2008).
- Colaboradora en estudios de mercado para ASAP OPERACIONAL RESEARCH S.A. (2002 - 2006).
- Labores de copy, diseño y maquetación como Freelance para ARTS & PRESS (2002-2004).
- Responsable de Relaciones Públicas para SVQ COMUNICACIÓN Y DESARROLLO CORPORATIVO (2004).
- Departamento de creatividad en AVANTE DE PUBLICIDAD (2003).
- Redactora, editora y locutora de informativos locales y regionales en la CADENA COPE Huelva (2000).

IDIOMAS

Inglés

- 2018/2019 Tercer curso de Inglés del Instituto de Idiomas de la Universidad de Sevilla. Nivel B2.
- 2017/2018 Segundo curso de Inglés del Instituto de Idiomas de la Universidad de Sevilla. Nivel B1.
- 2017/2018 Taller conversacional "The English workshop B2". Instituto de Ciencias de la Educación. Secretariado de formación y evaluación. Instituto de Ciencias de la Educación. Vicerrectorado de profesorado. Universidad de Sevilla. 14 h. presenciales.
- 2010/2011 Inglés práctico: redacción de artículos de investigación en comunicación. Ediciones I y II. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2010/2011 Inglés práctico: presentaciones orales para la docencia e investigación en comunicación y periodismo. Ediciones I y II. Instituto de Ciencias de la Educación.
- 2008 Curso de INGLÉS DE NEGOCIOS. Doxa formación - 150 h.
- 2006 Curso de INGLÉS NIVEL INTERMEDIO. Doxa formación - 80 h. (2006).

- 2006 Curso de INGLÉS NIVEL AVANZADO. Doxa formación - 200 h. (2006).
- 1999 Primer curso de Inglés del Instituto de Idiomas de la Universidad de Sevilla. Nivel A2.

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Otra formación

- 2012 Prevención ante el dolor de espalda: Escuela de la espalda. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Sevilla.
- 2002 Curso "TALLER DE CÓMIC: GUIÓN Y DIBUJO DE CÓMIC". Avalanche Ediciones.
- 2002 Curso "CREACIÓN DE EMPRESAS". Escuela Superior de Investigación y Comercio (ESIC) - 100 h.
- 2003 Curso de F. P. O.: "TÉCNICO EN ANIMACIÓN Y MULTIMEDIA". Grupo Echevarría & Tecnomedia. 600 h.
- 2002 Curso de Extensión Universitaria: "DISEÑO GRÁFICO POR ORDENADOR. COREL DRAW". Universidad de Sevilla (21 h.).
- 2000 Curso de MECANOGRAFÍA. Infor.Per (200 puls./min).
- 1999 Curso de MARKETING. Amicu Internacional – Fundación Cruzcampo. 10 h.
- 2001 Curso de MICROSOFT OFFICE + INTERNET. Workcenter – IBM. 30 h.

Asistencia a seminarios

- 2009 "La comunicación hoy". (10 h.). US.
- 2008 II Jornadas sobre la "Profesión periodística" (15 h.). US.
- 2003 III Seminario "Poesía hispánica desde el siglo XXI: Luis García Montero". (10 h.).
- 2003 "Jornadas homenaje a J. A. Bardem". (25 h.).
- 2004 Seminario "Relaciones Públicas y Protocolo en la empresa". ARPPA – Universidad de Sevilla. (15 h.).
- 2002 Jornadas "Consumo, Publicidad y Cultura". Universidad de Sevilla – Junta de Andalucía. (20 h.).
- 2002 I Seminario Internacional "Comunicación y migración". (15 h.).
- 2002 Jornadas "Orígenes de la libertad de expresión en Europa". (10 h.).
- 2002 Seminario "El Cine de Hoy". Festival de Sevilla, Cine y Deporte – ASECAN – Diputación de Sevilla. (12 h.).
- 2001 Seminario "Las Relaciones Públicas y el Protocolo en el tercer milenio". ARPPA – Universidad de Sevilla. (15 h.).
- 2001 I Jornadas "Consumo, Publicidad y Cultura". Universidad de Sevilla – Junta de Andalucía. (15 h.).
- 2001 IV Ciclo "La historia en imágenes: El socialismo en Iberoamérica". (20 h.).
- 2001 I Seminario "Poesía hispánica del siglo XXI: Antonio Carvajal". (20 h.).
- 2001 I Jornadas "Cómic, comunicación y cultura". (10 h.).
- 2001 I Seminario "Periodismo cultural en Andalucía". (10 h.).
- 2001 Ciclo "¿Hacia dónde va la radio en Sevilla?". (10 h.).
- 2001 Ciclo "El problema del aborto". Universidad de Sevilla. (10 h.).
- 2001 IV Jornadas de Comunicación "Información y Economía". Confederación de Empresarios de Andalucía. (10 h.).
- 2000 Ciclo "¿Hacia dónde van los periódicos en Sevilla?". (15 h.).
- 1999 I Seminario "Creatividad y Comunicación". Universidad de Sevilla. (20 h.).
- 1999 III Seminario "Escritura y Comunicación Social". (10 h.).
- 1999 II Seminario "Periodismo Taurino". (25 h.).
- 1998 II Foro "Investigación y comunicación". Facultad de Comunicación – Universidad de Sevilla. (10 h.).
- 1998 Seminario "Música cinematográfica y escénica". (20 h.).

Otros

- 2002 Estudiante Interna en el Departamento de Administración de Empresas y Marketing. Universidad de Sevilla.