

Ressenya Personal

Cristina González Oñate és doctora en Comunicació Empresarial e Institucional (Febrer de 2007); licenciada en Publicidad i Relacions Públiques (Juny de 2003); licenciada en Comunicació Audiovisual (Juny de 2007) y Màster en Direcció Estratègica en Comunicació (Juny de 2005) por la Universitat Jaume I.

Ha dedicat bona part del seu treball a la investigació de la continuïtat televisiva i la gestió de marques audiovisuals desde la concepció de la publicitat al mitjà televisiu. Al mateix temps, també es dedica a investigar sobre publicitat digital i, en concret, sobre les marques als Social Media i la gestió de intangibles de les marques territori. Forma part, entre altres, del equip de investigació Neuroengagement and Communication i del grup de "Investigació en tecnologies aplicades a la comunicació audiovisual-(ITACA), tots dos són de la Universitat Jaume I.

En la actualitat es profesora Titular de la assignatura Estrategias de Comunicación en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, Grado de Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual de la Universitat Jaume I mientras colabora en diversos proyectos de investigación del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la misma universidad. También imparte docencia en el Master de Nuevas tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación desde el año 2007 y en el Master de Recursos Humanos de la UJI.

<http://www.encom.uji.es/>

Links

- **Web del Grupo de Investigación ENCOM con descripción del Proyecto de Investigación**

Càrrecs

- Coordinador/a de Pràctiques Externes Internacionals (Dep. de Ciències de la Comunicació)
- Representant CIT

Grups d'investigació i Instituts

- Membre del grup d'investigació **ITACA - Investigació en Tecnologies Aplicades a la Comunicació Visual**
- Membre del grup d'investigació **ENCOM - Vinculació Emocional i Comunicació**

Grups d'innovació educativa

- Membre del grup d'innovació educativa **RIGCIA - Grup d'innovació educativa Rich Group, Comunicació para innovar en el aula**

Docència

Assignatures amb docència

Assignatures	Titulació
CA0922 - Estratègies de la Comunicació	Grau en Comunicació Audiovisual
PE0922 - Estratègies de la Comunicació	Grau en Periodisme
PU0922 - Estratègies de la Comunicació	Grau en Publicitat i Relacions Públiques
PU0931 - Estratègies de Publicitat i Relacions Públiques	Grau en Publicitat i Relacions Públiques

Final de Grau

Grau en Publicitat i Relacions Públiques

**PU0952 - Prácticas
Externas**

Grado en Publicidad y Relaciones
Públicas

**SBP054 - Comunicació
Transmèdia en les
Organitzacions**

Màster Universitari en Noves
Tendències i Processos d'Innovació en
Comunicació (Pla de 2016)

Publicacions en revistes

- ♦ **La influencia de la anglomanía en la jerga de los/las profesionales de la comunicación en España**
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró, Elizabeth Lauren Salvador Ha
HISTORIA Y COMUNICACIÓN SOCIAL. Num. 2. Vol. 26. pp. 603-616. 2021.
Científic.
- ♦ **Consumo televisivo y nivel de interacción y participación social en redes sociales: Análisis de las audiencias millennials en la campaña electoral España**
Cristina González Oñate, Gloria Jiménez Marín, Paloma Sanz Marcos.
PROFESIONAL DE LA INFORMACION. Num. 5. Vol. 29. 2020. Científic.
- ♦ **Campañas institucionales para la prevención del suicidio en España. Análisis del cambio estratégico en su comunicación social: caso Comunidad Valenciana**
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate, Marta del Carmen Santo Mirab
REVISTA MEDITERRÁNEA DE COMUNICACIÓN (ONLINE). Num. 2. Vol. 11
pp. 261-276. 2020. Científic.
- ♦ **Adolescentes y culto al cuerpo: influencia de la publicidad y de Internet en la búsqueda del cuerpo masculino idealizado**
Carlos Fanjul Peyró, María Lorena López Font, Cristina González Oñate. DO
COMUNICACIÓN. Num. 29. pp. 61-74. 2019. Científic.
- ♦ **Modelos de comunicación eficaces en las campañas de publicidad. Un análisis estratégico para la búsqueda de la eficacia**
Cristina González Oñate, Pablo Vázquez Cagiao, Eduard Farrán Teixidó.
COMMUNICATION & SOCIETY. Num. 4. Vol. 32. pp. 109-124. 2019. Científic
- ♦ **La salud como estrategia, los menores como target**
Gloria Jiménez Marín, Cristina González Oñate, Rodrigo Elías Zambrano.
REVISTA INCLUSIONES. Num. 4. Vol. 6. pp. 337-355. 2019. Científic.
- ♦ **El negocio publicitario en el contexto digital**

Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. ADCOMUNICA. Num. 18. pp. 19. 2019. Científic.

- **La influencia de los jugadores de videojuegos online en las estrategias publicitarias de las marcas. Comparativa entre España y Corea**

Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate, Pedro Jesús Peña Hernández COMUNICAR. Num. 58. Vol. 27. pp. 105-114. 2019. Científic.

- **La televisión de los mileniales: una aproximación a sus hábitos de visionado**

Enrique Guerrero Pérez, Cristina González Oñate, David Kimber Camussetti. ANÀLISI: QUADERNS DE COMUNICACIÓ I CULTURA. Num. 59. pp. 121-13 2018. Científic.

- **Rational vs emotional communication models. Defenition parameters of advertising discourses**

Cristina González Oñate, Eduardo Farran Teixidó, Pablo Vázquez Caggiao. IROCAMM. Num. 1. Vol. 1. pp. 88-104. 2018. Científic.

- **Creatividad y eficacia en la Comunidad Valenciana: la figura del planner el proceso creativo**

Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate, Marta Arranz Peña. REVISTA LATINA DE COMUNICACION SOCIAL. Num. 73. pp. 401-424. 2018. Científic

- **Aplicaciones móviles para personas mayores: un estudio sobre su estrategia actual**

Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. AULA ABIERTA. Num. 1. Vol. pp. 107-112. 2018. Científic.

- **McLuhan y el prosumidor del siglo XXI. El ciudadano como productor y audiencia en España**

Jacqueline Sánchez-Carrero, Cristina González Oñate. MEMORIAS. Num. 28 Vol. 15. pp. 1-22. 2017. Científic.

- **El E-Commerce en España y la estrategia de marca online. Las App com plataformas del proceso de compra**

Cristina González Oñate. REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA. Num. 3. Vo 11 pp 230 250 2016 Científic

- ♦ Estrategias de Comunicación Publicitaria como Desafío Ético: el caso de la campaña para la Fundación Prodis en España
Cristina González Oñate. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. Num. 2016. pp. 1-12. 2016. Científic.
- ♦ Elementos clave para el realismo de personajes en series de ficción televisiva
Un estudio del caso a través de "Glee"
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate, Francisco Cabezuelo Lorenzo
DOXA COMUNICACIÓN. Num. 20. pp. 185-202. 2015. Científic.
- ♦ **Uso, consumo y conocimiento de las nuevas tecnologías en personas mayores en Francia, Reino Unido y España**
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró, Francisco Cabezuelo-Lorenzo
COMUNICAR. Num. 45. pp. 1-11. 2015. Científic.
- ♦ Estrategias de comunicación publicitaria como respuesta a la crisis económica en España: Coca-Cola como caso de estudio
Cristina González Oñate. PUBLICITAS. Num. 1. Vol. 3 . pp. 14-23. 2015. Científic.
- ♦ **Strategies and treatments applied to news about terrorism on television study of the Spanish case**
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. ESTUDIOS SOBRE EL MENSAJE PERIODISTICO. Num. 2. Vol. 20 . pp. 753-769. 2014. Científic.
- ♦ Los paisajes del sueño americano: escenografía de "Mad Men"
Francisco Cabezuelo Lorenzo, Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró
REVISTA DE LA SEECI. Num. 32. Vol. 15 . pp. 1-11. 2013. Científic.
- ♦ **La marca territorio como elemento de la comunicación: Factor estratégico del desarrollo turístico en Cuenca**
Cristina González Oñate, Sonia Martínez Bueno. PENSAR LA PUBLICIDAD. Num. 1. Vol. 7 . pp. 113-134. 2013. Científic.
- ♦ La gestión de intangibles en la Dirección de Comunicación Corporativa. Estudio sobre el DirCom en las organizaciones de Reino Unido
Cristina González Oñate, Patricia Monleón López. DOXA COMUNICACIÓN. Num 17 pp 27 56 2013 Científic

- ♦ El rol de los códigos no verbales de la realidad en la creatividad del discurso publicitario
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. DOXA COMUNICACIÓN. Num 14. pp. 75-97. 2012. Científic.
- ♦ Los cines emergentes y las disonancias entre acción política y elección estético en el cine latinoamericano. Las décadas 60 y 70 como paradigma
Francisco Javier Gómez Tarín, Roberto Arnau Roselló, Cristina González Oñate. COMUNICACION Y MEDIOS. Num. 24. pp. 227-243. 2011. Científic.
- ♦ La influencia de modelos somáticos publicitarios en la vigorexia masculina .Un estudio experimental en adolescentes
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. ZER. Num. 31. Vol. 16 . pp. 26-284. 2011. Científic.
- ♦ Herramienta Educativa "MOS" y las TIC. Técnica en pro de la Innovación Educativa
David Caldevilla Domínguez, Cristina González Oñate. ETICA NET. Num. 10. Vol. 9 . pp. 1-23. 2011. Científic.
- ♦ El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado, de Enrique Guerrero
Cristina González Oñate. DOXA. Num. 12. pp. 188-189. 2011. Científic.
- ♦ La continuidad como discurso estratégico en el medio televisivo
Cristina González Oñate. SPHERA PUBLICA. Num. 10. pp. 179-194. 2010. Científic.
- ♦ La responsabilidad social empresarial (RSE), es posible
Cristina González Oñate, PATRICIA MONLEÓN LÓPEZ. CONSTRUCCION VALENCIA. Num. 13. pp. 34-35. 2010. Científic.
- ♦ Los lobbies y el debate sobre las drogas: una imagen en cuestión
David Caldevilla Domínguez, Cristina González Oñate. REVISTA DE LA SEE Num. 23. Vol. 13 . pp. 30-64. 2010. Científic.
- ♦ Estrategias de comunicación ante la crisis económica
Rafael López Lita, Cristina González Oñate. TELOS: CUADERNOS DE

- ♦ Universidad y Empresa: ¿condenadas a entenderse?
Rafael López Lita, Cristina González Oñate. CONSTRUCCION VALENCIA. Num. 9. pp. 36-37. 2009. Científic.
- ♦ Estrategias de comunicación publicitaria: nuevas estéticas y nuevos formatos televisión. El caso de TVE
Cristina González Oñate. TRÍPODOS. Num. extra. pp. 1135-1142. 2009. Científic.
- ♦ Un modelo estratégico para fomentar las relaciones entre la universidad y la empresa
Rafael López Lita, Cristina González Oñate. CUENTA Y RAZÓN. Num. 8. pp. 27-32. 2009. Científic.
- ♦ La creatividad publicitaria y su influencia social en la vigorexia masculina
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. QUESTIONES PUBLICITARIA Num. 14. Vol. I . pp. 20-33. 2009. Científic.
- ♦ La gestión de la comunicación como una apuesta segura
Cristina González Oñate. CONSTRUCCION VALENCIA. Num. 12. 2009. Científic.
- ♦ Marcas televisivas. La gestión de la continuidad en el medio televisivo español
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. REVISTA LATINA DE COMUNICACION SOCIAL. Num. 64. pp. 894-908. 2009. Científic.
- ♦ La legislación española en publicidad. pautas básicas a la hora de plantear estrategias de comunicación
Cristina González Oñate. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. Num. 2009. pp. 1-47. 2009. Científic.
- ♦ Estrategias de comunicación solidaria en televisión. Telecinco, programa "12 meses, 12 causas" como caso de estudio
Cristina González Oñate. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. Num. 2009. pp. 1-25. 2009. Científic.
- ♦ Estrategias de comunicación entre el medio televisivo e Internet. Nuevos aliados, nuevos negocios en la era digital

Cristina González Oñate. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. Num. 2009. pp. 1-23. 2009. Científic.

- ♦ Estrategia de comunicación publicitaria para el lanzamiento de una marca
Cristina González Oñate. BIBLIOTECA ON-LINE DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO. Num. 2009. pp. 1-33. 2009. Científic.
- ♦ **Cuatro: la nueva estrategia de marca televisiva para conectar con los jóvenes**
Cristina González Oñate. COMUNICAR. Num. 31. Vol. 16 . pp. 357-366. 2008. Científic.
- ♦ Convenio de colaboración entre la Universitat Jaume I y FEVEC
Rafael López Lita, Cristina González Oñate. CONSTRUCCION VALENCIA. Num. 8. 2008. Científic.
- ♦ Estrategia de intangibles en el medio televisivo
Rafael López Lita, Cristina González Oñate. PENSAR LA PUBLICIDAD. Num Vol. II . pp. 159-169. 2008. Científic.
- ♦ La marca televisiva. Cuatro, un nuevo concepto de televisión
Sara Serrano, Cristina González Oñate. 99% COM. Num. 3. pp. 57-61. 2006. Científic.
- ♦ El posicionamiento en 20": las autopromociones de las cadenas de televisión
María Lorena López Font, Cristina González Oñate. COMUNICAR. Num. 25. Vol. 2 . pp. 1-8. 2005. Científic.
- ♦ **La competencia creativa entre el alumnado de los grados en Publicidad Relaciones Públicas en España y su adecuación a las demandas del sector profesional**
Paloma Sanz-Marcos, Cristina González Oñate, Gloria Jiménez-Marín. ICON 14. Num. 2. Vol. 19. pp. 66-92. 2021. Docent.

Llibres

- ♦ **ComLoc 2018: El negocio publicitario en la sociedad digital**

Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. 2019. Edició. Científic. Col·lec Humanitats, 59. ISBN 9788417429775. Castelló (Espanya). Ed. Universitat Jaume I.

- El negocio publicitario en la sociedad digital de la Comunidad Valenciana
Cristina González Oñate. 2019. Edició. Científic. Col·lecció Comunicació. IS 9788491804307. Barcelona (Espanya). Ed. Universitat Oberta de Catalunya.
- Diccionario de conceptos y términos audiovisuales. Herramientas para el análisis fílmico
Asier Aranzubia Cob, Roberto Arnau Roselló, Iván Bort Gual, Fernando Cane Centellas, Pablo Ferrando García, Esteban Galán Cubillo, Shaila García Catalán, José Vicente García Santamaría, Francisco Javier Gómez Tarín, Cristina González Oñate, Rubén Higuera Flores, Jéssica Izquierdo Castillo, Javier López Villanueva, Antonio Loriguillo López, Marta Martín Núñez, José Martínez Sáez, Jose Javier Marzal Felici, Jose Antonio Palao Errando, Aarón Rodríguez Serrano, Agustín Rubio Alcover, Emilio Sáez Soro, María Soler Campillo, Teresa Sorolla Romero, Imano Zumalde Arregui. 2015. Autoria. Científic. ISBN 9788437633862. Madrid (Espanya). Ed. Ediciones Cátedra.
- Competencia Mediática
Cristina González Oñate, Jose Javier Marzal Felici. 2011. Autoria. Científic. ISBN 9788436952063. Madrid (Espanya). Ed. Ministerio de Educación / Cultu
- La comunicación de nuevos productos financieros socialmente responsables
Rafael López Lita, Cristina González Oñate. 2008. Edició. Científic. ISBN 9788487510519. Madrid. Ed. Ediciones de las Ciencias Sociales.
- La enseñanza de los medios audiovisuales en los niveles no universitarios
Jose Javier Marzal Felici, Jorge Adell Segura, María Lorena López Font, Cris González Oñate. 2007. Edició. Científic. ISBN 9788448246617. Valencia. Ed. Generalitat Valenciana.
- **Estrategias de comunicación publicitaria: la importancia del planning**
Cristina González Oñate. 2019. Autoria. Docent. Col·lecció Sapientia, 156. IS 9788417900021. Castelló (Espanya). Ed. Universitat Jaume I.
- La enseñanza de los medios audiovisuales en los niveles no universitarios

Cristina González Oñate, Jose Javier Marzal Felici, María Lorena López Font 2007. Autoria. Docent. ISBN 9788448246617. Valencia. Ed. Generalitat Valenciana.

- La continuidad televisiva en la era digital. Nuevos discursos publicitarios de expresión de Identidad Corporativa. El nacimiento de Cuatro
Cristina González Oñate. 2007. Autoria. Tesi doctoral. ISBN 9788469046388. línia . Ed. Universitat Jaume I.

Capítols de llibre

- **La gestión del evento deportivo y su impacto en la marca ciudad: Análisis del Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP como caso de estudio**
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. Marca, Territorio y Deporte : U Triángulo Estratégico en la Gestión de Intangibles Comunicativos. València (Espanya). Ed. Tirant Humanidades. 2020. Col·lecció Plural. ISBN 9788418155697. Científic.
- **Excessively Comical, Even Grotesque Men**
María Lorena López Font, Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. Me on the Screen. Re-visions of Masculinity in Spanish Cinema (1939-2019). Ne York (Estats Units de l'Amèrica del Nord). Ed. Peter Lang. 2020. Col·lecció Masculinities Studies Series. ISBN 9781433163579. Científic.
- Redes sociales e innovación en comunicación interna: Sweetcom como caso estudio
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. Gestión y formación audiovisu para crear contenidos en redes sociales. Madrid (Espanya). Ed. McGraw Hill Interamericana de España. 2019. ISBN 9788448620370. Científic.
- Publicidad transmedia en campañas de concienciación social: Una estrategia eficaz para movilizar al usuario
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. Comunicación y cambio social València (Espanya). Ed. Tirant Humanidades. 2019. Col·lecció Plural. ISBN 9788417508869. Científic.
- El consumo de proximidad mediante APPS: estrategias de fidelización y

Cristina González Oñate, María Lorena López Font, Carlos Fanjul Peyró. Contenidos audiovisuales, narrativas y alfabetización mediática. Madrid (Espanya). Ed. McGraw Hill Interamericana de España. 2019. ISBN 9788448618162. Científic.

- ♦ El negocio publicitario en la sociedad digital. El caso de la Comunidad Valenciana
Cristina González Oñate, Elizabeth Lauren Salvador Harsh. El negocio publicitario en la sociedad digital de la Comunidad Valenciana. Barcelona (Espanya). Ed. Universitat Oberta de Catalunya. 2019. Col·lecció Comunicac ISBN 9788491804307. Científic.
- ♦ **Queer masculinities: evolution of homosexual, transsexual and queer characters**
María Lorena López Font, Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. All about Almodóvar's Men. Nova York (Estats Units de l'Amèrica del Nord). Ed. Peter Lang. 2017. Col·lecció Masculinity Studies: literary and cultural representations. ISBN 9781433138645. Científic.
- ♦ **A continuidade televisiva como microrelato de coesão de conteúdo e de marca**
Cristina González Oñate. Narrativas mínimas nos novos discursos audiovisua Metodologias e análises de caso. Covilha (Portugal). Ed. Universidade da Be Interior; Editora Labcom.IFP. 2016. Col·lecció LabCom. ISBN 978989654331 Científic.
- ♦ Obsessed Bodies: Influence of Advertising Male Models on Bigorexia
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. The Male Body as Advertisem Masculinities in Hispanic Media. New York (Estats Units de l'Amèrica del Nord Ed. Peter Lang. 2015. ISBN 9781433128370. Científic.
- ♦ La continuidad televisiva como microrrelato de cohesión de contenido y marc
Cristina González Oñate. Narrativas [mínimas] audiovisuales Metodologías y análisis aplicado. Santander (Espanya). Ed. Shangrila Textos Aparte. 2014. IS 9788494175367. Científic.
- ♦ Estudos de comunicaÇao, novos desafios , novos modelos de comunicaÇao.

Cristina González Oñate. Partilhar Saberes/Saberes para compartir (Volume 2/Volumen 2). Covilha. Ed. Universidade da Beira Interior. 2010. ISBN 9789896540555. Científic.

- ♦ El estado de la Narrativa en el Mensaje Publicitario. Nuevas estrategias publicitarias en televisión en el contexto digital
Cristina González Oñate. Partilhar Saberes/Saberes para compartir (Volume 2/Volumen 2). Covilha. Ed. Universidade da Beira Interior. 2010. ISBN 9789896540555. Científic.
- ♦ Estrategia corporativa, un instrumento básico del DirCom
Cristina González Oñate. DirCom. Estratega de la complejidad. Nuevos paradigmas para la Dirección de la Comunicación. Castelló de la Plana (Espanya). Ed. Universitat Jaume I. 2009. ISBN 9788480216852. Científic.
- ♦ Estrategias de comunicación para productos financieros socialmente responsables. Importancia de la marca financiera
Cristina González Oñate. La comunicación de nuevos productos financieros socialmente responsables. Madrid. Ed. Ediciones de las Ciencias Sociales. 2008. ISBN 9788487510519. Científic.
- ♦ Introducción
Cristina González Oñate. La comunicación de nuevos productos financieros socialmente responsables. Madrid. Ed. Ediciones de las Ciencias Sociales. 2008. ISBN 9788487510519. Científic.
- ♦ La comunicación publicitaria de las entidades financieras: Análisis de las estrategias comunicativas de la labor social de las Cajas de Ahorro
Cristina González Oñate. Nuevas tendencias de la Comunicación. Madrid. Ed. Universidad Complutense de Madrid. 2008. ISBN 9788460807315. Científic.
- ♦ Hasta Pronto
Cristina González Oñate. Caminos de Hierro. 22º Concurso Fotográfico. Mad Ed. Fundación de los Ferrocarriles Españoles. 2008. ISBN 9788489649262. Científic.
- ♦ El visionado del spot en el 1º curso de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas: la asignatura 'Crítica Publicitaria' en la Universitat Jaum

de Castellón

María Lorena López Font, Cristina González Oñate. La enseñanza de los medios audiovisuales en los niveles no universitarios. Valencia. Ed. Generalit Valenciana. 2007. ISBN 9788448246617. Científic.

- ♦ La identidad corporativa en las cadenas de televisión: La clave estratégica an el escenario digital
Cristina González Oñate. El desarrollo de la Televisión Digital en España. A Coruña. Ed. Netbiblo. 2007. ISBN 9788497452137. Científic.
- ♦ Perfiles profesionales en Publicidad y Relaciones Públicas
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. Perfiles profesionales y espaci de empleo en Información y Comunicación. Madrid (Espanya). Ed. Icono 14. 2013. ISBN 9788415816027. Docent.
- ♦ Nuevas metodologías docentes para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Jaume I de Castellón
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. Métodos de innovación docen aplicados a los estudios de Ciencias de la Comunicación. Madrid. Ed. Fragua Editorial. 2010. ISBN 9788470743979. Docent.
- ♦ ¿Cómo trabajar en y con los nuevos títulos de grado? Perfiles profesionales y académicos ante los nuevos modelos educativos
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. II Jornada Nacional sobre estudios universitarios. Los nuevos títulos de grado: Retos y oportunidades. Castellón. Ed. Universitat Jaume I. 2009. ISBN 9788480217170. Docent.

Aportacions a congressos

- ♦ **Adaptación a la nueva era digital para llegar a la generación z por parte mundial de motociclismo**
María del Mar Clemente Romero, Cristina González Oñate. V Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicación y juventud. Nuevo medios, usos y consumos. Sevilla (Virtual) (Espanya). 01-04-2020. Científic. 2020. Ed. Egregius. Juventud y comunicación. Análisis y experiencias de

representación, prácticas y consumos en medios y redes sociales. Libro de resúmenes del V Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Col·lecció Comunicació y Pensamiento. ISBN 9788418167188.

- ♦ Estrategias de participación ciudadana en la construcción de la marca ciudad
La Comunidad Valenciana como caso de estudio
Cristina González Oñate, Lucia Paz Errandonea. I Congreso Internacional Marca, Territorio y Deporte. Castelló de la Plana (Espanya). 17-05-2018. Científic. 2019. Ed. Tirant Humanidades. Actas I Congreso Internacional Marc Territorio y Deporte. Col·lecció Plural. ISBN 9788417973056.
- ♦ Análisis de los principales cambios en la estructura organizacional de las agencias de comunicación publicitaria
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. VI Congreso Internacional de I Asociación Española de investigación de la Comunicación (AE-IC): Comunicación y Conocimiento. Salamanca (Espanya). 26-06-2018. Científic. 2018. Ed. Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Actas del VI Congreso Internacional de la Asociación Española de investigaci de la Comunicación (AE-IC): Comunicación y Conocimiento. ISBN 9788409033935.
- ♦ **Nuevas tendencias del comportamiento de las marcas en la red: el caso Consum como estrategia de educomunicación publicitaria en materia d salud dirigida a niños y jóvenes**
Gloria Jiménez Marín, Cristina González Oñate, Rodrigo Elías Zambrano. III Congreso Internacional de Comunicación y Pensamiento. Generación Smartphone: Comunicación móvil. Sevilla (Espanya). 21-03-2018. Científic. 2018. Ed. Egregius. Comunicación móvil y Generación Smartphone: Retos y prospectivas. Libro resúmenes del III Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento (Abstracts). ISBN 9788417270308.
- ♦ **Publicidad transmedia en campañas de concienciación social: una estrategia eficaz para movilizar al usuario**
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. Congreso internacional Comunicación, conflictos y cambio social. Castellón (Espanya). 18-12-2017.

Comunicación, Conflictos y Cambio Social. Actas del Congreso. ISBN 9788460686583.

- ♦ **Valencia ciudad del running: una estrategia de marca ciudad como entretenimiento deportivo**

Cristina González Oñate. 6º Congreso Ciudades Creativas. Orlando (Estats Units de l'Amèrica del Nord). 24-01-2018. Científic. 2018. Ed. Icono 14. VI Congreso Internacional Ciudades Creativas (Proceedings VI Internacional Conference). ISBN 9788415816256.

- ♦ **Perfiles profesionales en Comunicación : el consumidor multipantalla y las re sociales**

Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. IX Congreso Internacional de Ciberperiodismo. Innovación y emprendimiento al servicio de las audiencias. Bilbao (Espanya). 27-11-2017. Científic. 2017. Ed. Universidad del País Vasc Innovación y emprendimiento al servicio de las audiencias. IX Congreso Internacional de Ciberperiodismo. ISBN 9788490827833.

- ♦ **Tendencias de los formatos audiovisuales en el discurso comunicacional en redes sociales**

Álex Rubio Navalón, Cristina González Oñate. I Congreso Internacional COMUNICACIÓN Y PENSAMIENTO. Comunicracia y Desarrollo Social. Sevi (Espanya). 09-03-2016. Científic. 2016. Ed. Egregius. ¿Nuevas alternativas d la comunicación? soportes, contenidos y audiencias. ISBN 9788494524332.

- ♦ **Influencia de las nuevas tecnologías en las demanadas de los perfiles profesionales**

Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró, María Lorena López Font. VIII Congreso Internacional de Ciberperiodismo. El impacto de las audiencias en perfiles profesionales y los contenidos. Bilbao (Espanya). 07-11-2016. Científ 2016. Ed. Universidad del País Vasco. VIII Congreso Internacional de Ciberperiodismo. El impacto de las audiencias en los perfiles profesionales y contenidos. ISBN 9788490824689.

- ♦ **Il mcommisario Montalbano. Desvelando las claves del éxito comercial de un serie Made in Italy en los mercados audiovisuales internacionales**

Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. VIII Jornadas "CONTD-TVMORFOSIS". Los contenidos audiovisuales en el nuevo escenario mediático València (Espanya). 02-06-2015. Científic. 2016. Ed. Editorial Síntesis. Nuevo modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas. ISBN 9788490773253.

- ♦ La participación ciudadana en el nuevo entorno de la información. El caso de Change.org
Cristina González Oñate. Nuevos perfiles y audiencias para una democracia participativa (Actas VII Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0 Bilbao (Espanya). 09-11-2015. Científic. 2015. Ed. Universidad del País Vasc Nuevos perfiles y audiencias para una democracia participativa (Actas VII Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0.). ISBN 97884908223
- ♦ San Sebastián: El Festival Internacional de Cine como pieza clave de la marc ciudad
Cristina González Oñate. Comunciación y Ciudad (VI Jornadas Arte y Ciudad Encuentros Internacionales). Madrid (Espanya). 01-04-2014. Científic. 2015. Universidad Complutense de Madrid. Comunciación y Ciudad (VI Jornadas A y Ciudad. III Encuentros Internacionales). ISBN 9788460695639.
- ♦ La calidad del Ciberperiodismo: Estudio sobre las principales aplicaciones móviles y redes sociales en España
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. IV Congresso Internacional de Ciberjornalismo: Qualidade e Credibilidade no Ciberjornalismo (COBCIBER 2014). Porto (Portugal). 04-12-2014. Científic. 2015. Ed. Observatório do Ciberjornalismo (ObCiber) . IV Congresso Internacional de Ciberjornalismo: Qualidade e Credibilidade no Ciberjornalismo (COBCIBER 2014). ISBN 9789899819917.
- ♦ Publicidad eficaz para el cambio social. Análisis de las campañas más eficaces en el área de Responsabilidad Social
Cristina González Oñate. Actas Congreso Internacional de Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social (#comunicambio 2015). Univeristat Jaume I d Castelló (Espanya). 20-05-2015. Científic. 2015. Ed. Fragua Editorial.
#comunicambio: Comunicación y Sociedad Civil para el Cambio Social.

- ♦ Las redes sociales como base para la estrategia de promoción en la industria musical

María Puig Hinojal, Francisco Cabezuelo Lorenzo, Cristina González Oñate. Foro de investigación en comunicación. La gestión de intangibles para la excelencia empresarial. Nuevas oportunidades para la comunicación y sus profesionales. Badajoz (España). 05-02-2015. Científic. 2015. Ed. Universidad de Extremadura. XVI Foro de investigación en comunicación: La gestión de intangibles para la excelencia empresarial. Nuevas oportunidades para la comunicación y sus profesionales. ISBN 9788496657472.
- ♦ San Sebastián: El Festival Internacional de Cine como pieza clave de la marca ciudad

Cristina González Oñate. Actas Preliminares (VI Jornadas Arte y Ciudad. III Encuentros Internacionales). Madrid (España). 01-04-2014. Científic. 2014. Universidad Complutense de Madrid. Actas Preliminares (VI Jornadas Arte y Ciudad. III Encuentros Internacionales). ISBN 9788469599822.
- ♦ El medio televisivo en Internet. Análisis de las estrategias de comunicación por la multidifusión digital

Cristina González Oñate. VI Jornadas en Contenidos Audiovisuales para la Televisión Digital (CONTD 2013). La televisión de la crisis ante el abismo digital. Aula Magna de la Universitat de València (España). 20-05-2013. Científic. 2014. Ed. Editorial Gedisa. VI Jornadas en Contenidos Audiovisuales para la Televisión Digital (CONTD 2013). La televisión de la crisis ante el abismo digital. ISBN 9788497848091.
- ♦ La publicidad de guerrilla como estrategia publicitaria para la promoción de series españolas

Cristina González Oñate. V Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales: Tecnología y Contenidos Digitales Aplicados. Últimos estudios sobre Publicidad de " Las Meninas" a los tuits. Madrid (España). 24-04-2014. Científic. 2014. Ed. Fragua Editorial. V Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales: Tecnología y Contenidos Digitales Aplicados. Últimos estudios sobre Publicidad de " Las Meninas" a los tuits. ISBN 9788470746215.

- Consumo televisivo en el medio on line. Estudio sobre audiencias juveniles y hábitos de consumo
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. II Congreso Internacional Educación Mediática & Competencia Digital. Ludoliteracy, creación colectiva aprendizajes (EDUMED 2013). Barcelona (España). 14-11-2013. Científic. 2013. Ed. Universitat Oberta de Catalunya. II Congreso Internacional Educación Mediática & Competencia Digital. Ludoliteracy, creación colectiva y aprendizaje (EDUMED 2013). ISBN 9788493999575.
- Reinención de marcas territorio a través de la organización de eventos: Cue y su riqueza paleontológica
Cristina González Oñate, Sonia Martínez Bueno. V Jornadas Arte y Ciudad (I Encuentros internacionales). Madrid (España). 21-11-2012. Científic. 2013. ISSN 2254-2930.
- Creatividad en el panorama digital:Nuevas tendencias y fronteras publicitaria para el E-Comerce
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. II Congreso Publi-radio:Redefiniendo las Fronteras de la Creatividad. Universidad Autónoma de Barcelona (España). 09-05-2012. Científic. 2012. Ed. Icono 14. II Congreso Publi-radio:Redefiniendo las Fronteras de la Creatividad. ISBN 978849402890
- Advergame: una herramienta eficaz de comunicación corporativa
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate, María Lorena López Font. IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Comunicación, control y resistencias. Universidad de la Laguna (Tenerife) (España). 04-12-2012. Científic. 2012. Ed. Sociedad Latina de Comunicación Social. IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social "Comunicación, control y resistencias". ISBN 9788415698067.
- Reinención de marcas territorio a través de la organización de eventos: Cue y su riqueza paleontológica
Cristina González Oñate, Sonia Martínez Bueno. V Jornadas Arte y Ciudad (I Encuentros internacionales). Madrid (España). 21-11-2012. Científic. 2012. Universidad Complutense de Madrid. V Jornadas Arte y Ciudad (II Encuentro

- ♦ Redes sociales y publicidad, el cambio de modelo de la relación marca-client
 Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró, Concepción Campillo Alhama.
 Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico. Nuevas Tendencias e
 Hibridaciones de los Discursos Audiovisuales en la Cultura Digital
 Contemporánea. Universitat Jaume I, Castelló (Espanya). 04-05-2011. Científ
 2011. Ed. Ediciones de las Ciencias Sociales. Actas del IV Congreso
 Internacional sobre Análisis Fílmico. Nuevas Tendencias e Hibridaciones de l
 Discursos Audiovisuales en la Cultura Digital Contemporánea. ISBN
 9788487510571.
- ♦ Motion graphics.panorama actual en España
 Filiberto Sendra, Cristina González Oñate. IV Congreso Internacional de
 Invesigadores Audiovisuales "retos y oportunidades de la investigación en
 comunicación en la sociedad digital". Huesca (Espanya). 10-11-2011. Científi
 2011. Ed. Fragua Editorial. IV Congreso Internacional de Invesigadores
 Audiovisuales "retos y oportunidades de la investigación en comunicación en
 sociedad digital". ISBN 9788470744754.
- ♦ El uso creativo de la expresión fonoestésica en el mensaje publicitario
 radiofónico
 Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. I Congreso PUBLIRADIO.
 Barcelona. 13-04-2010. Científic. 2010. Ed. Icono 14. I Congreso PUBLIRADI
 ISBN 9788493807047.
- ♦ La nueva narrativa en el periodismo binario
 David Capdevila Domínguez, Cristina González Oñate. XI Congreso de
 Periodismo Digital de Huesca. Huesca. 11-03-2010. Científic. 2010. Ed.
 Asociación de Prensa de Aragón. XI Congreso de Periodismo Digital de Hues
 ISBN 9788487175411.
- ♦ La gestión de las relaciones públicas en el seno de las asociaciones español
 La Federación valenciana de Empresarios de la Construcción como caso de
 estudio
 Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró, Patricia Monleón López. V
 Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas: La innovació

Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas: La innovación en Relaciones Públicas. ISBN 9788493695934.

- Estrategias de la comunicación on-line de las instituciones locales. el caso de Ayuntamiento de Barcelona
Cristina González Oñate. La publicidad de las instituciones locales (VIII Congreso de comunicación local COMLOC 2008). Universitat Jaume I (Espanya). 27-11-2008. Científic. 2009. Ed. Universitat Jaume I. La publicidad de las Instituciones Locales. ISBN 9788480217279.
- Estudio sobre la gestión de la continuidad en el medio televisivo español
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. I Congreso Internacional Latin de Comunicación Social. La Laguna. 09-12-2009. Científic. 2009. Ed. Societat Latina de Comunicación Social. I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. ISBN 9788499410012.
- La continuidad televisiva como arma estratégica publicitaria. Análisis del contexto televisivo español como estudio de caso
Cristina González Oñate. VI SOPCOM. VIII LUSOCOM. Lisboa. 14-04-2009. Científic. 2009. Ed. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. V SOPCOM. IV CONGRESSO IBÉRICO. ISBN 9789728881672.
- Estrategias de comunicación para la creación de marcas territorio
Cristina González Oñate. I Congreso Internacional de Ciudades Creativas. Madrid. 22-10-2009. Científic. 2009. ISSN 1697-8293.
- Marcas televisivas. la gestión de la continuidad en el medio televisivo español
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. I Congreso Internacional latina Comunicación Social Postperiodismo: la información, en la sociedad saturada La Laguna. 09-12-2009. Científic. 2009. Ed. Universidad de La Laguna. I Congreso Internacional latina de Comunicación Social Postperiodismo: la información, en la sociedad saturada. ISBN 9788499410029.
- Estudio sobre la imagen de marca de las cadenas de televisión a través de lo informativos
Cristina González Oñate. II Congreso Internacional de Teoría i Técnica de los Medios Audiovisuales. Tendencias del Periodismo Audiovisual en la era del

las Ciencias Sociales. Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo. ISBN 9788469221792.

- ♦ Se avecinan cambios: posicionamiento a través de la imagen de marca y la prestación de nuevos servicios
Maite Ribés, Cristina González Oñate. La televisión digital ante el fin de la era analógica (VII Congreso de Comunicación Local . ComLoc 2007). Castelló de Plana. 29-11-2007. Científic. 2008. Ed. Universitat Jaume I. La televisión digital ante el fin de la era analógica (VII Congreso de Comunicación Local -ComLo 2007-). ISBN 9788480216920.
- ♦ Simbología en el discurso fílmico: La mise en abîme en Moulin Rouge
Cristina González Oñate. I Congreso Internacional de Análisis Fílmico. Perspectivas y aproximaciones al análisis del film. Madrid. 10-11-2005. Científic 2007. Ed. Edipo. Metodologías de análisis del film. ISBN 9788488365200.
- ♦ Cuatro: la nueva estrategia de marca televisiva para conectar con los jóvenes
Cristina González Oñate. Foro Internacional de TV 2007. Pozuelo de Alarcón 29-11-2007. Científic. 2007. Ed. Instituto Oficial de Radio Televisión. Foro Internacional de TV 2007. ISBN 9788493367398.
- ♦ Cuatro: un caso de estudio de la eficacia en la creación de una marca televisiva
Cristina González Oñate. XII Jornades per al Foment de la Investigació. Castelló de la Plana. 25-05-2007. Científic. 2007. ISSN 1139-5486.
- ♦ Tratamiento de símbolos e imágenes en la comunicación publicitaria del siglo XXI
Cristina González Oñate. IV Congreso internacional de análisis textual. Símbolos e imágenes. Segovia. 08-11-2006. Científic. 2006. Ed. Asociación Cultural Trama & Fondo. IV Congreso internacional de análisis textual. Símbolos e imágenes. ISBN 9788469087084.
- ♦ La comunicación corporativa de las cadenas de televisión: el nuevo motor de reputación
Cristina González Oñate. V Congreso de Comunicación Local. UJI. 14-12-2006. Científic. 2006. Ed. Universitat Jaume I. La comunicación corporativa en el ámbito local. V Congreso de Comunicación Local (ComLoc 2005). ISBN

- ♦ Nuevos estilos y soportes de la comunicación publicitaria en la era digital
Cristina González Oñate. Comunicación Local: da pesquisa á produción. Acta do Congreso Internacional Lusocom 2006. Santiago de Compostela. 21-04-2006. Científic. 2006. Ed. Universidade de Santiago de Compostela. Comunicación Local: da pesquisa á produción. ISBN 8497506200.
- ♦ El logosímbolo televisivo y su aplicación publicitaria
Cristina González Oñate. XI Jornades per al Foment de la investigació en Ciències Humanes i Socials. UJI. 19-05-2006. Científic. 2006. ISSN 1139-548
- ♦ Estudio sobre la integración de internet, como medio publicitario dentro de la agencias de publicidad locales. Internet: ¿Demanda del cliente o servicio ofertado por las agencias?
María Teresa Ribés Alegría, Cristina González Oñate. IV Congreso de Comunicación Local (ComLoc 2004). La Comunicación Local por Internet. UJ 24-11-2004. Científic. 2005. Ed. Universitat Jaume I. IV Congreso de Comunicación Local (ComLoc 2004). La Comunicación Local por Internet. IS 848021550X.
- ♦ Los Web site como instrumento de comunicación corporativa de las agencias publicidad
Cristina González Oñate. X Jornades per al Foment de la Investigació en Ciències Humanes i Socials. UJI. 13-05-2005. Científic. 2005. ISSN 1139-548
- ♦ El posicionamiento en 20: las autopromociones de las cadenas de televisión
María Lorena López Font, Cristina González Oñate. Congreso Hispanoluso d Comunicación y Educación. La televisión que queremos... Hacia una TV de calidad. Huelva. 24-11-2005. Científic. 2005. Ed. Grupo Comunicar Ediciones Congreso Hipanoluso de Comunicación y Educación, "Hacia una televisión d calidad". ISBN 8493238082.
- ♦ El tamaño no importa. La función social de la agencia de publicidad local
M^aGiusepa Casado d'Amatto, Cristina González Oñate, Josep martí Pròsper, Beatriz Planells Beltrán, Mónica Tacino Jiménez, Diana Valenzuela González Congreso de Comunicación Local. "La prensa local y la prensa gratuita".

Castelló de la Plana. 28-11-2001. Científic. 2002. Ed. Universitat Jaume I. I Congreso de Comunicación Local. "La prensa local y la prensa gratuita". ISB 848021399X.

- ♦ Roles de la figura masculina en la publicidad del año 2000
Cristina González Oñate. V Jornades de Foment de la Investigació. Castelló la Plana. 03-05-2000. Científic. 2000. ISSN 1139-5486.
- ♦ **Olimpiadas de Publicidad: una experiencia de éxito para la coordinació educativa entre universidad y secundaria**
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. VI Jornada Nacional de Estudi Universitaris. II Taller de Innovació Educativa. Castelló de la Plana (Espanya) 09-11-2017. Docent. 2017. Ed. Universitat Jaume I. VI Jornada Nacional sobre Estudios Universitarios , II Taller de Innovación Educativa. Col·lecció Innovac Educativa . ISBN 9788416546800.
- ♦ Las prácticas curriculares del Grado de Publicidad y RRPP de la Universitat Jaume I
Cristina González Oñate, Carlos Fanjul Peyró. I Congreso Internacional Nebr PIATCOM: Tendencias, Competencias y Perfiles Profesionales. Madrid (Espanya). 24-05-2016. Docent. 2016. Ed. Dykinson. Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación. ISBN 9788490858523.
- ♦ 10 Years of international internships in Universitat Jaume I (UJI): Learning ab the process and future challenges towards erasmus+
María Isabel Beas Collado, María Teresa Martínez Fernández, Cristina Gonz Oñate, Jaume Gual Ortí. 6th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN 14). Barcelona. 07-07-2014. Docent. 2014. Ed. International Academy of Technology, Education and Development (IATE 6th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN 14). ISBN 9788461705573.
- ♦ Las prácticas externas internacionales de los estudiantes y titulados de la uji: aprendizajes del proceso y retos de futuro
María Isabel Beas Collado, Cristina González Oñate, Jaume Gual Ortí, María Teresa Martínez Fernández. IV Jornada nacional sobre estudios universitario

Universitat Jaume I. IV Jornada nacional sobre estudios universitarios. El futuro de los títulos universitarios. ISBN 9788480219426.

- The Use of Technological resources in the learning process of advertising and public relations studies from the ITE-AP methodological approach
Concepción Campillo, D. Alemany, María Teresa Benlloch Osuna, María Este Bernad Monferrer, A. Castelló, Cesáreo Fernández Fernández, Cristina González Oñate, A. Hernández, J. Montserrat, M. Quiles. 7th International Technology, Education and Development Conference (INTED 2013). Valencia 04-03-2013. Docent. 2013. Ed. International Academy of Technology, Education and Development (IATED). 7th International Technology, Education and Development Conference (INTED 2013). ISBN 9788461626618.

Altres congressos

- Predominio de la voz masculina en los spots automovilísticos:
¿Función persuasiva o tópico machista? La necesidad de la inclusión de la voz femenina en la publicidad del siglo XXI
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. I Congreso Internacional sobre Vulnerabilidad y Cultura Digital. Madrid (Espanya). 18-10-2018. Científic. 2018.
- Creatividad social e innovación responsable en la comunicación de las marcas: Consum y El Día de las Personas como caso de estudio
Cristina González Oñate. IX Symposium de Profesores Universitarios de Creatividad Publicitaria. "NO FUTURE?". València (Espanya). 24-05-2018. Científic. 2018.
- "Aspecto físico y definición de roles en la serie Perdidos"
Carlos Fanjul Peyró, Cristina González Oñate. Congreso Internacional Congenere "la construcción de género en la ficción televisiva". Girona. 30-09-2010. Científic. 2010.
- Startegies and treatments applied to news about terrorsim on television: a study of the Spanish case
Cristina González Oñate. Global Media and the " war on terror" conference. London (Estats Units de l'Amèrica del Nord). 13-09-2010. Científic. 2010.
- Comunicación de nuevos productos financieros socialmente responsables: propuesta para su desarrollo y aplicación en España
Cristina González Oñate. Campus Excelencia. Palmas de Gran Canaria. 22-06-2008. Científic. 2008.
- La prensa gratuita en el medio Internet
Cristina González Oñate. VI Congreso de Comunicación Local. UJI. 13-12-2006. Científic. 2006.

- Los cines emergentes y las disonancias entre acción política y elección estética en el cine latinoamericano: las décadas 60 y 70 como paradigma
Cristina González Oñate, Francisco Javier Gómez Tarín, Roberto Arnau Roselló. Congreso Internacional sinergias visuales: cine de ficción y documental en América Latina. Londres y Cambridge (Reino Unido). 23-06-2006. Científic. 2006.
- Creative meeting point: eficacia de la comunicación publicitaria en el punto de venta
Mónica Gassent, Cristina González Oñate. 11º SEMINARIO AEDEMO - aea EFICACIA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA. Barcelona. 01-06-2006. Científic. 2006.
- Tendencia estratégica de las cadenas de televisión en la creación de marca televisiva como consecuencia del aumento de la competencia
Cristina González Oñate. CAMPUS DE EXCELENCIA 2006. La Laguna. 19-05-2006. Científic. 2006.
- La gestión estratégica de intangibles del medio televisivo ante la llegada de la TDT: una nueva re-orientación hacia la audiencia
Cristina González Oñate. 116º Seminario AEDEMO. 22º Seminario Televisión. Sevilla. 08-02-2006. Científic. 2006.
- Anàlisis de les principals campanyes de publicitat de la DGT
Cristina González Oñate. Jornades de prevenció d'accidents de trànsit. Castelló de la Plana. 19-04-2005. Científic. 2005.
- Transformaciones en el campo radiofónico: las radios universitarias
Cristina González Oñate. III Congreso Internacional de Ciberperiodismo. Universidad Antonio de Nebrija. Hoyo de manzanares (Madrid). 07-03-2005. Científic. 2005.

Conferències invitades en altres centres
d'investigació

- ♦ Marca Ciudad (Citymarketing): una nueva manera de promocionar territorios
Cristina González Oñate. Universidad de Copenhague (Dinamarca). 22-03-2017.
- ♦ Spanish language at the cinema. Amodovar' study case
Cristina González Oñate. Hong Kong Baptist University. 07-06-2013.
- ♦ Strategies at the cinema: advertising, brand city and culture
Cristina González Oñate. Hong Kong Baptist University. 07-06-2013.
- ♦ Nuevos escenarios para la comunicación estratégica en el contexto del Espacio Europeo de Educación Superior
Cristina González Oñate. Univesidad CEU San Pablo de Madrid. 18-05-2010.
- ♦ Estrategias de identidad y comunicación de las cadenas de televisión
Cristina González Oñate. Universdad CEU San Pablo de Madrid. 18-05-2010.
- ♦ Nuevas estartegias publicitarias en televisión en el contexto digital
Cristina González Oñate. UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR. 04-05-2010.

Comités de congresos

- ♦ XV Congreso de Comunicación Local: El negocio publicitario en la era digital (ComLoc 2018). Castelló (Espanya). 15-11-2018. Comité organizador. Científic.
- ♦ I Congreso Internacional Marca, Territorio y Deporte. Castelló de la Plana (Espanya). 17-05-2018. Comité científic. Científic.
- ♦ I Congreso Internacional Marca, Territorio y Deporte . Castelló (Espanya). 17-05-2018. Comité científic. Científic.
- ♦ VII Simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria. Tecnoactividad. Universitat Jaume I, Castelló (Espanya). 05-06-2014. Comité organizador. Científic.

- ♦ III Congreso Internacional de Investigación Interdisciplinar en Información y Comunicación. Saragossa (Espanya). 28-06-2012. Comité científic. Científic.
- ♦ II International Conference on Media and Communication: Global challenges in an Interconnected World. Madrid. 16-06-2011. Comité científic. Científic.
- ♦ IV Cumbre Empresa Marca Comunicación. Castelló. 11-03-2011. Comité científic. Científic.
- ♦ I Congreso Internacional "Los estudios de Comunicación en el EEES". Huesca. 07-10-2010. Comité científic. Científic.
- ♦ III Congreso de Profesionales de Comercio Exterior. San Javier (Murcia). 24-06-2010. Comité organitzador. Científic.
- ♦ CUMBRE EMPRESA MARCA COMUNICACIÓN. ALICANTE. 06-02-2009. Comité científic. Científic.
- ♦ II Congreso de Profesionales de Comercio Exterior. San Javier (Murcia). 29-01-2009. Comité científic. Científic.
- ♦ XII Congreso Internacional de la Asociación Española de Historiadores del Cine. II Congreso de Análisis Fílmico. Castelló de la Plana. 06-03-2008. Comité organitzador. Científic.
- ♦ VII Congreso de Comunicación Local (ComLoc2007), La televisión local ante el fin de la era analógica.. Castellón de la Plana. 29-11-2007. Comité organitzador. Científic.
- ♦ Advertisin Summit and InterContinental Advertising Cup. Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia. 22-11-2007. Comité organitzador. Científic.
- ♦ I Congreso Internacional de Getión de Eventos. Castelló (Espanya). 24-09-2007. Comité organitzador. Científic.
- ♦ II Congreso Internacional de análisis fílmico. UJI. 08-02-2007. Comité organitzador. Científic.

- I CUMBRE EMPRESA, MARCA, COMUNICACIÓN. València. 14-06-2006. Comité organitzador. Científic.
- I Congreso de Teoría y Técnica de los medios audiovisuales. UJI. 13-10-2004. Comité organitzador. Científic.
- Comloc 2001. UJI. 28-11-2001. Comité organitzador. Científic.
- VI Jornada Nacional de Estudios Universitarios. II Taller de Innovación Educativa. Castelló (Espanya). 09-11-2017. Comité organitzador. Docent.
- VI Jornada Nacional de Estudios Universitarios. II Taller de Innovación Educativa. Castelló (Espanya). 09-11-2017. Comité científic. Docent.

Exposicions d'art

- Sociedad Estatal Correos y Telégrafos
Cristina González Oñate. Madrid. 10-03-2009. Institucional. Col·lectiva.
2009.