

***Patricia Núñez Gómez***

***Curriculum Vitae***

---

*Madrid, Septiembre 2022*



<b>CONCURSO Nº:</b> 22083 - P	
<b>CUERPO DOCENTE:</b> CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD	
<b>ÁREA DOCENTE:</b> COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
<b>DEPARTAMENTO:</b> DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN APLICADA	
<b>CENTRO:</b> FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN	
<b>FECHA RESOLUCIÓN:</b> 31/05/22	<b>FECHA PUBLICACIÓN BOE:</b> 04/06/22

## DATOS PERSONALES

<b>Primer apellido</b>	<b>Segundo apellido</b>	<b>Nombre</b>
NÚÑEZ	GÓMEZ	PATRICIA

Junto a este CV, se adjuntan:

Copias digitales de los documentos que acreditan la veracidad de los méritos detallados en el currículum.



# INDICE

<b>1. ACTIVIDAD DOCENTE</b>	<b>7</b>
1.1. La trayectoria docente	8
1.1.1. Tramos docente valorados favorablemente	8
1.1.2. Trayectoria académica	8
1.2. Dedicación a tiempo completo o a tiempo parcial a la universidad	10
1.3. Número y diversidad de asignaturas impartidas	11
1.4. Proyectos de innovación docente	20
1.5. Dirección de proyectos finde carrera, tesinas, trabajos fin de máster	27
1.5.1. Trabajos Fin de Máster dirigidos	27
1.5.2. Trabajos Fin de Grado dirigidos	28
1.6. Otros méritos relacionados con la actividad docente	34
<b>2. ACTIVIDAD INVESTIGADORA</b>	<b>35</b>
2.1. Publicaciones científicas, libros y capítulos de libros, creaciones artísticas profesionales etc. atendiendo a su relevancia y calidad en el ámbito de conocimiento y, en su caso, en el perfil de la plaza objeto de concurso	36
2.1.1. Artículos científicos	36
2.1.2. Libros	46
2.1.3. Capítulos de libros	48
2.1.4. Coordinación de publicaciones científicas	58
2.2. Ponencias y comunicaciones a congresos	58
2.2.1. Ponencias invitadas	58
2.2.2. Comunicaciones a congresos	60
2.2.3. Organización y colaboración en congresos y seminarios	69

2.3. Dirección y participación en proyectos competitivos de investigación _____	73
2.4. Dirección y participación en otros proyectos y contratos de investigación _____	78
2.5. Dirección de tesis doctorales y de otros trabajos de investigación	84
2.6. Estancias docentes y de investigación _____	89
2.7. Colaboraciones internacionales _____	92
2.8. Pertenencia y dirección en grupos de investigación _____	93
2.9. Otros méritos relacionados con la actividad investigadora _____	95
<b>3. EXPERIENCIA EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA, CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA, ACTIVIDAD PROFESIONAL _____</b>	<b>97</b>
3.1. Desempeño de cargos de responsabilidad en gestión universitaria pública recogidos en los estatutos de las universidades, o que hayan sido asimilados, u organismos públicos de investigación durante al menos un año _____	98

# ***1. Actividad Docente***

## 1.1 La trayectoria docente

### 1.1.1 Tramos docentes e investigadores valorados favorablemente

- Trienios: once períodos de actividad docente evaluados favorablemente.
- Quinquenios: seis períodos de actividad docente evaluados favorablemente:
  - Desde el 25/01/1988 hasta el 24/01/1993
  - Desde el 25/01/1993 hasta el 24/01/1998
  - Desde el 25/01/1998 hasta el 24/01/2003
  - Desde el 25/01/2003 hasta el 24/01/2008
  - Desde el 25/01/2009 hasta el 24/01/2014
  - Desde el 25/01/2014 hasta el 24/01/2019

### 1.1.2 Trayectoria académica

- Seis quinquenios reconocidos en la Universidad Complutense de Madrid.
- Profesora Ayudante de Escuela Universitaria en la Universidad Complutense de Madrid (1988 - 1992), impartiendo en la titulación Publicidad y Relaciones Públicas la siguiente asignatura:
  - Lenguaje Publicitario
- Profesora Asociada en la Universidad Complutense de Madrid (1993-1996), impartiendo en la titulación Publicidad y Relaciones Públicas las siguientes asignaturas:
  - Teoría e Historia de la Publicidad
  - Lenguaje Publicitario
  - Creatividad Publicitaria
  - Lenguaje Publicitario y de las Relaciones Públicas



- Teoría General de la Publicidad
  
- Profesora titular en la Universidad Complutense de Madrid (1993 - 2022), impartiendo en las titulaciones de Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo y Comunicación Audiovisual; y en los másteres de Comunicación Social y Comunicación de las Organizaciones; las siguientes asignaturas:
  - Lenguaje Publicitario
  - Teoría de la Publicidad
  - Imagen Corporativa 1
  - Seminario Corporativa
  - Modelos de Análisis Publicitario
  - Imagen Corporativa 2
  - Realización de Televisión
  - Gestión de la Comunicación Corporativa
  - Modelos de Análisis Publicitario
  - Teoría General de la Publicidad
  - El Proceso de Creación Publicitaria
  - Redacción Publicitaria
  - Modelos y Tendencias en el Proceso de Creación
  - Las TIC para la Comunicación de Organizaciones
  - Comunicación de las Organizaciones sin ánimo de lucro

## 1.2 Dedicación a tiempo completo o a tiempo parcial en la universidad

- Profesora Titular a tiempo completo en la Universidad Complutense de Madrid desde 1996 hasta la actualidad.
- Profesora Asociada a tiempo completo en la Universidad Complutense de Madrid, desde el curso académico 1993/1996 hasta el 1995/1996.
- Profesora Ayudante de Escuela Universitaria a tiempo completo en la Universidad Complutense de Madrid desde el curso 1988/1989 al 1991/1992.

### 1.3. Número y diversidad de asignaturas impartidas

Curso Académico / Cuatrimestre	Puesto Ocupado	Asignatura	Titulación	Curso de la titulación	Teoría / Práctica	Nº Horas Totales (impartidas)	Total horas impartidas por curso / cuatrimestre
1988 / 1989	Ayudante de Escuela Universitaria	Lenguaje Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	120	120
1989 / 1990	Ayudante de Escuela Universitaria	Lenguaje Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	120	120
1990 / 1991	Ayudante de Escuela Universitaria	Lenguaje Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	120	120
1991 / 1992	Ayudante de Escuela Universitaria	Lenguaje Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	120	120
1993 / 1994	Asociado Tipo 1	Teoría e Historia de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	60	180
		Lenguaje Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	60	
		Creatividad Publicitaria	Publicidad y Relaciones Públicas	3º	T / P	60	
1994 / 1995	Asociado Tipo 1	Lenguaje Publicitario y de las Relaciones Públicas	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	60	60
1995 / 1996	Asociado Tipo 1	Teoría General de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	150	150
1996 / 1997	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	60	120
		Teoría de la Publicidad	Periodismo	1º	T / P	60	
1997 / 1998	Titular de Universidad	Lenguaje Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	3º	T / P	80	80

Curso Académico / Cuatrimestre	Puesto Ocupado	Asignatura	Titulación	Curso de la titulación	T / P Teoría / Práctica	Nº Horas Totales (impartidas)	Total horas impartidas por curso / cuatrimestre
1998 / 1999	Titular de Universidad	Imagen Corporativa 1	Publicidad y Relaciones Públicas	4º	T / P	120	205
		Seminario Corporativa	Publicidad y Relaciones Públicas			40	
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
1999 / 2000	Titular de Universidad	Imagen Corporativa 1	Publicidad y Relaciones Públicas	4º	T / P	120	225
		Lenguaje Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	60	
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
2000 / 2001	Titular de Universidad	Imagen Corporativa 2	Publicidad y Relaciones Públicas	5º	T / P	40	230
		Imagen Corporativa 1	Publicidad y Relaciones Públicas	4º	T / P	60	
		Realización de Televisión	Publicidad y Relaciones Públicas	5º	T / P	40	
		Gestión de la Comunicación Corporativa	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
		Modelo de Análisis Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	

Curso Académico / Cuatrimestre	Puesto Ocupado	Asignatura	Titulación	Curso de la titulación	T / P Teoría / Práctica	Nº Horas Totales (impartidas)	Total horas impartidas por curso / cuatrimestre
2001 / 2002	Titular de Universidad	Imagen Corporativa 2	Publicidad Y Relaciones Públicas	5º	T / P	40	190
		Imagen Corporativa 1	Publicidad Y Relaciones Públicas	4º	T / P	60	
		Gestión de la Comunicación Corporativa	Publicidad Y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad Y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
2002 / 2003	Titular de Universidad	Imagen Corporativa 2	Publicidad Y Relaciones Públicas	5º	T / P	40	190
		Imagen Corporativa 1	Publicidad Y Relaciones Públicas	4º	T / P	60	
		Gestión de la Comunicación Corporativa	Publicidad Y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad Y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
2003 / 2004	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Publicidad Y Relaciones Públicas	1º	T / P	180	240
		Teoría General de la Publicidad	Periodismo	1º	T / P	60	

Curso Académico / Cuatrimestre	Puesto Ocupado	Asignatura	Titulación	Curso de la titulación	T / P Teoría / Práctica	Nº Horas Totales (impartidas)	Total horas impartidas por curso / cuatrimestre
2004 / 2005	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	120	300
		Teoría de la Publicidad	Comunicación Audiovisual	1º	T / P	60	
		Teoría General de la Publicidad	Periodismo	1º	T / P	60	
		Teoría General de la Publicidad	Comunicación Audiovisual	1º	T / P	60	
2005 / 2006	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	120	300
		Teoría de la Publicidad	Comunicación Audiovisual	2º	T / P	60	
		Teoría General de la Publicidad	Periodismo	1º	T / P	60	
		Teoría General de la Publicidad	Comunicación Audiovisual	1º	T / P	60	
2006 / 2007	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	120	225
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
		Teoría de la Publicidad	Comunicación Audiovisual	2º	T / P	60	
2007 / 2008	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	120	165
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	

Curso Académico / Cuatrimestre	Puesto Ocupado	Asignatura	Titulación	Curso de la titulación	T / P Teoría / Práctica	Nº Horas Totales (impartidas)	Total horas impartidas por curso / cuatrimestre
2008 / 2009	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	120	165
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
2009 / 2010	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	120	165
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
2010 / 2011	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	120	305
		Teoría de la Publicidad	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	T / P	60	
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
		Trabajo Fin de Máster	Máster Univ. Comunicación Social		Tutorización y Supervisión	40	
		Proyecto Fin de Máster	Máster en Comunicación Social		P	40	
2011 / 2012	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	120	245
		Modelos de Análisis Publicitario	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
		Proyecto Fin de Máster	Máster en Comunicación Social		P	40	
		Trabajo Fin de Máster	Máster Univ. Comunicación Social		Tutorización y Supervisión	40	

Curso Académico / Cuatrimestre	Puesto Ocupado	Asignatura	Titulación	Curso de la titulación	T / P Teoría / Práctica	Nº Horas Totales (impartidas)	Total horas impartidas por curso / cuatrimestre
2012 /2013	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	90	300
		El Proceso de la Creación Publicitaria	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	3º	T / P	60	
		Redacción Publicitaria	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	3º	T / P	60	
		Modelos y Tendencias en el Proceso de Creación	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		T / P	30	
		Las TIC para la Comunicación de Organizaciones	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		T / P	20	
		Comunicación de Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		T / P	20	
		Trabajo Fin de Máster	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		Tutorización y Supervisión	20	



Curso Académico / Cuatrimestre	Puesto Ocupado	Asignatura	Titulación	Curso de la titulación	T / P Teoría / Práctica	Nº Horas Totales (impartidas)	Total horas impartidas por curso / cuatrimestre
2013 / 2014	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	90	310
		El Proceso de la Creación Publicitaria	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	3º	T / P	60	
		Modelos de Análisis Publicitario	Publicidad y Relaciones Públicas	1º Ciclo	T / P	45	
		Comunicación de Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		T / P	20	
		Trabajo Fin de Máster	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		Tutorización y Supervisión	80	
		Trabajo Fin de Grado	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	4º	Tutorización y Supervisión	15	
2014 / 2015	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	120	253
		El Proceso de la Creación Publicitaria	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	3º	T / P	60	
		Comunicación de Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		T / P	25	
		Trabajo Fin de Grado	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	4º	Tutorización y Supervisión	48	

Curso Académico / Cuatrimestre	Puesto Ocupado	Asignatura	Titulación	Curso de la titulación	T / P Teoría / Práctica	Nº Horas Totales (impartidas)	Total horas impartidas por curso / cuatrimestre
2015 / 2016	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	120	250
		El Proceso de la Creación Publicitaria	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	3º	T / P	60	
		Comunicación de Organizaciones Sin Ánimo de Lucro	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		T / P	30	
		Trabajo Fin de Grado	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	4º	Tutorización y Supervisión	10	
		Trabajo Fin de Máster	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		Tutorización y Supervisión	30	
2016 / 2017	Titular de Universidad	Permiso Sabático					10
		Trabajo Fin de Grado	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	4º	Tutorización y Supervisión	10	
2017 / 2018	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	60	60
2018 / 2019	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	60	102,5
		Trabajo Fin de Grado	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	4º	Tutorización y Supervisión	42,5	

Curso Académico / Cuatrimestre	Puesto Ocupado	Asignatura	Titulación	Curso de la titulación	T / P Teoría / Práctica	Nº Horas Totales (impartidas)	Total horas impartidas por curso / cuatrimestre
2019 / 2020	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	60	198
		El Proceso de la Creación Publicitaria	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	60	
		Trabajo Fin de Grado	Grado en Comunicación Audiovisual	3º	Tutorización y Supervisión	6	
		Trabajo Fin de Grado	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	4º	Tutorización y Supervisión	60	
		Trabajo Fin de Máster	Máster Univ. Comunicación de las Organizaciones		Tutorización y Supervisión	12	
2020 / 2021	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	60	93
		Trabajo Fin de Grado	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	4º	Tutorización y Supervisión	33	
2021 / 2022	Titular de Universidad	Teoría de la Publicidad	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	1º	T / P	60	83
		Trabajo Fin de Grado	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	4º	Tutorización y Supervisión	23	

## 1.4 Proyectos de innovación docente

1. *El método docente de proyecto social real y la universidad sostenible /153*  
Duración: 2022 - 2023  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Noelia García Castillo
2. *Innova docencia UCM: El método docente de proyecto social real y la universidad sostenible: Innovación educativa, RRI y los ODS /49*  
Duración: 13/09/2021 - 30/05/2022  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Liisa Irene Hänninen
3. *Publicidad Social y Aprendizaje Servicio. Una relación interesante para favorecer en el alumnado universitario y de educación primaria el desarrollo de actitudes valores y normas sociales*  
Duración: 01/02/2021 - 01/02/2022  
Institución: Universidad de Valladolid  
Investigadora principal: Isabel Rodrigo Martín
4. *Publicidad Social y Aprendizaje Servicio. Una experiencia compartida entre el alumnado universitario y el de educación primaria para la adquisición de una conciencia personal, social y ambiental para el progreso social*  
Duración: 01/02/2020 - 01/02/2021  
Institución: Universidad de Valladolid  
Investigadora principal: Isabel Rodrigo Martín
5. *Estudio de violencia de género en redes sociales en estudiantes universitarios/291*  
Duración: 2020 - 2021  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez

6. *Publicidad Social y Aprendizaje Servicio. Una experiencia compartida entre el alumnado universitario y el de educación primaria para la adquisición de una conciencia personal, social y ambiental para el progreso social*  
Duración: 01/02/2019 - 01/02/2020  
Institución: Universidad de Valladolid  
Investigadora principal: Isabel Rodrigo Martín
  
7. *Publicidad Social y Aprendizaje Servicio. Una experiencia compartida entre el alumnado universitario y el de educación primaria para la adquisición de una conciencia personal, social y ambiental para el progreso social*  
Duración: 01/02/2018 - 01/02/2019  
Institución: Universidad de Valladolid  
Investigadora principal: Isabel Rodrigo Martín
  
8. *Las aplicaciones móviles interactivas en el aula /207*  
Duración: 2018 - 2019  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Teresa Pintado Blanco
  
9. *Desarrollo de una App para el Grado de Publicidad /119*  
Duración: 2017 - 2018  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigador principal: Alfredo Arceo Vacas
  
10. *Publicidad Social y Aprendizaje Servicio. Una experiencia compartida entre el alumnado universitario y el de educación primaria para la adquisición de una conciencia personal, social y ambiental para el progreso social*  
Duración: 01/01/2017 - 01/01/2018  
Institución: Universidad de Valladolid  
Investigadora principal: Isabel Rodrigo Martín

11. *Realización de contenidos audiovisuales y de Apps de vídeos /256*  
Duración: 2016 - 2017  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: María Luisa García Guardia
  
12. *Innovación docente y desarrollo de proyectos profesionales /368*  
Duración: 2015 - 2016  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Laia Falcon Díaz Aguado
  
13. *Realización y difusión de un MOOC de Narrativa Audiovisual /354*  
Duración: 2015 - 2016  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: María Luisa García Guardia
  
14. *Metodologías docentes innovadoras en la enseñanza de postgrado en Comunicación Audiovisual y Publicidad /177*  
Duración: 2015 - 2016  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigador principal: Francisco Zurian
  
15. *Innovación docente y desarrollo de proyectos profesionales /363*  
Duración: 2014 - 2015  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Laia Falcon Díaz Aguado
  
16. *Proyecto de innovación UCM: Aplicaciones transversales del método docente de proyecto social/cultural real*  
Duración: 01/06/2014 - 31/12/2014  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Liisa Irene Hänninen

17. *Aplicaciones educativas de tecnologías emergentes /119*  
Duración: 2013 - 2014  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigador principal: Francisco García García
  
18. *Nuevos retos y sostenibilidad del método docente de proyecto social real Entidad Financiadora: Universidad Complutense de Madrid*  
Duración: 01/10/2012 - 31/10/2013  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Liisa Irene Hänninen
  
19. *Internacionalización y sostenibilidad del método docente de proyecto social real*  
Entidad financiadora: Universidad Complutense de Madrid  
Presupuesto: 2.000 €  
Duración desde: 01/10/2011 hasta 04/07/2012  
Investigadora principal: Liisa Irene Hänninen
  
20. *Implementación de las herramientas de la web semántica (web 3.0) a través del desarrollo de la inteligencia colectiva y aprendizaje informal: Gnos-universidad 3.0.*  
Entidad financiadora: Universidad Complutense de Madrid  
Presupuesto: 1.500 €  
Duración desde: 01/10/2011 hasta 02/10/2012  
Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez
  
21. *Sostenibilidad del método docente de proyecto social real*  
Entidad financiadora: Universidad Complutense de Madrid  
Presupuesto: 2.000 €  
Duración desde: 01/10/2010 hasta 03/07/2011  
Investigador principal: Liisa Irene Hänninen

22. *Aplicaciones educativas innovadora de la web 2.0 /230*  
Duración: 01/09/2010 - 30/05/2011  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigador principal: Francisco García García
  
23. *Proyecto de Innovación y Mejora de la calidad docente 2010/2011 de la UCM: Colaboración con las Organizaciones no gubernamentales*  
Entidad Financiadora: Universidad Complutense de Madrid  
Duración desde: 01/10/2010 hasta 01/11/2011  
Investigadores Principales: María Teresa García Nieto; Liisa Irene Hänninen; Patricia Núñez Gómez; Julia Rodríguez Cela
  
24. *Actividades de enseñanza/aprendizaje en metaversos educativos mediante Pizarra Digital Interactiva y Cámara de documentos /16*  
Duración: 01/09/2009 - 30/09/2010  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigador principal: Francisco García García
  
25. *Influencia de la publicidad de moda en la autopercepción del cuerpo femenino /305*  
Duración: 2009 - 2010  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora Principal: Paloma Díaz Soloaga
  
26. *Divulgación y extensión del método docente de proyecto social real*  
*Duración: 24/06/2009 - 24/06/2010*  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Liisa Irene Hänninen



27. *Estrategias innovadoras basadas en las TIC y la Pizarra Digital*  
Entidad financiadora: Universidad Complutense de Madrid/  
Comunidad de Madrid  
Presupuesto: 3.900 €  
Duración desde: 01/01/2008 hasta 01/01/2009  
Investigador principal: Francisco García García
  
28. *Integración de estudiantes en investigación relacionada con estudios de género en medios de comunicación*  
Entidad financiadora: Universidad Complutense de Madrid  
Presupuesto: 2.000 €  
Duración desde: 01/01/2008 hasta 01/01/2010  
Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez
  
29. *Estrategias innovadoras basadas en las TIC y la Pizarra Digital en la educación universitaria*  
Entidad financiadora: Universidad Complutense de Madrid  
Presupuesto: 2.000 €  
Duración desde: 01/01/2008 hasta 01/01/2010  
Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez
  
30. *Divulgación y extensión del método docente de proyecto social real*  
Duración desde: 01/01/2008 hasta 01/01/2010  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora Principal: Patricia Núñez Gómez
  
31. *Actividades de enseñanza/aprendizaje en metaversos educativos mediante Pizarra Digital interactiva y Cámara de documentos*  
Duración: 01/10/2008 - 30/09/2009  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigador principal: Francisco García García

32. *Investigación y resolución de casos en el método docente de proyecto social real*  
Duración: 01/01/2007 - 01/01/2009  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora Principal: Patricia Núñez Gómez
  
33. *Investigación y resolución de casos en el método docente de proyecto social/ cultural real /295*  
Duración: 01/01/2007 - 04/01/2008  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora Principal: Liisa Irene Hänninen
  
34. *Integración de estudiantes en investigación de estudios de género / 105*  
Duración: 01/01/2007 - 04/01/2008  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora Principal: Paloma Díaz Soloaga
  
35. *Aplicaciones avanzadas del método docente de proyecto social / real / 674*  
Duración: 01/01/2006 - 01/01/2007  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Liisa Irene Hänninen
  
36. *Método docente de proyecto social real / 96*  
Duración: 01/01/2005 - 04/01/2006  
Institución: Universidad Complutense de Madrid  
Investigadora principal: Liisa Irene Hänninen

## 1.5 Dirección de proyectos fin de carrera, tesinas, trabajos fin de máster, DEAS Proyectos de innovación docente

### 1.5.1 Trabajos fin de máster dirigidos

1. *La infancia en los informativos televisivos de marzo a abril de 2016*  
Alumno: David Vázquez Fraga  
Fecha de lectura: Curso 2015/2016
2. *La infancia representada: niños y niñas en los spots televisivos de las ONGs*  
Alumna: Alicia Montero Moral  
Fecha de lectura: Curso 2015/2016
3. *La equidad de género dentro de Interred*  
Alumna: Sara De Celis Artuñed  
Fecha de lectura: Curso 2014/2015
4. *Análisis del departamento de comunicación en Cruz Roja Española en la Comunidad de Madrid*  
Alumno: Juan Aguilar Oliveros  
Fecha de lectura: Curso 2014/2015
5. *Análisis del laboratorio Youth Thinkin'. Métodos de investigación de consumo infantil*  
Alumna: Laura Bermúdez García  
Fecha de lectura: Curso 2014/2015
6. *La estrategia comunicativa en el tercer sector*  
Alumna: Julieth Johana Díaz García  
Fecha de lectura: Curso 2013/2014

7. *Estudio para conocer el estado actual de la fundación FIDES*  
Alumna: Raquel Martín Grau  
Fecha de lectura: Curso 2013/2014
8. *Eficacia publicitaria del formato Pre Roll en YouTube*  
Alumno: Álvaro González Cuerda  
Fecha de lectura: Curso 2012/2013
9. *Presencia y comunicación de las ONGs en las Redes Sociales*  
Alumna: Helena Vizcay Goñi  
Fecha de lectura: Curso 2012/2013
10. *Publicidad para Peter Pan. Discurso de marca y adultos con referentes de juventud*  
Alumno: Edouard De Biasi  
Fecha de lectura: Curso 2011/2012

## 1.5.2 Trabajos de Fin de Grado dirigidos

1. *Publicísticas: una nueva forma de ver la publicidad feminista*  
Alumna: Yara Cabreira Comesaña y María Gracia Maestre Lindo  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021  
Calificación: Sobresaliente
2. *Seedlink. Desarrollo estratégico de la plataforma digital como proyecto colaborativo*  
Alumna: Paula Pérez Plaza  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021  
Calificación: Sobresaliente
3. *Propuesta creativa para una campaña institucional de prevención y concienciación del suicidio en España*  
Alumno: Daniel Vega Zarzuelo  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021

4. *Las cinco categorías gestuales de Paul Ekman*  
Alumna: Jimena Loyola Villalba Roncal  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021
  
5. *Iconos femeninos de la moda precedentes a la consagración del concepto de supermodelo de los años 90*  
Alumno: Javier Manzano Melo  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021
  
6. *Caso de estudio: Gestión de marca en tiempos de crisis*  
Alumna: Marta Tombo Rodríguez  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021
  
7. *Libro de Alegoritos*  
Alumna: María Subrá Devís  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021  
Calificación: Sobresaliente
  
8. *Análisis de la comunicación de Evax en YouTube*  
Alumna: Clara Ballesteros Núñez  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021  
Calificación: Sobresaliente
  
9. *El tabú menstrual y la no representación en los anuncios televisivos de la marca EVAX*  
Alumna: Marina Pérez Silvestre  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021  
Calificación: Sobresaliente
  
10. *Plan de comunicación: El caso DeportClinic*  
Alumno: Enrique Miguel Jiménez de León  
Fecha de lectura: Curso 2020/2021  
Calificación: Sobresaliente

11. *Plan de comunicación de Uterqüe*  
Alumna: Esther Sánchez Sáiz  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020
  
12. *Marca personal de Rosalía*  
Alumna: Carla Reyeros García  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020  
Calificación: Sobresaliente
  
13. *Montmartre y su influencia en el nacimiento del cartel publicitario moderno*  
Alumna: Maria del Pilar Leronés Martín  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020
  
14. *La comunicación comercial de telefonía móvil en base a la calidad, diferenciación y posicionamiento*  
Alumno: Alejandro Isaac Marazuela Valderrama  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020
  
15. *Plan de comunicación Proyecto Musical Souvenir-Ruptura*  
Alumno: Jorge Membrillo Gómez  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020
  
16. *De Blancanieves a Mérida: un análisis de la evolución y repercusión de los personajes femeninos de Disney*  
Alumna: Séfora Solana Rubio  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020  
Calificación: Sobresaliente
  
17. *Estudio de la influencia de la publicidad en el cine y viceversa a través de la obra de Wes Anderson*  
Alumna: Marina Mohedano Béjar  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020

18. *Análisis del etiquetado de productos de consumo aplicado a personas con discapacidad visual. Propuesta de etiquetado de un sistema más accesible*  
Alumna: Lida Alcobendas Serrano  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020
19. *Transformación de los estereotipos y roles de la figura de la villana de Disney: La bella Durmiente- Maléfica*  
Alumna: Dana Vicente Barreno  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020  
Calificación: Sobresaliente
20. *Plan de comunicación Proyecto Musical Souvenir-Ruptura*  
Alumna: Sah'uri María Montero Cruz  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020
21. *Estrategia publicitaria para restaurantes VIPS*  
Alumno: Ignacio Estrella Varela  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020
22. *Cómo las redes sociales a través de las figuras de los influencers influyen en la moda*  
Alumna: Carlota Muñiz Rodríguez  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020
23. *Marca personal de Rosalía*  
Alumno: Pedro González Villasante  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020  
Calificación: Sobresaliente
24. *Análisis de la publicidad alimentaria en España. El nuevo consumidor. Los centennials*  
Alumna: Andrea Valdivielso Rebollo  
Fecha de lectura: Curso 2019/2020  
Calificación: Sobresaliente

25. Mi Portfolio: Director de Arte  
Alumno: Ignacio Rodríguez Sobrados  
Fecha de lectura: Curso 2018/2019  
Calificación: Sobresaliente
  
26. *Nuevas maneras de hacer PB en el mundo digital*  
Alumno: Guillermo Vaello Checa  
Fecha de lectura: Curso 2018/2019  
Calificación: Sobresaliente
  
27. *Plan de reputación corporativa de Button Wacht*  
Alumna: Rocío Ruiz Jiménez  
Fecha de lectura: Curso 2018/2019
  
28. *Estudio de campañas transmedia Campofrio*  
Alumno: Luis Enrique Rodríguez Ramírez  
Fecha de lectura: Curso 2018/2019  
Calificación: Sobresaliente
  
29. *La publicidad emocional*  
Alumna: Paloma Mora-Rey Aranguéz  
Fecha de lectura: Curso 2018/2019
  
30. *La relación entre los jóvenes y el teatro: Propuesta de campaña gráfica*  
Alumna: Diana Escobar Flor  
Fecha de lectura: Curso 2018/2019
  
31. *Solo contaré mi historia*  
Alumno: Enrique Morcillo Rodríguez  
Fecha de lectura: Curso 2018/2019
  
32. *Manual de marca de la tienda Bohemian B*  
Alumna: Marta Noval Sánchez de Toca  
Fecha de lectura: Curso 2018/2019



33. *French Liberté. Etam España*  
Alumno: Lola Rodríguez Pérez  
Fecha de lectura: Curso 2018/2019  
Calificación: Sobresaliente
34. *La representación del estereotipo femenino y el tabú menstrual*  
Alumna: Claudia Bennasar Bonnín  
Fecha de lectura: Curso 2017/2018  
Calificación: Sobresaliente
35. *Análisis del discurso de las jóvenes millennials sobre instagram*  
Alumna: Elena Campo Soler  
Fecha de lectura: Curso 2017/2018  
Calificación: Sobresaliente
36. *Fotografía de producto*  
Alumna: Claudia Pérez Hernández  
Fecha de lectura: Curso 2017/2018
37. *Síndrome de Asperger y publicidad*  
Alumna: Lucía Hidalgo Gallego  
Fecha de lectura: Curso 2017/2018  
Calificación: Matrícula de honor
38. *Proyecto de construcción de marca Salinas*  
Alumna: Julía María Núñez Domínguez  
Fecha de lectura: Curso 2017/2018  
Calificación: Sobresaliente
39. *El Branded Content y el análisis de su eficacia mediante una tecnología neurocientífica*  
Alumna: María Ros Ginard  
Fecha de lectura: Curso 2017/2018

40. Análisis de la actividad en Twitter de Donald Trump  
Alumna: Aarón Rey Lago  
Fecha de lectura: Curso 2017/2018  
Calificación: Sobresaliente

## 1.6 Otros méritos relacionados con la actividad docente

1. Premio Extraordinario de Tesis Doctoral en año 1992 por la tesis "Proceso de socialización de la publicidad televisiva en niños de educación infantil". Aprobado en el año 1994.
2. Miembro de la Comisión de Igualdad de la Facultad Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.
3. Miembro de la Junta de Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.
4. Miembro de la Comisión de Estudios de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.
5. Participación en proyecto Cultura por la paz, en la Universidad de Sao Paulo Brasil y Universidad Politécnico Gran Colombiano, como profesora cooperante a nivel internacional en educación en materia audiovisual.
6. Impartición de talleres de alfabetización digital y publicitaria, en colegios públicos y privados de la Comunidad de Madrid y Segovia.
7. Miembro del Consejo de Protección de la Infancia (CIPI).
8. Pertenece a la Red de innovación educativa del ICE de la UA.
9. Miembro del Jurado del Festival El Chupete.

## ***2. Actividad Investigadora***

## 2.1 Publicaciones científicas, libros y capítulos de libros, creaciones artísticas profesionales etc. atendiendo a su relevancia y calidad en el ámbito de conocimiento y, en su caso, en el perfil de la plaza objeto de concurso. a trayectoria docente

### 2.1.1 Artículos científicos

Feijoo, B; López-Martínez, A; Núñez, P (2022). Cuerpo y dieta como argumentos de venta: percepciones de los adolescentes españoles sobre la incidencia de los influencers en su ideal de apariencia física. *Profesional de la Información*, v. 31, n. 4, e310412. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.jul.12>

Indexación: SJR 2021 Q1; JCR 2021 Q2

Rodrigo-Martín, I; Mañas-Viniegra, Luis; Rodrigo-Martín, L; Núñez, P (2022). Catequesis visual: análisis iconográfico de las imágenes de los catecismos escolares en la educación franquista (1939-1975). *ILU, Revista de Ciencias de las Religiones*, 26, 117-136. <https://doi.org/10.5209/ilur81831>

Indexación: SJR 2021 Q4

Larrañaga, K.P.; Monguí, M.M.; Rangel, C; Núñez, P (2022). Confinamiento y actividad comunicativa en línea de los niños y las niñas en España. *Palabra Clave*, 25(1), e2519. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.1.9>

Indexación: SJR 2021 Q2

Robayo, O; Rojas, S; Núñez, P (2021). Parents' literacy on mobile advertising aimed at children: a cross-cultural approach. *Young Consumer*, 23 (2), 255-281. <https://doi.org/10.1108/YC-05-2021-1331>

Indexación: SJR 2021 Q1

Zamith, F; Mañas, L; Núñez, P (2021). Cognitive perception of native advertising in the Spanish and Portuguese digital press. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1919536>.

Indexación: JCR 2021 Q1, SJR 2021 Q1

- Álvarez, E; Núñez, P; Mañas, L (2021). Efecto híbrido en la demanda del profesional publicitario: un reto ante la transformación digital en la publicidad. *Palabra clave*, 24(2), e2424. <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.2.4>  
Indexación: SJR 2021 Q2
- Núñez, Patricia; Larrañaga, K.P.; Rangel, C; Ortega, F (2021). Critical analysis of the risks in the use of the internet and social networks in children and adolescents. *Frontiers in psychology*, 12:683384. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.683384>  
Indexación: JCR 2021 Q1; SJR 2021 Q1
- Núñez, P; Rodrigo, L; Rodrigo, I; Mañas, L (2020). Autoconfianza y expectativas de carrera profesional en los menores en función del género. El uso de la creatividad para determinar el modelo aspiracional. *Espacios*, 41, 41-57. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n46p05>  
Indexación: SJR 2019 Q3
- Cáceres, M.D.; Brändle, G; Núñez, P (2020). Trayectorias e intensidad en la participación online. *Chasqui*, 144, 241-258. <http://dx.doi.org/10.16921/chasqui.v0i144.3255>  
Indexación: ESCI
- Abuín, N; Sierra, J; Núñez, P; Mañas, L (2020). Coronavirus pandemic news coverage in Spanish digital media. *Hipertext.net*, 2020, 21, 15-26. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.02>  
Indexación: Dialnet Métricas 2020 Q1
- Núñez, P; Sánchez, J; Pintado, T (2020). Children's engagement with brands: from social media consumption to brand preference and loyalty. *Sustainability*, 12 (22), 9337. <https://doi.org/10.3390/su12229337>  
Indexación: JCR 2020 Q2; SJR 2020 Q1

Núñez, P.; Abuín, N.; Sierra, J.; Mañas, L. (2020). The Spanish press approach throughout the Covid-19 crisis. An analysis of framing through the front pages of the main national newspapers. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 41-63. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1468>  
Indexación SJR 2020 Q2

Núñez, P (2020). Children, COVID 19 and the Media; a study on the challenges children are facing in the 2020 coronavirus crisis. *Television*. [https://www.br-online.de/jugend/izi/english/publication/television/33\\_2020\\_E/Goetz\\_Mendel\\_Lemish-Children\\_COVID-19\\_and\\_the\\_media.pdf](https://www.br-online.de/jugend/izi/english/publication/television/33_2020_E/Goetz_Mendel_Lemish-Children_COVID-19_and_the_media.pdf)

Ferrer, M; Núñez, P (2020). Análisis de la eficacia publicitaria de las campañas de influencers en redes sociales a través del análisis de contenido. *Creatividad y sociedad*, 33, 61-93. <http://creatividadysociedad.com/wp-admin/Art%C3%ADculos/33/33.pdf>  
Indexación: Latindex 2020 Q2

Núñez, P; Álvarez, A; Ortega, F; Álvarez, E (2020) Neuromarketing Highlights in how Asperger syndrome youth perceive advertising. *Frontiers in Psychology*, 11:2103. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02103>  
Indexación: JCR 2020 Q2; SJR 2020 Q2

Hänninen, L.I.; Byrge, C; Núñez, P; Tang, C; Brødum, K; Pulis, S (2020). Testing the Effects of Digital Gamified Creativity Training. *Journal of Creativity and Business Innovation*, 6, 5-17. [https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/392912794/Hanninen\\_et\\_al\\_2020.pdf](https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/392912794/Hanninen_et_al_2020.pdf)

Núñez, P; Ortega, F; Lagarraña, K.P (2020). Habits of use and consumption of smart screens among children from 7 to 9 years old in Spain. *Revista Mediterránea*, 12(1), 191-204. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM000009>  
Indexación: Dialnet Métricas 2020 Q1; FECYT 2020 Q1; SJR 2021 Q2

Núñez, P; Rodrigo, L; Rodrigo, I; Mañas, L (2020). Tendencias de consumo y nuevos canales para el marketing en menores y adolescentes. La generación Alpha en España y su consumo tecnológico. *Risti*, 34, 39-408. <http://www.risti.xyz/issues/ristie34.pdf>

Indexación: SJR 2020 Q4

García, F.J; Zurian, A.F; Núñez, P (2020). Los estudios de género en los grados de comunicación. *Comunicar, Revista de Medios de Comunicación y Educación*, 63(18). <https://doi.org/10.3916/C63-2020-02>

Indexación: JCR 2020 Q1; SJR 2020 Q1

Mañas, L; Núñez, P; Tur, V (2020) Neuromarketing as an strategic tool for predicting how instagramers have an influence on the personal identity of adolescents and young people in Spain. *Heliyon*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03578>

Indexación: SJR 2020 Q1

Núñez, P; Álvarez, E; Cutillas, M.J. (2020). Cine como herramienta de aprendizaje creativo en; Educación Primaria. *Estudios sobre Educación*, 38, 233-251. <https://doi.org/10.15581/004.38.233-251>

Indexación: SJR 2020 Q3

Byrge, C; Núñez, P (2019). Think piece: New perspectives for the role of creativity in education. *Journal of creativity and business innovation*, 5, 104-108. <https://vbn.aau.dk/en/publications/new-perspectives-for-the-role-of-creativity-in-education>

Brondum, K; Hänninen, L.I; Núñez, P; Byrge, C; Tang, C; Dingli, S.M; Pulis, S (2019). Online gamified training for business innovation: examining an embodied gamified e-learning module on creativity. *Journal of creativity and business innovation*, 5, 62 - 75. <https://vbn.aau.dk/en/publications/online-gamified-training-for-business-innovation-examining-an-emb>

Tur, V; Núñez, P; Martínez, E (2019). YouTube, menores y cultura colaborativa. Revisión bibliográfica de la investigación académica. *Historia y Comunicación Social*, 24 (1), 331-351. <https://doi.org/10.5209/hics.64498>  
Indexación: SJR 2019 Q2

Miguélez, B; Núñez, P; Mañas, L (2019). La Realidad Virtual Inmersiva como herramienta educativa para la transformación social: Un estudio exploratorio sobre la percepción de los estudiantes en Educación Secundaria Postobligatoria. *Aula Abierta*, 48, 157-166. <https://doi.org/10.17811/rifie.48.2.2019.157-166>  
Indexación: SJR 2019 Q2

Rodrigo, I; Núñez, P; Rodrigo, L (2019). La educación como herramienta de cambio social: Educación en valores y violencia de género. *Interdisciplina*, 7(17). [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-57052019000100008&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-57052019000100008&script=sci_arttext)  
Indexación: Latindex

Dingli, S; Pulis, S; Byrge, C; Núñez, P (2018). Learning perspectives on digital embodied creativity training. *Journal of creativity and business innovation*, 4, 111-123. [https://www.researchgate.net/publication/340389183\\_Learning\\_Perspectives\\_on\\_Digital\\_Embodied\\_Creativity\\_Training](https://www.researchgate.net/publication/340389183_Learning_Perspectives_on_Digital_Embodied_Creativity_Training)

Tur, V; Núñez, P (2018). Grupos académicos españoles de investigación en Comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 31 (4), 173-192. <https://doi.org/10.15581/003.31.4.173-192>  
Indexación: SJR 2018 Q2

Rodrigo, L; Rodrigo, I; Núñez, P (2018). Propaganda y educación. Estudio de la propaganda en la historia educativa española (1900-1975). *Etic@net*, 18 (1), 133-172. <https://doi.org/10.30827/eticanet.v18i1.11886>  
Indexación: Dialnet Métricas 2018 Q3



- Tur, V; Núñez, P; González, M.J (2018). Menores influyentes en YouTube. Un espacio para la responsabilidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1211-1230. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1303>  
Indexación: SJR 2018 Q2
- Álvarez, E; Núñez, P; Olivares, J.P (2018). Perfiles profesionales y salidas laborales para graduados en publicidad y relaciones públicas: de la especialización a la hibridación. *Profesional de la Información*, 27(1), 136-148. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.13>  
Indexación: JCR 2018 Q2; SJR 2018 Q1
- Álvarez, E; Núñez, P; Rodríguez, C (2017). Adquisición y carencia académica de competencias tecnológicas ante una economía digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 540-559. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1178>  
Indexación: SJR 2017 Q2
- Álvarez, A; Núñez, P (2016). Communication strategies in civil movements: «Marea Blanca», «Marea Verde» and Telemadrid's mobilization. *Obets*, 11, 53-74. <https://doi.org/10.14198/OBETS2016.11.1.03>  
Indexación: SJR 2016 Q3
- Núñez, P; Higuera, M; Lamelas, B; Estabales, M.J (2016). Competencias y alfabetización mediática en Primaria. *Prisma social*, 311-337. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1323>  
Indexación: SJR 2016 Q3
- Torres, R.M; Lorenzo, C; Magallón, S; Núñez, P; Quiles, M<sup>a</sup>C; Monserrat, J; Santa, A; Herrero, L (2016). Didáctica para el fomento de emprendimiento en el grado en publicidad y relaciones públicas. Análisis de metodologías y contenidos. *Revista Opción*, 32, 898-919. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/59732>  
Indexación: SJR 2016 Q3

Falcón, L; Díaz, M.J; Núñez, P (2016). Publicidad y sexismo analizados en grupos de discusión de preadolescentes. *Infancia y Aprendizaje*, 39, 244-274. <https://doi.org/10.1080/02103702.2015.1133089>

Indexación: SJR 2016 Q2

Núñez, P; Álvarez, E; Higuera, M (2015). Nuevas tendencias de aprendizaje vinculadas a territorios de participación. *Revista de Estudios de Juventud*, 190, 147-163. [http://www.injuve.es/sites/default/files/cap8\\_109.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/cap8_109.pdf)

Indexación: Dialnet Métricas 2016 Q2

Núñez, P; Falcón, L (2014). Advertising literacy: los nuevos formatos publicitarios. Un estado de la cuestión. *Icono 14*, 15, 41-53. <https://www.icono14.es/images/documents/editorial/coleccion/actas/cici1-2014.pdf>

Indexación: Dialnet Métricas 2016 Q1.

Torres, R.M; Núñez, P; Hänninen, L.I (2014). Proyectos participativos y transversales como base de aprendizaje de una visión crítica y socialmente responsable de la comunicación. *Historia y Comunicación Social*, 19, 443 - 456. [https://www.doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2014.v19.44976](https://www.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.44976)

Indexación: SJR 2014 Q3

García, M; Tejerina, M; Núñez, P (2014). Blogs: Actitudes hacia la sostenibilidad a través de su estudio semántico. *Icono 14*, 10(10), 1-25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5394857>

Indexación: Dialnet Métricas 2016 Q1

Lacasa, P; García, M.R; Núñez, P (2014). Adolescents Media experiences in the classroom: Simcity as a cultural model. *Journal of education and training studies*, 2, 103-11. <https://doi.org/10.11114/jets.v2i1.246>

Calvo, E; García, M.L; Núñez, P (2013). El periodismo económico y su desarrollo y expansión en la web 2.0. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(1), 35 - 51. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.n1.42506](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n1.42506)

Indexación: SJR 2013 Q3

- Núñez, P; Álvarez, E (2013). Social networks as an element of interaction and content building in the classroom: Participatory culture through Facebook. *Historia y Comunicación Social*, 18, 53-62. [https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2013.v18.44225](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44225)  
Indexación: SJR 2013 Q2
- Núñez, P; García, A.; Abuín, N. (2013). Profesionales digitales en publicidad y comunicación. Una aproximación a las necesidades del mercado laboral. CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 18, 177-187. [https://doi.org/10.5209/rev\\_CIYC.2013.v18.41723](https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2013.v18.41723)  
Indexación: Dialnet Métricas 2016 Q1; InRecs 0.053 (Q1)
- García, M.L; García, F; Núñez, P (2012). Eficacia en publicidad de respuesta directa. El caso de una campaña de seguros para la automoción. *Economía industrial*, 385, 161-171. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/385/%C3%8DNDICE.pdf>
- Núñez, P; Teisera, S; García, M.L (2012). La profesión en el aula. Cómo investigar y aplicar la profesión en el futuro: el caso del community manager, diseño e investigación en TIC. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 951-957. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41065>
- Díaz, P; Núñez, P (2012). Corporalidad femenina, autoestima y discurso de moda: un estudio cualitativo en el número Medios de Comunicación, publicidad y género. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 7, 207-227. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i7.911>
- Núñez, P; García, M.L; Hermida, L (2012). Tendencias de las relaciones sociales e interpersonales de los nativos digitales y jóvenes en la web 2.0. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 179-206. <https://doi.org/10.4185/RLCS-067-952-179-206>  
Indexación: SJR 2012 Q4

Vivar, H; García, A.L; Abuín, N; Vinader, R; Núñez, P, Martín, M.A (2011). La innovación educativa en la enseñanza superior: Facebook como herramienta docente. *Vivat Academia*, 17, 737-756. <https://doi.org/10.15178/va.2011.117E.530-544>

Álvarez, A; Núñez, P (2011). Eficacia de las redes sociales científicas en la enseñanza superior: el uso de gnos. *Icono* 14, 1, 127-141. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4125516>

Núñez, P; García, M.L; Llorente, C (2011). Importancia de la figura del planner: sus competencias reales. Aportación y evolución como representante del consumidor en las empresas publicitarias. *aDResearch*, 3, 8-27. <https://doi.org/10.7263/adresic-003-06>

García, M; Niño, J.I; Núñez, P (2011). Nuevas perspectivas de la publicidad en el teléfono móvil. Relación de los usuarios y la tecnología. *Área Abierta*, 29, 1-26. <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/36200>

Núñez, P; García, M.L (2011). Nativos digitales y nuevas tecnologías: implantación en la universidad. *Educação Temática Digital*, 12, 73-91. <https://doi.org/10.20396/etd.v12i0.1204>

García, M.L; Núñez, P (2010). Nativos digitales y redes sociales. *Derecom: Revista online especializada en derecho de la comunicación*, 3, 1-10. <http://www.derecom.com/component/k2/item/127-nativos-digitales-y-redes-sociales>

Núñez, P; Llorente, C; García, M.L (2010). La marca en la hipermedia. *Creatividad y Sociedad*, 15, 1-41. <http://creatividadysociedad.com/creatividad-arte-y-mujer>

- Cáceres, M.D; Díaz, P; García, F; García, M.L; López, M; Núñez, P (2010). Construcción social de la realidad en los nativos digitales: una revisión teórica desde la narrativa y la teoría del hipertexto. *Prisma Social*, 3, 1-21. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744577008>
- Núñez, P (2010). Una nueva publicidad para una sociedad digitalizada. Actas Congreso Sociedad Digital Febrero 2010. *Icono 14*. [https://www.researchgate.net/publication/269984987\\_Actas\\_del\\_II\\_Congreso\\_Internacional\\_Sociedad\\_Digital\\_Espacios\\_para\\_la\\_Interactividad\\_y\\_la\\_InmersionVol\\_I\\_y\\_II?channel=doi&linkId=549abf190cf2fedbc30e30bb&showFulltext=true](https://www.researchgate.net/publication/269984987_Actas_del_II_Congreso_Internacional_Sociedad_Digital_Espacios_para_la_Interactividad_y_la_InmersionVol_I_y_II?channel=doi&linkId=549abf190cf2fedbc30e30bb&showFulltext=true)
- Núñez, P (2009). Tendencias de Investigación en Audiovisual: Teorías sobre el hipertexto. *Admira*, 1, 142 - 154. [http://institucional.us.es/revistas/AdMIRA/2009/1.2.4\\_Teorias\\_sobre\\_hipertexto.pdf](http://institucional.us.es/revistas/AdMIRA/2009/1.2.4_Teorias_sobre_hipertexto.pdf)
- García, J; Núñez, P, Rodríguez, A (2009). Inmigrantes y Nuevas Tecnologías: prospectiva cualitativa. *Icono 14*, 7, 253-262. <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/344>
- Cáceres, M.D; Ruíz, J.A; Núñez, P; García, F; Gértudix, M (2009). Experiencias, hábitos y relaciones interpersonales de los nativos digitales en la red. *Trípodos*, 1, 349-358. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8418608>
- García, M.L; Núñez, P (2009). Bloggers y su influencia en la imagen de marca. *Icono 14*, 242-252. <https://doi.org/10.7195/ri14.v7i1.343>
- Núñez, P; Rodríguez, A; García, J (2008). Aportaciones de la investigación cualitativa sobre videojuegos. *Doxa Comunicación*, 6, 297-315. [https://www.researchgate.net/publication/330462040\\_Aportaciones\\_de\\_la\\_investigacion\\_cualitativa\\_sobre\\_videojuegos](https://www.researchgate.net/publication/330462040_Aportaciones_de_la_investigacion_cualitativa_sobre_videojuegos)

Núñez, P (2007). Eric Berne, técnico de la comunicación. *Doxa Comunicación*, 5, 263-266. <https://recyt.fecyt.es/index.php/doxacom/article/view/36189>

## 2.1.2 Libros

Núñez, P (2022). *La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación en España*. Ed. Comunicación social ediciones y publicaciones.  
ISBN 978-84-17600-62-4. Indexado en SPI.

Núñez, P (2015). *Jóvenes digitales. Talleres interactivos*, 2015. (AppleID: 1053801666). <https://proyectos.uah-gipi.org/wp-content/uploads/2016/03/2015-10-29-TELEF-VOL-1-UploadRED.pdf>

Núñez, P (2015). *Redes sociales en la adolescencia*. AppleID: 1050728118 <https://books.apple.com/es/book/redes-sociales-en-la-adolescencia/id1050728118>

Núñez, P (2015). *Claves de la comunicación para niños y adolescentes: experiencias y reflexiones para una comunicación constructiva*. Ed. Fragua Libros, 2015.  
ISBN 978-84-7074-668-0. Indexado en SPI.

Ron, T; Álvarez, A; Núñez, P (2014). *Bajo la Influencia del Branded Content, efectos de los contenidos de marca en niños y adolescentes*. Ed. ESIC, 2014. ISBN 8473567412. Indexado en SPI.

Hänninen, L.I; Núñez, P (2013). *Mujeres refugiadas y medios: análisis de la visibilidad mediática de las refugiadas en los periódicos españoles*. Ed. Fragua Libros, 2013.  
ISBN 9788470745980. Indexado en SPI.

Ron, R; Álvarez, X.A; Núñez, P (2013). *Niños, adolescentes y redes sociales*. Ed. ESIC, 2013.

ISBN 9788473569064. Indexado en SPI.

Ron; R; Álvarez, X.A; Núñez, P (2013). *Smartphones y tablets ¿enseñan o distraen?* Ed. ESIC, 2013.

ISBN 978-84-7356-909-5. Indexado en SPI.

Núñez, P (2012). *Estudio de las campañas de drogas desde la perspectiva de género. Unión de Asociaciones y Entidades de atención al drogodependiente*, 2012.

Hänninen, L.I; Núñez, P; Mangas, M.L (2009). *Guía para la utilización de un lenguaje no sexista*. Fundación ONCE, 2009

Núñez, P (2009). *Marketing, comunicación y sensibilización en Entidades no lucrativas*. Biblioteca Centro Asociado UNED, 2009.

ISBN 9788469192795.

Núñez, P; Rodríguez, J; García, T (2008). *Aplicaciones avanzadas del método docente de proyectos social/cultural real*. Universidad Complutense de Madrid, 2008.

ISBN 9788496702271. Indexado en SPI.

Núñez, P (2008). *El Proceso de socialización del niño a través de la publicidad televisiva*. Ed. CERSA, 2008.

ISBN 978-84-92539-04-8.

Núñez, P (1998). *El estado de la publicidad y el corporate en España 1998*.

ISBN 8460095509.

Núñez, P (1997). *Los nuevos escenarios de la publicidad entre lo local y lo global*. Ed. Edipo.

ISBN 84-88365-07-1.

### 2.1.3 Capítulos de libros

Álvarez, A; Núñez, P (2022). Estudio multimodal de cómo los jóvenes con autismo leve perciben los contenidos de las campañas de publicidad, en *Audiovisual e Industrias Creativas, Presente e Futuro* (pp. 633-648). Ed. McGraw Hill: Madrid.

ISBN 9788448627348. Indexado en SPI.

Ortega, F; Núñez, P (2021). Barómetro de los hábitos de uso y consumo en tabletas y teléfonos inteligentes en España: las diferencias reveladas, en *Prosumidores emergentes: redes sociales, alfabetización y creación de contenidos* (pp. 359-392). Editorial Dykinson: Salamanca.

ISBN 978-84-1377-586-9. Indexado en SPI.

Ortiz, M.A; Núñez, P; Gálvez, M.A (2021). Digital platforms, participation and learning environments within MOOCs, en *MOOCs and the Participatory Challenge* (pp. 39-56). Ed. Springer.

ISBN 978-3-030-67314-7. Indexado en SPI.

Núñez, P (2021). Consumo y medios audiovisuales. Generación Alpha, en *Guía de mínimos necesarios para la regulación de la comunicación audiovisual en la infancia y la adolescencia* (pp. 221-234). Ed. Aranzadi Thomson Reuters: Navarra.

ISBN 9788413902166. Indexado en SPI.

Núñez, P; Mañas, L; Lavin, J (2021). La articulación creativa de contenidos de marcas de gran consumo orientadas hacia un propósito, en *El Branded Content en la comunicación posdigital: estructuras, aplicaciones y casos de éxito* (pp. 79-105). Ed. Tirant Lo Blanch: Valencia.

ISBN 9788418534041. Indexado en SPI.



- Núñez, P; Martínez, E; Chériguy, F (2021). Entertainment or advertising? YouTube channels displaying content created by kids, en *Cultural and Creative Industries of Childhood and Youth: An interdisciplinary exploration of new frontiers* (pp. 63-87). Ed. Peter Lang: Bruxelles. ISBN 978-2-8076-1603-5. Indexado en SPI.
- Núñez, P; Mañas, L; Miguélez, B (2020). Neurocomunicación aplicada a la concienciación de las marcas sobre estereotipos de género en las campañas premiadas en Cannes Lions, en *Contenidos Comunicacionales de Vanguardia* (pp. 337-350). Ed. Tirant Lo Blanch: Madrid. ISBN 9788418534409. Indexado en SPI.
- Álvarez, E; Núñez, P (2020). Efectividad del uso de herramientas digitales en el desarrollo académico de estudiantes universitarios, en *Alfabetización Informacional para la gestión del conocimiento en la Universidad* (pp. 49-74). Ed. Universidad Estatal de Sonora: México. ISBN 978-607-9499-52-5.
- Núñez, P; Mañas, L; Miguélez, B (2020). Branded content: Analysis of case Studies; and measurement of its effectiveness using neuromarketing techniques, en *Handbook of Research on Transmedia Storytelling, Audience Engagement, and Business Strategies* (pp. 215–238). Ed. IGIglobal: Hershey (EE. UU.). ISBN 9781799831204. Indexado en SPI.
- Núñez, P; Álvarez, E (2020). Perfil digital en publicidad y redes sociales, en *Las redes sociales como herramienta de comunicación persuasiva* (pp. 877–894). Ed. McGraw Hill: Madrid. ISBN 978-84-486-2033-2. Indexado en SPI.

Hänninen, L.I; Núñez, P; Ramos, D (2019). Creativity training gone digital: Exploring the training experience for online creativity training on communication students, en *Nuevas Técnicas Docentes* (pp. 175–190). Ed. Pirámide: Madrid.

ISBN 978-84-368-4261-6. Indexado en SPI.

Álvarez, X.A; Núñez, P (2019). Efficiency of virtual campus in High education communication studies, en *Trends And Innovation In Higher Education* (pp. 11 – 17). Ed. Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences Press: United States.

ISBN 978-1-312-18539-5.

Núñez, P (2019). Global mapping of gender in higher education, en *Gender, Media & ICTs, New approaches for research, education & training*. Ed. Unesco: France.

ISBN 9789-231-003-202.

Tur-Viñes, V; Núñez, P (2018). La descoordinación de la investigación en España. Un estudio de la actividad de los grupos académicos españoles en comunicación, en *Investigar en la era neoliberal. Visiones críticas sobre la investigación en comunicación en España* (pp. 227-250). Ed. Aldea Global: Bellatera.

ISBN 978-84-17429-35-5.

Núñez, P; Rodrigo, I; Rodrigo, L (2018). Comunicación, educación y Nuevas Tecnologías: las claves de la educación del futuro, en *Comunicación e información digital* (pp. 207-221). Ed. Egregius.

ISBN 978-84-17270-33-9.

Núñez, P; Rodrigo, I; Rodrigo, L (2018). Creatividad e infancia: Contextos creativos y proyectos educativos basados en la creatividad, en *Creatividad en publicidad: Del impacto al comparto* (pp. 391–412). Ed. Dykinson: Madrid.

ISBN 978-84-9148-567-4. Indexado en SPI.

- Núñez, P; Hänninen, L.I (2017). Information and Disinformation Through Advertising Literacy in Communication Studies: Action Research and Real Social Projects, en *Commercial Communication in the Digital Age: Information Or Disinformation?* (pp.37-56). Ed. De Gruyter: Germany. ISBN 978-3-11-041650-3. Indexado en SPI.
- Núñez, P; Toledano, F (2017). La formación de la creatividad: una instantánea de los grados universitarios en *El creativo publicitario en la era digital: nuevos roles y destrezas profesionales* (pp. 117-124). Ed. Síntesis: Madrid. ISBN 978-84-9171-067-7. Indexado en SPI.
- Duojiezhaki; Núñez, P (2016). El análisis de la técnica de usabilidad de las páginas web, en *Innovación universitaria Digitalización 2.0 y excelencia en contenidos* (pp. 177-193). Ed. Mcgraw Hill: Madrid. ISBN 9788448612719. Indexado en SPI.
- Rodríguez-Crespo, C; Núñez, P (2016). La estrategia Europa 2020 y las tendencias en contenidos digitales como respuesta al desempleo juvenil, en *Tendencias en el ecosistema mediático* (pp. 177-188). Ed. Dykinson: Madrid. ISBN 978-84-9085-853-0. Indexado en SPI.
- Núñez, P (2016). Virtual environments of learning: index of improvement in Palm Beach, en *Journal of alternative perspectives of social sciences, cutting edge learning processes in higher education*. Ed. Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences: EEUU. ISBN 978-1-312-18819-8.
- Núñez, P; Álvarez, E (2016). Indicadores de mejora en los ambientes virtuales de aprendizaje, en *Procesos de aprendizaje de vanguardia en la Enseñanza Superior* (pp. 117-134). Ed. Vision Proje&Events. ISBN 978-84-15705-23-9.

Núñez, P; Álvarez, X.A (2016). La eficacia de los campus virtuales en los estudios superiores de comunicación, en *Nuevas tendencias en innovación educativa superior*. (pp. 37–50) Ed. Vision Projets&Events. ISBN 978-84-15705-11-6.

Cutillas, M.J; Establés, M.J; Núñez, P (2016). Children for better cities: un proyecto multidisciplinar sobre media literacy, en *Ciudades Creativas* (pp. 267–306). Ed. Icono 14: Madrid. ISBN 978-84-940289-9-1. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/49967>

Torres, R.M; Campillo, C; Magallón, S; Núñez, P; Quiles, M<sup>a</sup>C; Monserrat, J; Santa, A; Herrero, L (2015). RED interuniversitaria para el desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes del grado en publicidad y RRPP Emprende (pp. 189-196). Ed. Universidad De Alicante. ISBN 978-84-697-6536-4. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/49967>

Díaz-Aguado, M<sup>a</sup>J; Falcón, L; Núñez, P; Hänninen, L.I (2015). Media literacy and identity of the teenage students within fiction audiovisual narrative. Nordicom International Clearinghouse on Children, Youth and Media, en *Reflections on Media Education Futures* (pp. 225-237). Ed. Nordicom: Göteborg ISBN 978-91-87957-16-1.

Núñez, P; Falcón, L (2015). Alfabetización publicitaria: el recuerdo de la marca en los niños, en *Claves de la comunicación para niños y adolescentes. Experiencias y reflexiones para una comunicación constructiva* (pp.111-131). Ed. Fragua Libros: Madrid. ISBN 978-84-7074-668-0. Indexado en SPI.

Núñez, P (2015). Search Engine Data: Use in Social Media Campaign, en *Encyclopedia of Social Media and Politics*. Ed. George Washington University: Washington. Three volume set. ISBN 978-14-5224-471-6.

- Álvarez, A; Núñez, P (2014). A eficácia dos Campus Virtuais nos estudos superiores de comunicação, en *Novas Tendências em Inovação Educativa Superior* (pp. 41–49). Ed. Media XXI-Formalpress. ISBN 978-989-729-114-2.
- Núñez, P (2014). Universidad y solidaridad hacia una cultura participativa con proyectos sociales reales, en *El papel de la Universidad en los procesos de comunicación y cooperación para el desarrollo social y humano*. Ed. Fragua Libros: Madrid. ISBN 978-84-7074-591-1. Indexado en SPI.
- Núñez, P; García, P; Reyes, F (2014). Métodos innovadores de aprendizaje e interacción en la Educación superior: asignaturas de Tecnología digital y Realización Publicitaria en la Facultad de Ciencias de la Información, UCM, en *Experiencias en la adaptación al EEES* (pp. 413–423). Ed. McGraw-Hill: Madrid. ISBN 978-84-481-9743-8. Indexado en SPI.
- Torres, R.M; Núñez, P (2014). Identidad cultural, alfabetización mediática y pedagogía de valores humanos universales, en *Nuevas formulaciones de los contenidos docentes* (pp. 579–589). Ed. McGraw.Hill, Madrid. ISBN 978-84-481-9739-1. Indexado en SPI.
- Álvarez, E; Núñez, P (2014). Facebook en el proceso de enseñanza - aprendizaje estudio del grado de aceptación en el ámbito universitario, en *Estrategias innovadoras para la docencia dialógica y virtual* (pp. 41–54). Ed. Visión Libros: Madrid. ISBN 978-84-15965-95-4.
- Souza, C.G; Núñez, P; Falcon, L (2014). Media literacy, una experiencia audiovisual en primaria, en *Miscelánea sobre el entorno audiovisual en 2014* (pp. 497–512). Ed. Fragua Libros: Madrid. ISBN 978-84-7074-625-3. Indexado en SPI.

Núñez, P (2013). Representaciones de cuerpos infantiles en la comunicación publicitaria, en *Imagen, cuerpo y sexualidad. Representaciones del cuerpo en la cultura audiovisual contemporánea* (pp. 99-112). Ed. Ocho y Medio: Madrid.

ISBN 978-84-96582-87-3. Depósito legal: M-7130-2014.

Núñez, P (2013). La nueva generación de nativos digitales y la necesidad de una buena alfabetización audiovisual, en *Smartphones y tablets: ¿enseñan o distraen?: los efectos del marketing digital en niños y jóvenes* (pp. 127-135). Ed. ESIC: Madrid.

ISBN 978-84-7356-909-5. Indexado en SPI.

Núñez, P; Hänninen, L.I (2013). Nuevas formas de estimular en las aulas, la visión crítica y multidisciplinar para una comunicación socialmente responsable, en *Nuevas perspectivas modales para la enseñanza superior*. Ed. Visión Libros: Madrid.

ISBN 978-84-15965-94-7.

Núñez, P; Teixeira, S; García, M.L (2012). Nuevas herramientas publicitarias aplicadas a la docencia: adquisición de competencias profesionales aplicadas en el EEES, en *El EEES y lo 2.0 y 3.0*. Ed. Visión Libros.

ISBN 978-84-9011-592-3.

Núñez, P; Hänninen, L.I (2012). Campañas de prevención de drogas diseñadas por estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM para la Fundación Atenea, en *Comunicación y salud estrategias y experiencias en prevención, promoción y educación para la salud*. Ed. Fragua Libros: Madrid.

ISBN 978-84-7074-508-9. Indexado en SPI.

Hänninen, L.I; Núñez, P; Bueno, T (2012). Teaching communication and the real social project: coaching and mentoring methods as educational innovation, en *INTED2012 Proceedings* (pp .2914-2922). Ed. IATED.

ISBN 978-84-615-5563-5.

- Núñez, P; Vivar, H; Abuín, N; García, A (2011). Los nuevos grados en el espacio europeo de Educación Superior: Nuevos perfiles profesionales en el área de comunicación, en *Investigaciones educomunicativas en la sociedad multipantalla* (pp. 529–546). Ed. Fragua Libros. ISBN 978-84-7074-467-9. Indexado en SPI.
- Núñez, P (2011). La relación del espacio narrativo en el cómic, el lenguaje audiovisual y el relato hipermedia, en *Narrativas audiovisuales: mediación y convergencia* (pp. 217-229). Ed. Icono 14: Madrid. ISBN 978-84-939077-7-8.
- Álvarez, A; Núñez, P (2011). Eficacia de las redes sociales científicas en la enseñanza superior: el uso de Gnos, en *Actas II Congreso Internacional Sociedad Digital: espacios para la interactividad y la inmersión* (pp. 127-141). Ed. Icono 14: Madrid. ISBN 978-84-939077-5-4.
- Vivar, H; García, A; Abuín, N; Vinader, R; Núñez, P; Martín, M<sup>a</sup>A (2011). Las redes sociales aplicadas a la docencia universitaria: nuevas formas de interacción entre profesores y estudiantes, en *Las exigencias del EEES en las líneas de investigación de vanguardia* (pp. 245-264). Ed. Visión Libros: Madrid. ISBN 978-84-9008-122-8.
- Vivar, H; Abuín, N; Vinader, R; García, A.L; Núñez, P (2010). La Transición al EEES: la especificidad como vía para incrementar la tasa de inserción laboral de los titulados en Comunicación, en *Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación* (pp. 27–43). Ed. Fragua Libros: Madrid. ISBN 978-84-7074-398-6. Indexado en SPI.

Vivar, H; Abuín, N; Vinader, R; García, A.L; Núñez, P (2010). The transition to EHEA: specificity in training as a way to improve the Labour integration of Graduates in communication Studies en *Preparing for the Future: Studies in Communication Sciences in the EHEA* (pp. 73-87). Ed. Fragua Libros: Madrid.

ISBN 978-84-7074-399-3. Indexado en SPI.

Núñez, P (2010). Digital natives, digital media, a new way to learn; the use of the social networks at university classroom, en *ICERI2010 Proceedings* (pp. 3726-3732). Ed. IATED.

ISBN 978-84-614-2439-9.

Núñez, P (2010). Redes sociales, Facebook y educación, en *Los estudios de comunicación en España* (pp. 1-10). Ed. Colección Estudios de Comunicación Icono 14.

ISBN 978-84-938070-5-4.

Hänninen, L.I; Núñez, P (2010). El método docente de proyecto social real en la enseñanza de comunicación: bases metodológicas y últimas aplicaciones, en *Métodos de innovación docente aplicados a los estudios de Ciencias de la Comunicación* (pp. 379-396). Ed. Fragua Libros: Madrid.

ISBN 978-84-7074-397-9. Indexado en SPI.

Hänninen, L.I; Núñez, P (2010). The methodology of real social projects applied in NGOs: Latest advances carried out at the Faculty of Communication of the Complutense University of Madrid, en *EDULEARN10 Proceedings, 2nd International Conference on Education and New Learning Technologies* (pp. 4416-4426). Ed. ATED: Barcelona.

ISBN 978-84-613-9386-2.



Hänninen, L.I; Núñez, P; Rodríguez, J; García, M.T; Parras, A (2010).

Investigación y resolución de casos en el método docente de proyecto social real. Ed. Universidad Complutense De Madrid.

ISBN 978-84-96702-37-0. Indexado en SPI.

Núñez, P (2009). La Reputación corporative en Organizaciones no Lucrativas, en *Curso de gestión en Organizaciones no Lucrativas*. Biblioteca Centro Asociado UNED.

ISBN 978-84-691-9279-5.

Núñez, P; Fernández, E (2009). Consejos Audiovisuales y otros modelos de autoridades independientes de regulación del audiovisual, en *Infancia y televisión: políticas de protección de los menores ante los contenidos audiovisuales* (pp. 21-159). Ed. Fragua Libros: Madrid.

ISBN 978-84-7074-296-5. Indexado en SPI.

Hänninen, L.I; Núñez, P; Rodríguez, J (2008). Educational innovation using the methodology of real social projects: integrating real campaigns for NGOS in communication strategy teaching, en *EDULEARN10 Proceedings*. Ed. Universidad Complutense de Madrid.

ISBN 978-84-612-5091-2.

Núñez, P (2000). La Publicidad y el niño: un enfoque interdisciplinar, en *La imagen del niño en los medios de comunicación* (pp.209 – 220). Ed. Huerga y Fierro editores.

ISBN 84-8374-156-3. Depósito legal: M-38.553-2000.

## 2.1.4 Coordinación de publicaciones científicas

- Revista Mediterránea de Comunicación  
Coordinadora del monográfico "Branded content: nuevas formas de comunicación de marca" publicado en el volumen 1, 2022, de la revista.  
Indexación: SJR 2021 Q2.
- Revista Prisma Social  
Coordinadora del monográfico "Jóvenes y Nuevas formas de comunicación y marketing", en el Volumen 34, 2021.  
Indexación: SJR 2021 Q3.
- Revista Prisma Social  
Coordinadora del monográfico "Teens and Ads", en el Especial Nº1, 2016.

## 2.2 Ponencias y comunicaciones a congresos

### 2.2.1 Ponencias invitadas

#### **Núñez, Patricia**

#### **Communication rights, access to information and culture. Agenda and debates towards the future**

Invitada por Alaic, representante de ECREA (European Communication Research and Education Association) en el Congreso IAMCR 2022.

Lugar de celebración: Madrid

Año: 2022

#### **Núñez, Patricia**

#### **Decolonize and Add: Communication, Dialogues and Cooperation of Researchers and Associations**

Invitada por Alaic, representante de ECREA (European Communication Research and Education Association) en el Congreso IAMCR 2022.

Lugar de celebración: Madrid

Año: 2022

**Núñez, Patricia**

**Proyectos; desarrollados por UNESCO-UnitWIN España: vías de trabajo; Reunión internacional sobre resignificación en el ámbito de Género, en el marco de UNESCO-UNITWIN, con el lema una apuesta por la información, comunicación y educación responsable.**

Lugar de celebración: Alicante

Año: 2019

**Núñez, Patricia**

**Diagnóstico del uso y repercusiones de las pantallas en los menores Jornada “Día de internet segura 2019”, organizada por INCIBE.**

Lugar de celebración: Madrid

Año: 2019

**Núñez, Patricia**

**Modelo de consumo infantil y engagement de redes sociales I**

Congreso European Family Youth kids marketing Summit

Lugar de celebración: Madrid

Año: 2018

**Byrge, Christian; Núñez, Patricia; Hänninen, Liisa Irene**

**Presentación del Academy for Creativity**

IX Jornada Simposium Profesores de Creatividad

Lugar de celebración: Valencia

Año: 2018

**Núñez, Patricia**

**Desarrollo de la creatividad como competencia del S. XXI**

Jornadas de Expertos

Lugar de celebración: Universidad Pontificia Bolivariana

Año: 2018

## **Núñez, Patricia**

### **Estado de la Investigación en Europa**

Charlas de expertos en Publicidad, Seminario.

Lugar de celebración: Universidad Pontificia Bolivariana, Bogotá

Año: 2018

## **2.2.2 Comunicaciones a congresos**

Núñez, Patricia. (2022). Publicidad y Niños, una visión del estado de la cuestión, Evento Kids and Media Spain 2022. Barómetro Cátedra RTVE-USAL NJM, Salamanca, España.

Núñez, Patricia. (2022, Julio 5 - 7). Jóvenes e internet: actitudes hacia las redes sociales. Congreso Ecocidadania e Desenvolvimento Sustentável: diálogo para uma escola cidadã, Online, Portugal.

Feijóo, Beatriz; Núñez, Patricia; Cuesta, Ubaldo. (2022, Mayo 4 - 6). Analysis of teenagers' reactions to the persuasive content received from beauty and cosmetics brands through social networks. 10th Child and Teen Consumption Conference, Madrid, España.

Feijóo, Beatriz; Sábada, Charo; Núñez, Patricia. (2022, Mayo - 4 - 6). The role of influencers in consumption decisions among Spanish minors. 10th Child and Teen Consumption Conference, Madrid, España.

Hanninen, Liisa Irene; Núñez, Patricia; San Felipe, Laura. (2020). Exploring female MS patients social engagement in Sicily, Congreso Risewise Jam, Estocolmo, Suecia.

Núñez, Patricia. (2019). Barómetro de medición de audiencias infantiles. Congreso Children and Smartscreen, International Off-Year ECREA-CYM-2019, Salamanca, España.

Núñez, Patricia; Tur, Victoria. (2019). YouTubers menores y marca, Congreso Children and smartscreen, International Off-Year ECREA-CYM-2019, Salamanca, España.

Núñez, Patricia. (2019). Influencers and brands. Congreso IAMCR, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2018, Octubre 31 - Noviembre 3). Neuroscience as a tool to measure the effectiveness in Branded Content media piece, congreso ECREA (European Communication Research and Education Association) 7Th European Communication Conference, Lugano, Suiza.

Tur, Victoria; Núñez, Patricia. (2018, Abril 3 - 6). The relationship between Brands and YouTube. YouTubers. Strategies used by influencers better engagement, 8th International Child and Teen Consumption Conference, Angouleme, Francia.

Núñez, Patricia. (2017). Comunicación, educación y nuevas tecnologías. Las claves de la educación del futuro. VII Congreso Internacional de investigación en comunicación, Zaragoza, España.

Núñez, Patricia. (2016, Mayo 24 - 25). Tendencias en contenidos digitales en el contexto Europa 2020 y Estrategia Europea de empleo: revisión de las políticas públicas en España. I Congreso Internacional Nebrija PIATCOM, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2016, Mayo 24 - 25). Estudio de competencias digitales en alumnos de Méjico y España. I Congreso Internacional Nebrija PIATCOM, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2016). Alfabetización mediática y publicitaria como generadoras de participación y empoderamiento infantiles. Gira España por la infancia, Madrid, España.

- Núñez, Patricia. (2015). Competencias docentes en tecnología e interculturalidad. III Simposio internacional de innovación en educación, Capinas, Brasil.
- Núñez, Patricia. (2015, Noviembre 5 -6). Gender literacy through ads and kids in Primary school. Children and advertising in a contemporary art center Materials for advertising literacy. Congress Children, Adolescents and Advertising, Madrid, España.
- Núñez, Patricia. (2014, Noviembre 12 - 15). Adolescents online conversations: videogames as mediating tools. ECREA (European Communication Research and Education Association), Lisboa, Portugal.
- Núñez, Patricia. (2014, Octubre 22 y 23). Alfabetización mediática e identidad cultural y socio tecnológica: hacia una formación de conciencia ciudadana global desde la infancia. Congreso Internacional Universitario sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia (CUICIID), Online, España.
- Núñez, Patricia. (2014, Octubre 22 y 23). Métodos innovadores de aprendizaje e interacción en la educación superior: asignaturas de tecnología digital y realización publicitaria en la facultad de CCINFO, UCM. Congreso Internacional Universitario sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia (CUICIID), Online, España.
- Núñez, Patricia. (2014, Septiembre 18 y 19). Comunicación infantil en las redes sociales. Congreso sobre redes sociales e infancia, Valencia, España.
- Núñez, Patricia; Bernete, Francisco; López, M. Cristina. (2014). La conformación de escenarios de futuro en los textos científicos sobre videojuegos y entornos virtuales. I Congreso Internacional de Comunicación Infantil, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2014, Abril 24 y 25). Media literacy, una experiencia audiovisual en primaria. V Congreso Internacional de investigadores audiovisuales, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2014, Abril 23 - 25). Advertising literacy: educación para la igualdad a través de la publicidad con niños de primaria. V Workshop Internacional de investigación en Género y cultura audiovisual: representaciones de género, violencia y educación, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2014, Mayo 8 y 9). Advertising and consumer literacy. Congress The Media Education Futures, Tampere, Finlandia.

Núñez, Patricia. (2013, Febrero 14 y 15). Simcity and metropolis: new and old media in children lives. International media education seminar "My media playground", Tampere, Finlandia.

Núñez, Patricia. (2012, Octubre, 24 - 27). Video games, machinima and classical cinema in children's lives. Congress Digital Culture and Communication in ECREA (European Communication Research and Education Association), Estambul, Turquía.

Núñez, Patricia. (2012, Octubre, 24 - 27). The transition to EHEA: how to achieve better job placement rates for Communication Studies graduates in Spain. Congress ECREA (European Communication Research and Education Association), Estambul, Turquía.

Núñez, Patricia (2012). Representaciones del cuerpo dañado. Seminario Interuniversitario de investigación: Género, Estética y Cultura Audiovisual, Madrid.

Núñez, Patricia. (2012, Marzo 22 y 23). Universidad y solidaridad. Foro de Investigación en comunicación: papel de la universidad en los procesos de comunicación y cooperación para el desarrollo social y humano, Málaga, España.

Núñez, Patricia; Hänninen, Liisa Irene; Bueno, Tamara Rosa. (2012, Marzo 5 y 7). Teaching communication and the real social project: coaching and mentoring methods as educational innovation. 6th International Technology, Education and Development Conference, INTED2012, Valencia, España.

Núñez, Patricia. (2011). Regreso al futuro: perspectivas didácticas de las narrativas hipermedia. Jornadas de la didáctica de la narrativa audiovisual: innovación y perspectivas, Madrid, España.

Abuín, Natalia; García Alberto; Núñez, Patricia; Vinader, Raquel; Vivar, Hipólito. (2011, Octubre 18 y 19). Las redes sociales aplicadas a la docencia universitaria. Nuevas formas de interacción entre profesores y estudiantes. Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia (CUICIID), Madrid, España.

Abuín, Natalia; García Alberto; Núñez, Patricia; Vinader, Raquel; Vivar, Hipólito. (2011, Abril 24 y 25). Los nuevos grados en el EEES. Nuevos perfiles profesionales en el área de la Comunicación. V Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2011, Noviembre 10 - 12). Los nuevos grados en el espacio europeo de educación superior. Nuevos perfiles profesionales en el área de comunicación. IV Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales, Huesca, España.

Núñez, Patricia. (2011, Octubre 26 y 28). La marca digital. La ciudad comunicada. II Congreso Internacional de Ciudades Creativas, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2011, Octubre 24 - 26). Eficacia de las redes sociales científicas en la enseñanza superior: El uso de GNOSS. II Congreso Internacional, Sociedad digital, Espacios para la interactividad y la inmersión, Madrid, España.



Núñez, Patricia. (2011, Octubre 24 - 26). Una nueva publicidad para una sociedad digitalizada, II Congreso Internacional, Sociedad digital, Espacios para la interactividad y la inmersión, Madrid, 2011.

Núñez, Patricia. (2011). Las redes sociales aplicadas a la docencia universitaria: Nuevas formas de interacción entre profesores y estudiantes, Congreso Internacional Universitario sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia (CUICIID), Online, España.

Núñez, Patricia. (2011, Agosto 1 - 4). Educomunicacao e Facebook nas universidades españolas. I Congreso Mundial de Comunicación Ibero Americana, Sao Paulo, Brasil.

Núñez, Patricia. (2011, Julio 19 - 22). Social networking: how to use the Facebook to improve the university class motivation. 5th International multiconference on society, cybernetics and informatics (IMSCI), Orlando, Estados Unidos.

Hänninen, Liisa Irene; Núñez, Patricia. (2011, Julio 4 - 6). Educational innovation through real communication projects: University cooperation with UNHCR, Survival and AMREF Flying Doctors. EDULEARN 2011, 3rd International Conference on Education and New Learning Technologies, Madrid, Barcelona, España.

Núñez, Patricia. (2011). (2009, Mayo 22 y 23). Experiencias, hábitos y relaciones interpersonales de los nativos digitales en la red. V Congreso Internacional Comunicación y realidad, Barcelona, España.

Vivar, H; García, A; Núñez, P; García, M<sup>a</sup>L; Abuín, N; Vinader, R. (2011, Abril 28 y 29). Facebook como herramienta educativa en el ámbito universitario. Análisis de un caso práctico. III Congreso Sobre Metaversos, Web3D y Redes Sociales En Mundos Virtuales, Ibiza, España.

- Núñez, Patricia. (2011, Abril 28 y 29). Investigaciones inmersivas realizadas por el grupo de investigación Icono14. III Congreso Sobre Metaversos, Web3D y Redes Sociales En Mundos Virtuales, Ibiza, España.
- Núñez, Patricia. (2010, Octubre 12 - 15). Social networks applied to university teaching. New interaction ways between professors and students. 3rd Workshop Digital Culture: Innovative practices and critical theories of the European Communication Research and Education Association (ECREA), Hamburgo, Alemania.
- Vivar, H; García, A; Núñez, P; García, M<sup>a</sup>L; Abuín, N; Vinader, R. (2010, Octubre 12 - 15). New possibilities implied in introducing social networks as an educational tool. The case of Facebook. III European Communication Research and Education Association Conference (ECREA), Hamburgo, Alemania.
- Núñez, Patricia. (2010, Noviembre 15 - 17). Digital natives, digital media, a new way to learn: the use of the social networks at university classroom. International Conference of Education, research and innovation, Madrid, España.
- Núñez, Patricia. (2010). La relación del espacio narrativo en el cómic, el lenguaje audiovisual y el relato hipermedia. Seminario innovación didáctica en narrativa audiovisual, Madrid, España.
- Vivar, H; Abuín, N; García, L.G; Vibader, R; Núñez, P. (2010, Octubre 7 - 8). La transición al EEES: La especificidad como vía para incrementar la inserción laboral de los titulados en comunicación. I Congreso Internacional los estudios de comunicación en el EEES, Huesca, España.
- Núñez, Patricia. (2010, Octubre 7 - 8). El método docente de proyecto social real en la enseñanza de comunicación: bases metodológicas y últimas aplicaciones. I Congreso Internacional Los estudios de comunicación en el EEES, Huesca, España.

Núñez, Patricia; Hänninen, Liisa Irene. (2010, Julio 5 - 7) The methodology of real social projects applied in NGOs: Latest advances carried out at the Faculty of Communication of the Complutense University of Madrid. 2nd International Conference on Education and New Learning Technologies, Barcelona, España.

Núñez, Patricia. (2009, Octubre 26 - 28). Resultados del proyecto I+D sobre Nativos Digitales del grupo Socmedia. I Congreso Internacional Sociedad Digital: Contenidos y servicios en abierto para los ciudadanos, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2009, Octubre 26 - 28). Experiencias innovadoras en educación: caso real. I Congreso Internacional Sociedad Digital: Contenidos y servicios en abierto para los ciudadanos, Madrid, España.

Núñez, Patricia. (2009, Octubre 26 - 28). Presentación de resultados del proyecto IDI SOCNATIVODIGITA. I Congreso Internacional Sociedad Digital: Contenidos y servicios en abierto para los ciudadanos, Madrid, España.

Núñez, Patricia (2009, Octubre 22 y 24). La ciudad lúdica y sonora: la música en la ciudad. I Congreso de Ciudades Creativas, Madrid, España.

Núñez, Patricia (2009, Mayo 22 y 23). Experiencias, hábitos y relaciones interpersonales de los nativos digitales en la red. V Congreso Internacional Comunicación y realidad, Madrid, España.

Ruiz, J.A; Cáceres, M<sup>ª</sup>D; Núñez, P; García, F; Gértrudix, M. (2009, Febrero 12 y 13). Estudio de relaciones interpersonales de estudiantes universitarios en la red. XXIII Congreso Internacional de Comunicación. Excelencia e innovación de la comunicación, Pamplona, España.

Núñez, Patricia. (2008). Publicidad y futurismo. Jornada Cien años de futurismo, Madrid, España.

- Núñez, Patricia; Gértrudiz, M; Cáceres, M<sup>a</sup>D; García, F; Ruiz, J.A. (2008). Motivaciones, expectativas y percepciones de los nativos digitales españoles de sus experiencias en la red. *Sociedad y Tecnología. ¿Qué futuro nos espera?*, Alcalá de Henares, Madrid.
- Hänninen, Liisa Irene; Núñez, Patricia; Rodríguez, Julia. (2008, Noviembre 17 - 19). Educational innovation using the methodology of real social projects: integrating real campaigns in communication strategy teaching. Congreso ICERI 2008, Madrid, España.
- Núñez, Patricia. (2008, Noviembre 25 - 28). Motivations, expectations and perceptions of the digital natives Spaniards from their experiences of web. 2nd European Communication Research and Education Association Conference (ECREA), Barcelona, España.
- Núñez, Patricia. (2008). Aportaciones de la investigación cualitativa sobre videojuegos. Ciclo de otoño de comunicación, Madrid, España.
- Núñez, Patricia. (2008). Estudio de las relaciones interpersonales de los universitarios en la red. Internacional de Comunicación (XIII Congreso, Excelencia e Innovación en la red), Navarra, España.
- Núñez, Patricia. (2007). Aportaciones de la investigación cualitativa sobre videojuegos. Congreso de ocio audiovisual infantil y juvenil: riesgos, tendencias y propuestas, Madrid, España.
- Cáceres, M<sup>a</sup>Dolores; Núñez, Patricia. (1999). Tendencias actuales en la programación de televisión. III Congreso de Investigaciones Audiovisuales. Los Medios del tercer Milenio, Madrid, España.

### 2.2.3 Organización y colaboración en congresos y seminarios

1. **Congreso IAMCR**

Presidenta en Mesa Plenaria "Rights to communication, access to information and culture. Agenda and debates towards the future"

Lugar de celebración: Madrid

Año: 2022

2. **10th Child and Teen Consumption Conference, Congreso Internacional**

Directora y Organizadora

Lugar de celebración: Madrid

Año: 2022

3. **10th Child and Teen Consumption Conference, Congreso Internacional**

Miembro del Comité Científico

Lugar de celebración: Madrid

Año: 2022

4. **10th Child and Teen Consumption Conference, Congreso Internacional**

Miembro del Comité Científico Local

Lugar de celebración: Madrid

Año: 2022

5. **10th Child and Teen Consumption Conference, Congreso Internacional**

Moderadora de la Mesa Redonda "Products and communication for kids"

Lugar de celebración: Madrid

Año: 2022

6. **10th Child and Teen Consumption Conference, Congreso Internacional**  
Moderadora de la sesión plenaria de la segunda sesión  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2022
  
7. **10th Child and Teen Consumption Conference, Congreso Internacional**  
Moderadora de la sesión plenaria de la tercera sesión  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2022
  
8. **Congreso Internacional de Comunicación Especializada en la Sociedad de la Información**  
Presidenta  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2020
  
9. **ComMujeres: “La mujer ante las nuevas tecnologías de la Comunicación**  
Presidenta en Mesa Plenaria  
Lugar de celebración: Valladolid  
Año: 2020
  
10. **VII Congreso de la AEIC: “Comunicación y Diversidad”**  
Presidenta en Mesa Plenaria  
Lugar de celebración: Valencia  
Año: 2020
  
11. **Congreso Internacional de UNESCO sobre “Resignificación de género”**  
Presidenta en Mesa Plenaria  
Lugar de celebración: Alicante  
Año: 2019

12. **Congreso de la AEIC de Salamanca**  
Presidenta en Mesa Plenaria  
Lugar de celebración: Salamanca  
Año: 2018
  
13. **Congreso Internacional de ECREA: “Children, Adolescents & Advertising”**  
Presidenta  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2015
  
14. **Seminario Green Brands Workshop**  
Miembro del Comité  
Lugar de celebración: Finlandia  
Año: 2014
  
15. **Conferencia “Machinima and videogames”**  
Miembro del Comité  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2012
  
16. **Conferencia “Teaching communication and the real social project: coaching and mentoring methods as educational innovation”**  
Miembro del Comité  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2012
  
17. **III Jornada de Comunicación Solidaria: Las mujeres refugiadas. Jornada conjunta ACNUR-UCM**  
Comité del seminario  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2011

18. **III Congreso de Metaversos, Web 3.0 y redes sociales en mundos virtuales**  
Miembro del Comité Organizador  
Lugar de celebración: Ibiza  
Año: 2011
  
19. **II Jornada de Comunicación Solidaria UCM**  
Miembro del Comité  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2010
  
20. **I Jornada de Comunicación Solidaria. IX Semana de la Ciencia**  
Miembro del Comité Organizador  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2009
  
21. **Educational Innovation using the methodology of real social projects: integrating real campaigns for NGOS in communication strategy teaching**  
Miembro del Comité  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: 2008
  
22. **Congreso de Ciudades Creativas, Sociedad digital, investigadores del audiovisual**  
Miembro del Comité Científico Permanente  
Lugar de celebración: Madrid  
Año: Desde 2008



## 2.3 Dirección y participación en proyectos competitivos de investigación

### 1. **Sic-Spain Safe Internet for Kids 3.0**

Entidad financiadora: UE-DIGITAL-2021-TRUST-01-SAFERINTERNET/101083846

Presupuesto: 2.886.000,00 €

Duración: 30/06/2022 - 30/06/2024

Investigador principal: INCIBE

Investigadora principal UCM: Patricia Núñez Gómez

### 2. **EDIRE: Equality, Diversity and Inclusion for Research Enhancement in Bosnia Herzegovina /101060145**

Entidad financiadora: Horizon Europe

Presupuesto: 1.486.125,00 €

Duración: 01/09/2022 - 31/08/2025

Investigador principal: Juan Pavón/Olga Kolotouchkina

### 3. **STEP, HORIZON-WIDERA-2021-ACCESS-03 /101078933**

Entidad financiadora: Horizon Europe

Presupuesto: 1.449.125,0 €

Duración: 01/09/2022 - 01/09/2025

Investigadora principal: Paula Valente Correia

### 4. **ESRC: Research Grant, Branded Content Governance Project /ES/W007991/1**

Entidad Financiadora: UK Economic and Social Research Council

Presupuesto: \$700.000,00

Duración: 01/06/2022 - 01/06/2025

Investigador principal: Jonathan Hardy

Investigadora principal española: Patricia Núñez Gómez

5. **DIGITAL\_FIT: Cuerpo y dieta como argumentos de venta en redes sociales: Impacto del contenido de marca publicado por influencers en el imaginario del menor sobre su aspecto físico y hábitos de alimentación saludables**  
Entidad financiadora: Fundación MAPFRE  
Presupuesto: 23.000,00 €  
Duración: 01/01/2022 - 31/12/2022  
Investigadora principal: Beatriz Feijoo Fernández
  
6. **Milieu: Women, Disability; and Inclusion /952369**  
Entidad financiadora: Horizon 2020 - EU.4.b  
Presupuesto: 895.625,00 €  
Duración: 01/01/2021 - 01/01/2024  
Investigador principal: Juan Pavón
  
7. **Sic-Spain Safe Internet for Kids /INEA/CEF/ICT/A2020/2287177**  
Entidad financiadora: UE - CEF Telecom Call - Safer Internet  
Presupuesto: 1.426.262,55 €  
Duración: 01/01/2021 - 31/12/2021  
Investigador principal: INCIBE  
Investigadora principal UCM: Patricia Núñez Gómez
  
8. **SIC-SPAIN “Safer Internet Centre Spain” /INEA/CEF/ICT/A2020/1634424**  
Entidad Financiadora: UE - CEF Telecom Call - Safer Internet  
Presupuesto: 1.921.456,45 €  
Duración: 01/01/2019 - 31/12/2020  
Investigador principal: INCIBE  
Investigadora principal UCM: Mónica Puente Regidor

9. **Risewise: Rise women with disabilities in social engagement /690874**  
Entidad financiadora: UE - Horizon 2020  
Presupuesto: 1.809.000,00 €  
Duración: 23/03/2016 - 19/03/2019  
Investigador principal: Juan Luis Pavón Mestras
  
10. **El emprendimiento como estrategia de lucha contra el desempleo juvenil: de la política institucional a la vivencia y experiencia de los sujetos**  
Entidad Financiadora: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad  
Presupuesto: 67.000,00 €  
Duración: 01/01/2018 - 01/01/2019  
Investigadora principal: Amparo Serrano
  
11. **CREMO (Creativity E-modules in Education) /KA203-2015-013**  
Entidad financiadora: UE - Erasmus+  
Presupuesto: 397.185,00 €  
Duración: 01/09/2015 - 01/09/2018  
Investigador principal: Christian Byrge  
Investigadora principal española: Patricia Núñez Gómez
  
12. **La alfabetización informacional (ALFIN) para la mejora del desarrollo académico de los estudiantes universitarios**  
Entidad financiadora: Universidad Estatal de Sonora, México  
Duración: 12/03/2015 - 17/05/2017  
Investigadora principal UCM: Patricia Núñez Gómez
  
13. **Alfabetización Transmedia. Nuevas formas de contar historias**  
Entidad financiadora: Universidad de Alcalá  
Presupuesto: 4.500 €  
Duración: 15/12/2015 - 15/12/2016  
Investigadora principal: Rut Martínez Borda

- 14. Ciudadanía digital y Open Data Access: Empoderamiento ciudadano a través de los medios sociales en el entorno digital**  
Entidad financiadora: MECD (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte)  
Presupuesto: 30.000,00 €  
Duración: 01/01/2013 - 31/12/2015  
Investigadora principal: Francisco García García
- 15. Creación de un observatorio de innovación docente para el impulso de los estudios en comunicación en la sociedad del conocimiento**  
Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación  
Presupuesto: 4.500 €  
Duración: 01/01/2010 - 31/12/2013  
Investigador principal: Hipólito Vivar Zurita
- 16. La construcción de la realidad social en los jóvenes a través de los servicios y contenidos digitales abiertos: conductas y competencias sociocomunicativas en la red de los “nativos digitales”**  
Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación  
Presupuesto: 80.000,00 €  
Duración: 01/01/2008 - 31/12/2011  
Investigador principal: Francisco García García
- 17. Nuevo posicionamiento en el ámbito académico en la Comunidad de Madrid**  
Entidad financiadora: Comunidad de Madrid / Consejería de Economía y Hacienda  
Presupuesto: 2.500 €  
Duración: 26/05/2010 - 26/03/2011  
Investigador principal: Hipólito Vivar Zurita

18. **Estudio sobre la influencia de los contenidos audiovisuales violentos en las campañas de sensibilización con la violencia de género en la población infantil de Madrid**  
Entidad financiadora: Universidad Complutense de Madrid  
Presupuesto: 5.000,00 €  
Duración: 01/01/2009 - 31/12/2009  
Investigador principal: José Antonio Ruiz San Román
19. **MDCS. Mediación Dialéctica de la Comunicación Social**  
Entidad financiadora: Comunidad de Madrid  
Presupuesto: 4.230,00 €  
Duración: 30/12/2005 - 29/12/2006  
Investigador principal: José Luis Piñuel Raigada
20. **La configuración temática de la agenda pública en los programas de la televerdad**  
Entidad financiadora: Universidad Complutense de Madrid  
Presupuesto: 4.808,09 €  
Duración: 08/10/1997 - 30/06/1999  
Investigador principal: Juan Antonio Gaitán Moya

## 2.4 Dirección y participación en otros proyectos y contratos de investigación

- 1. Estudio turismo familiar y juvenil de la Diputación de Tarragona**  
Entidad financiadora: Diputación Provincial de Tarragona  
Presupuesto: 18.000,00 €  
Duración: 06/02/2019 hasta 12/01/2020  
Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez
  
- 2. 516-2019 / Self confidence and career expectations in the kids depending on gender**  
Entidad financiadora: Mattel  
Presupuesto: 10.602,35 €  
Duración: 30/10/2019 - 30/04/2020  
Investigadores principales: Antón Álvarez Ruiz, Luis Mañas Viniegra, Patricia Núñez Gómez
  
- 3. 28-2019/Investigación con escuelas PECT TurisTIC en familia en la Costa Daurada y Torres de l'Ebre (Informe de Necesidades)**  
Entidad financiadora: Diputación de Tarragona  
Presupuesto: 14.900,00 €  
Duración: 23/07/2019 - 31/12/2019  
Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez
  
- 4. Estudio sobre las profesiones de las niñas y la brecha de género**  
Entidad financiadora: Mattel  
Presupuesto: 12.500,00 €  
Duración desde: 08/01/2019 hasta 01/12/2019  
Investigadores principales: Patricia Núñez Gómez; LuisMañas Viniegra

5. **Estudio de la Publicidad de Juguetes. Análisis de los iconos regulatorios de publicidad**

Entidad financiadora: Asociación Española Fabricante de Juguetes

Presupuesto: 6.500,00 €

Duración desde: 01/10/2018 hasta 01/03/2019

Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez

6. **Unitwin gender and media ict**

Presupuesto: UNESCO €

Duración desde: 12/04/2017 hasta 25/07/2019

Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez

7. **Cátedra de Comunicación y Marketing Infantil**

Entidad financiadora: TMKF

Presupuesto: 15.000,00 € al año

Duración desde: 18/07/2016 hasta 19/07/2023

Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez

8. **343-2015/Análisis de la investigación Juego y Felicidad 2015**

Entidad financiadora: Imaginarium

Presupuesto: 1.100,00 €

Duración desde: 19/10/2015 hasta 23/10/2015

Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez

9. **Informe del análisis de las campañas COEM 2015**

Entidad financiadora: Laboratorio Lucas Nicolás, S.L.

Presupuesto: 1.800,00 €

Duración desde: 20/07/2015 hasta 11/09/2015

Investigador principal: Xosé Antón Álvarez Ruiz

**10. Danza T-ACFA: Bailar la crisis. La danza: un sector en marcha hacia la sostenibilidad**

Entidad financiadora: Asociación Española de Danza

Duración desde: 14/05/2014 hasta 19/04/2015

Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez

**11. Estudio sobre el Branded Content aplicado al público infantil**

Entidad financiadora: Titanium Projects, S.L.

Presupuesto: 1.100,00 €

Duración desde: 02/06/2013 hasta 30/05/2014

Investigador principal: Antón Álvarez

**12. Niños y jóvenes ante la comunicación digital: redes sociales, Apps, tablets, smartphones**

Entidad financiadora: Titanum Projects S.L.

Presupuesto: 1.100,00 €

Duración desde: 01/03/2013 hasta 15/03/2013

Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez

**13. Los videojuegos comerciales como instrumentos de ocio y educación en una cultura participativa**

Entidad financiadora: Asociación de Videojuegos

Presupuesto: 3.000 €

Duración desde: 01/12/2012 hasta 01/01/2016

Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez

**14. Informe de campaña publicitaria Vitaldent 2012**

Entidad financiadora: Titanium Projects S.L

Presupuesto: 2.200,00 €

Duración desde: 15/10/2012 hasta 30/10/12

Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez



15. **Estudio de la publicidad infantil**  
Duración desde: 01/10/2012 hasta 01/11/2013  
Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez
  
16. **Análisis sobre el comportamiento y tendencias para delimitar sistemas de beneficios de usuarios de smartphone y su interacción con el entorno**  
Entidad financiadora: Stardust Comercial Investment, Corp.  
Presupuesto: 10.000,00 €  
Duración desde: 28/05/2012 hasta 29/07/2013  
Investigador principal: Alberto García García
  
17. **Estudio de las campañas de drogas desde la perspectiva de género (UNAD)**  
Entidad financiadora: UNAD  
Presupuesto: 3.000 €  
Duración desde: 01/03/2012 hasta 23/12/2012  
Investigadora principal: Patricia Núñez Gómez
  
18. **Female refugees and media: a joined research project between universities and United Nations High Commissioner for Refugees**  
Entidad financiadora: ACNUR, Alto Comisionado Naciones Unidas para el Refugiado  
Presupuesto: 1.200,00€  
Duración desde: 01/11/2011 hasta 01/12/2013  
Investigadora principal: Liisa Irene Hänninen
  
19. **Dinamización de las marcas en las redes sociales (art 83)**  
Entidad financiadora: Interacting  
Presupuesto: 1.200,00 €  
Duración desde: 01/09/2010 hasta 30/09/2011  
Investigadora principal: María García Guardia

- 20. 190-2010/Dinamización de las marcas en las redes sociales**  
Entidad financiadora: Interacting  
Presupuesto: 1.200,00 €  
Duración desde: 22/04/2010 hasta 22/07/2010  
Investigadora principal: María Luisa García Guardia
- 21. La utilización de un lenguaje no sexista. Proyecto de investigación para la Fundación ONCE y Fondo Social Europeo**  
Entidad financiadora: Fundación ONCE  
Presupuesto: 5.000 €  
Duración desde: 05/03/2009 hasta 06/01/2010  
Investigadoras principales: Patricia Núñez Gómez; Liisa Irene Hänninen
- 22. Convenio de colaboración entre Fundación Atenea y el Máster en Comunicación Social/UCM**  
Duración desde: 03/12/2008 hasta 03/12/2012  
Investigadoras principales: Patricia Núñez Gómez; Liisa Irene Hänninen
- 23. 350-2001/Informe sobre el Estado de la Publicidad y el Corporate en España y Latinoamérica 2002**  
Entidad financiadora: Repsol Exploration S.A.  
Presupuesto: 12.020,24 €  
Duración desde: 28/11/2001 hasta 02/09/2002  
Investigador principal: Justo Villafañe Gallego
- 24. 271-2001/Informe sobre el estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica 2002**  
Entidad financiadora: Administrador de Estructuras Ferroviarias ADIF  
Presupuesto: 12.020,24 €  
Duración desde: 18/10/2001 hasta 18/08/2002  
Investigador principal: Justo Villafañe Gallego

25. **272-2001/Informe sobre el estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica 2002**  
Entidad financiadora: Grupo INDITEX  
Presupuesto: 12.020,24 €  
Duración desde: 26/09/2001 hasta 29/07/2002  
Investigador principal: Justo Villafañe Gallego
26. **273-2001/Informe sobre el estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica 2002**  
Entidad financiadora: ENDESA S.A.  
Presupuesto: 12.020,24 €  
Duración desde: 20/09/2001 hasta 20/07/2002  
Investigador principal: Justo Villafañe Gallego
27. **26-2000/Informe sobre el estado de la publicidad y el corporate en España 2000**  
Entidad Financiadora: Banco Bilbao Vizcaya Argentina BBVA  
Presupuesto: 9.015,18 €  
Duración desde: 20/01/2000 hasta 20/09/2000  
Investigador principal: Justo Villafañe Gallego

## 2.5 Dirección de tesis doctorales y de otros trabajos de investigación

1. ***Presencia de influencers en campañas publicitarias digitales. Estudio de su capacidad persuasiva y efectividad en jóvenes***  
Doctorando: Marina Ferrer López  
Directores: Patricia Núñez Gómez, José Antonio Ruiz San Román  
Fecha de lectura: 27/01/2021  
Calificación: Sobresaliente "Cum Laude"
2. ***El juego de lego y la creatividad en niños de primaria: estudio de la construcción creativa en grupo***  
Doctorando: Romina Antonella Caluori Funes  
Directores: Patricia Núñez Gómez, Francisco García García  
Fecha de lectura: 22/10/2020  
Calificación: Sobresaliente "Cum Laude"
3. ***Creación audiovisual e inteligencias múltiples: Activación de inteligencias múltiples en la creación de productos audiovisuales en educación primaria***  
Doctorando: Marcel Higuera Brunner  
Directora: Patricia Núñez Gómez  
Fecha de lectura: 17/09/2019  
Calificación: Sobresaliente "Cum Laude"
4. ***El Marketing de Afiliación y su impacto en las campañas de Branding en los anunciantes; impacto actual, evolución y monitorización***  
Doctorando: Juan Carlos López  
Directora: Patricia Núñez Gómez  
Fecha de lectura: 16/07/2019  
Calificación: Sobresaliente Cum Laude

5. ***Las competencias digitales en los grados en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual en la universidad. El caso de la Comunidad de Madrid***  
Doctorando: María Begoña Miguel San Emeterio  
Directora: Patricia Núñez Gómez  
Fecha de lectura: 10/10/2018  
Calificación: Sobresaliente "Cum Laude"
  
6. ***Emociones, Creatividad, Autoconcepto y cine. Una experiencia educomunicativa en educación primaria. El cine como herramienta educativa***  
Doctorando: María José Cutillas Navarro  
Directora: Patricia Núñez Gómez  
Fecha de lectura: 11/12/2017  
Calificación: Sobresaliente "Cum Laude"
  
7. ***Aplicación y comparación de metodologías (análisis de contenido y lógica borrosa) en el análisis de sitio web de los mayores productores siderúrgicos chinos clasificados por Forbes en 2015***  
Doctorando: Duo jiezhaxi Duo jiezhaxi  
Directora: Patricia Núñez Gómez  
Fecha de lectura: 23/11/2017  
Calificación: Sobresaliente "Cum Laude"
  
8. ***Comunicación Comercial en Facebook de las marcas de gran consumo en España 2010-2015. Evolución de presencia, uso y monitorización***  
Doctorando: José Prudencio Olivares Santamarin  
Directora: Patricia Núñez Gómez  
Fecha de lectura: 21/06/2017  
Calificación: Sobresaliente "Cum Laude"

9. ***[En curso] La reputación de marca en el mundo infantil***  
Doctorando: Olga Diez Alemany  
Directora: Patricia Núñez Gómez
  
10. ***[En curso] Dirección de arte Digital***  
Doctorando: German Yago Rodriguez Perujo  
Directora: Patricia Núñez Gómez
  
11. ***[En curso] El bloqueo de comunicación en un Proyecto Always On de Branded Content musical durante el confinamiento en España: el caso Coca-Cola Music Experience 2020***  
Doctorando: Javier Pizarro Gómez  
Directora: Patricia Núñez Gómez
  
12. ***[En curso] Comunicación racional vs. Comunicación emocional y su incidencia en ventas de gran Consumo***  
Doctorando: Jon Iavin Velázquez  
Directora: Patricia Núñez Gómez
  
13. ***[En curso] Diferencias de percepción entre padres e hijos respecto a la comunicación de juguetes: los motivos por los que surge la brecha***  
Doctorando: Ainhoa García Rivero  
Directora: Patricia Núñez Gómez
  
14. ***[En curso] El impacto de la inteligencia artificial en el Branding***  
Doctorando: Ruth Falquina Gutiérrez  
Directora: Patricia Núñez Gómez
  
15. ***[En curso] Análisis y evolución de las estrategias, tácticas y técnicas publicitarias y de comunicación comercial en España 1998-2013: el caso BMW***  
Doctorando: Susana Farrán Acebes  
Directora: Patricia Núñez Gómez

16. ***[En curso] Alfabetización mediática en los jóvenes universitarios***  
Doctorando: Alexandra Anel San Miguel  
Directora: Patricia Núñez Gómez
17. ***[En curso] Acciones publicitarias y patrocinio en nuevas plataformas: el caso de los E-Sports***  
Doctorando: Francisco Javier Rivero Estévez  
Directora: Patricia Núñez Gómez
18. ***[En curso] Análisis de estrategias, tácticas y técnicas de comunicación de organizaciones sin ánimo de lucro en España 2012-2018: Caso ECOEMBES***  
Doctorando: Amanda Zita Pons Pérez  
Directora: Patricia Núñez Gómez
19. ***[En curso] Valores y significado del jingle publicitario como elemento determinante en el incremento del poder persuasivo de campañas publicitarias en medios audiovisuales***  
Doctorando: José Luis Agra Valero  
Directora: Patricia Núñez Gómez
20. ***[En curso] Radiografiando la Generación Alpha: Engagement, comportamiento e influencia en entornos virtuales***  
Doctorando: Beatriz Lamelas Ocaña  
Directora: Patricia Núñez Gómez
21. ***[En curso] Little Kids Big Business: commercial Sharenting to create mini social media influencers. (Niños pequeños, grandes beneficios, Sharenting comercial para crear Social Media Influencers)***  
Doctorando: Alexandra Ruiz Gómez  
Directora: Patricia Núñez Gómez

**22. [En curso] Narrativas éticas en la infancia y la adolescencia: la comunicación emergente en las redes sociales de internet del discurso cultural y político entre niños, niñas y adolescentes**

Doctorando: Kepa Paul Larrañaga Martínez

Directora: Patricia Núñez Gómez



---

## 2.6 Estancias docentes y de investigación

1. ***AISM***

Localidad: Palermo, Italia

Año: 2019

Duración: 2 semanas

Tema: Participación en el proyecto europeo "H2020 Risewise"

2. ***Escuela de Comunicación Social Pontificia, Universidad Católica Madre y Maestra***

Localidad: República Dominicana

Año: 2019

Duración: 2 meses

Tema: Estancia de proyecto de investigación

3. ***Universidad de Campinas***

Localidad: Brasil

Año: 2017

Duración: 3 meses y 8 días

Tema: Proyecto de alfabetización mediática

4. ***Universidad de Helsinki***

Localidad: Finlandia

Año: 2016

Duración: 4 meses y 2 días

Tema: Estancia de proyecto de investigación

5. ***Universidad de Sao Paulo***

Localidad: Sao Paulo, Brasil

Año: 2016

Duración: 3 meses y 8 días

Tema: Estancia de proyecto de investigación

6. **Universidad de Helsinki**

Localidad: Helsinki, Finlandia

Año: 2014

Duración: 4 días

Tema: Profesora Erasmus en Green brands workshop, departamento de Social Research.

7. **Universidad de Helsinki**

Localidad: Helsinki, Finlandia

Año: 2013

Duración: 4 días

Tema: Profesora Erasmus en Green brands workshop, departamento de Social Research.

8. **Universidad de Helsinki**

Localidad: Helsinki, Finlandia

Año: 2012

Duración: 6 días

Tema: Participación como docentes invitados en la Facultad de Ciencias Sociales de Helsinki, dentro del programa de investigación de postgrado.

9. **Universidad de Helsinki**

Localidad: Helsinki, Finlandia

Año: 2012

Duración: 7 días

Tema: Profesora Erasmus en Green brands workshop, departamento de Social Research.

10. **Universidad de Helsinki**

Localidad: Helsinki, Finlandia

Año: 2011

Duración: 7 días

Tema: Participación como docentes invitados en el post grado "Advanced Methods in Media and Communication Studies", de la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad de Helsinki.

11. **Universidad de Sao Paolo**

Localidad: Sao Paolo, Brasil

Año: 2010

Duración: 1 mes y 2 días

Tema: Estancia de investigación y participación en congreso

## 2.7 Colaboraciones internacionales

1. Miembro del Executive Board de European Communication Research and Education Association (ECREA)
2. Investigadora Principal de UNESCO uniTWIN (abreviación de University Twinning and Networking Programme) Network On Gender Media and ICTS, en España
3. Vice-Chair del IAMCR (International Association for Media and Communication Research) en la sección de Género
4. Tribunal de participación en plazas de catedrático en la Universidad de Campinas, Brasil, 2015
5. Co-Directora de la Sección de Publicidad de la Ae-IC
6. Colaboración Proyecto por la paz, Universidad Politécnico Gran Colombiano
7. Talleres de alfabetización con universidad de Sao Paolo.

## 2.8 Pertenencia y Dirección en Grupos de Investigación

**931077 - GRUPO DE ESTUDIOS DE CONDUCTAS Y COMPETENCIAS SOCIO-COMUNICATIVAS DE LA INFANCIA Y LA JUVENTUD EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC), creado el 16.09.2006 y validado en la convocatoria GR64/06. En este grupo participa en calidad de investigadora.**

- DIRECTORA, desde el 27.04.2017
- PROPIO, con dedicación EXCLUSIVA, del 20.09.2006 al 27.02.2012
- PROPIO, con dedicación COMPARTIDA, del 28.02.2012 al 03.06.2015
- PROPIO, con dedicación EXCLUSIVA, del 04.06.2015 al 20.06.2016
- PROPIO, con dedicación COMPARTIDA, del 21.06.2016 al 26.04.2017
- PROPIO, con dedicación EXCLUSIVA, desde el 27.04.2017

Que, desde su incorporación, este grupo obtuvo la siguiente financiación:

- Convocatoria 2006 (GR69/06) UCM - COMUNIDAD DE MADRID  
Importe concedido: 6.800 €  
Vigencia: del 01.01.2007 al 31.12.2007
- Convocatoria 2007 (GR74/07) UCM - COMUNIDAD DE MADRID  
Importe concedido: 6.500 €  
Vigencia: del 01.01.2008 al 31.12.2008
- Convocatoria 2008 (GR58/08) UCM - SANTANDER  
Importe concedido: 6.250 €  
Vigencia: del 01.01.2009 al 31.12.2010
- Convocatoria 2010 (GR35/10-A) UCM - SANTANDER  
Importe concedido: 2.063,10 €  
Vigencia: del 01.01.2011 al 31.12.2011
- Convocatoria 2014 (GR3/14) UCM - SANTANDER  
Importe concedido: 5.682,30 €  
Vigencia: del 21.11.2014 al 20.11.2015
- Convocatoria 2018 (GR105/18) UCM

Importe concedido: 1.000 €  
Vigencia: del 05.12.2018 al 30.09.2019

- Convocatoria 2020 (GR29/20) UCM  
Importe concedido: 1.000 €
- Convocatoria 2021 (GRFN17/21) UCM  
Importe concedido: 1.000 €
- Convocatoria 2022 (GRFN14/22) UCM  
Importe concedido: 950 €

Que ha pertenecido a los grupos de investigación UCM:

**970725 - GÉNERO, ESTÉTICA Y CULTURA AUDIOVISUAL**, creado el 21.06.2016, validado en la convocatoria 2016 y dirigido por D. Adelino Francisco Zurian Hernández. En este grupo ha participado en calidad de investigadora.

- PROPIO, con dedicación COMPARTIDA, del 21.06.2016 al 27.04.2017

**940045 - FORMACIÓN EN NUEVAS TECNOLOGÍAS DEL AUDIOVISUAL**, vigente del 22.12.2004 al 23.05.2017, validado en la convocatoria GR201/04 dirigido por D. Hipólito Vivar Zurita. En este grupo ha participado en calidad de investigadora.

- PROPIO, con dedicación COMPARTIDA, del 28.02.2012 al 03.06.2015

Que, desde su incorporación, este grupo obtuvo la siguiente financiación:

- Convocatoria 2014 (GR3/14) UCM - SANTANDER  
Importe concedido: 2.703,75 €  
Vigencia: del 21.11.2014 al 20.11.2015

## 2.9 Otros méritos relacionados con la actividad investigadora

1. Directora de la revista "Pensar la publicidad"
2. Mención de Honor WINA 2016 en la categoría de Diseño Digital Interactivo por el trabajo desarrollado para Gin 1085 concedida por el Jurado del World Independant Advertising Awards, en Buenos Aires, 2016.
3. Mención de Honor FICE 2016 por la campaña en redes sociales, "Tú tienes algo extraño", para Gin 1085 otorgada por el Jurado del Festival Iberoamericano Independiente de Creatividad y Estrategia, en Bogotá, 2016.
4. Premio AMPE de Plata 2016 en la categoría Internet por la campaña "Tú tienes algo extraño" para Gin 1085 concedido por Asociación de Medios Publicitarios de España, en Madrid, 2016.
5. Miembro de la asociación científica Icono 14.
6. Miembro del Center for Organizational and Social Studies of P. Porto.
7. Evaluadora de revistas nacionales e internacionales.
8. Evaluadora de la agencia para la calidad del sistema universitario de Galicia.
9. Índice H

	<b>Total</b>
Citas	1.072
Índice H	18
Índice i10	29

10. Premio Roblón 2020 de Revista Latina de Comunicación Social por haber obtenido el mayor número de citas en Scopus.
11. Personal docente e investigadora en el “Instituto Universitario de Investigación de Tecnología del Conocimiento”



***3. Actividad Profesional:  
Experiencia en gestión y  
administración educativa,  
científica y tecnológica***

### **3.1 Desempeño de cargos de responsabilidad en gestión universitaria pública recogidos en los estatutos de las universidades, o que hayan sido asimilados, u organismos públicos de investigación durante al menos un año**

Directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada (CAP) de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid desde 2017 hasta la actualidad.