

|               |
|---------------|
| Fecha del CVA |
|---------------|

|            |
|------------|
| 29/01/2021 |
|------------|

## Parte A. DATOS PERSONALES

|                                      |                                 |                     |  |
|--------------------------------------|---------------------------------|---------------------|--|
| Nombre y Apellidos                   | Maria Elena Olabbarri Fernandez |                     |  |
| Núm. identificación del investigador | Researcher ID                   |                     |  |
|                                      | Scopus Author ID                |                     |  |
|                                      | * Código ORCID                  | 0000-0002-7433-0964 |  |

\* Obligatorio

### A.1. Situación profesional actual

|                       |  |  |      |
|-----------------------|--|--|------|
| Organismo             | Universidad del País Vasco   |  |      |
| Dpto. / Centro        | Comunicación Audiovisual y Publicidad / Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación |  |      |
| Dirección             | Paseo Campo Volantin, 48007, Bilbao  |  |      |
|                       | Correo electrónico   | <a href="mailto:mariaelena.olabbarri@ehu.es">mariaelena.olabbarri@ehu.es</a> |      |
| Categoría profesional | Catedrática de Universidad   | Fecha inicio   | 2001 |
| Palabras clave        | Humanidades y ciencias sociales  |  |      |

### A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

| Licenciatura/Grado/Doctorado | Universidad | Año |
|------------------------------|-------------|-----|
|                              |             |     |

### A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

La tesis dirigida a la Doctora Sandra Usin (“Experiencia de compra en centros comerciales de los consumidores de Bizkaia”) ha obtenido el accesit a la investigación que otorgan anualmente la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (2014).

El artículo “Los alumnos de la UPV/EHU frente a Tuenti y Facebook: usos y percepciones”, publicado en la Revista Latina de Comunicación Social ha obtenido el “Premios Drago La Latina” 2016 de la Revista Latina de Comunicación Social por el número de citas del mismo. La Revista Latina de Comunicación Social se encuentra en el top 100 de las revistas en lengua española más citadas, según Google Scholar, con un índice h de 15 y una mediana h5 de 21.

Premio Europeo a la mejor Metodología en la Investigación. Otorgado por ESOMAR (The World Association of Research Professionals) por la ponencia presentada en el 45º Congreso Internacional celebrado en Madrid en 1992<sup>[1]</sup>.

Premio Europeo “Fernanda Monti Award” a la mejor ponencia presentada en el 45º congreso Internacional. Best Paper Overall sponsorizado por The Media Partnership Research.

1992<sup>[1]</sup> Cuatro tramos de investigación

## Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

### Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

#### C.1. Publicaciones

AC: Autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición firma solicitante / total autores

- 1 Artículo científico. Elena Olabbarri Fernandez. 2020. YouTube celebrity endorsement: audience evaluation of source attributes and response to sponsored content. A case study of influencer Verdelliss Comunicación y Sociedad. 33, pp.149-166.

- 2 Artículocientífico. Sergio Monge Benito; Elena Olabbarri Fernandez; Sandra Usin Enales; Joseba Etxebarria Gangoit; Eduardo Horna; ; Javier Minguez. 2019. Publicidad dirigida a sujetos bilingües. ¿Producen la misma respuesta las dos lenguas?. El caso del español y del euskera en la Sociedad Vasca Revista Latina de Comunicación Social. 74, pp.457-476.
- 3 Artículocientífico. Jose Ignacio Armentia Vizuet; Elena Olabbarri Fernández; Flora Marin Murillo. 2017. Press coverage of the Who report on meat consumption and cancer: sources an frames ZER Revista de Estudios de Comunicación. Universidad del País Vasco. 22-42, pp.13-34.
- 4 Artículo científico. Flora Marin Murillo; J. Ignacio Armentia Vizuet; Elena Olabbarri Fernández. 2016. La opinión en la prensa española: marcos interpretativos del comunicado de la OMS sobre la carne Ambitos. Universidad de Sevilla. 34, pp.1-21.
- 5 Artículo científico. ; J. Ignacio Armentia Vizuet; Flora Marin Murillo; Elena Olabbarri Fernández. 2016. Food and health: dominant frames in Spanish press Revista Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna. 71, pp.632-653.
- 6 Artículo científico. Elena Olabbarri Fernández. 2015. Cómo evalúan los jóvenes las opiniones de otros consumidores en internet. El caso de la UPV/EHU Revista Latina de Comunicación Social. Universidad de la laguna. 70, pp.703-725.
- 7 Artículocientífico. Elena Olabbarri Fernández; Sergio Monge Benito. 2013. Universitarios y su relacio?n con las marcas comerciales en Facebook. El caso de la UPV/EHU Pensar la Publicidad. Universidad Complutense. 7-1, pp.47-65.
- 8 Artículocientífico. Elena Olabbarri Fernández. 2013. La relación de los jóvenes con las marcas en facebook Questiones Publicitarias. Universidad de Sevilla. 18, pp.1-19.
- 9 Artículo científico. MONGE BENITO, SERGIO; OLABARRI FERNANDEZ, MARIA ELENA. 2013. Recuerdo y recomendación de las marcas en Facebook. Ranking de los alumnos de la UPV/EHU revista: INVESTIGACION Y MARKETING. 118-118, pp.24-32. ISSN 1131-6144.
- 10 Artículo científico. OLABARRI FERNANDEZ, MARIA ELENA; MONGE BENITO, SERGIO. 2011. Autoexpresión y privacidad en las redes sociales. Los estudiantes de la Universidad del País Vasco como caso de estudio DOXA COMUNICACIÓN. 13, pp.89-114. ISSN 1696-019X.
- 11 Artículo científico. MONGE BENITO, SERGIO; OLABARRI FERNANDEZ, MARIA ELENA. 2011. Los alumnos de la UPV frente a Tuenti y Facebook: usos y percepciones REVISTA LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL. 66, pp.79-100. ISSN 1138-5820.
- 12 Artículocientífico. OLABARRI FERNANDEZ; MARIA ELENA. 2011. Un rompedor inicio de siglo: su impacto sobre la publicidad, los medios de comunicación y el consumo VIVAT ACADEMIA.114, pp.1-22. ISSN 1575-2844.
- 13 Artículo científico. OLABARRI FERNANDEZ, MARIA ELENA; GARCIA URETA, IRENE. 2010. El consumidor de turismo de viaje corto. Procesos de decisión y comunicación estratégica INVESTIGACION Y MARKETING. 107-Junio, pp.52-58. ISSN 1131-6144.
- 14 Artículo científico. OLABARRI FERNANDEZ; MARIA ELENA. 2009. Eficacia de las campañas publicitarias: el caso de las campañas de turismo del Gobierno Vasco QUESTIONES PUBLICITARIAS. 1-14, pp.1-19. ISSN 1133-6870.
- 15 Artículo científico. OLABARRI FERNANDEZ; MARIA ELENA. 2003. Estudio del consumo cinematográfico entre los estudiantes de la UPV INVESTIGACION Y MARKETING. 1-81, pp.30-38. ISSN 1131-6144.
- 16 Artículo científico. OLABARRI FERNANDEZ; MARIA ELENA. 2003. La compra pro impulso y la adicción al consumo ESTUDIOS SOBRE CONSUMO. 65-65, pp.53-67. ISSN 0212-9469.
- 17 Capítulo de libro. Elena Olabbarri Fernández; Aitziber NuñezZabaleta; Sergio Monge Benito. 2016. "Getting new business contacts in foreign markets through social networking sites: Perspectives from professional workers of Basque autonomous region in Spain".Analyzing the Strategic Role of Social Networking in Firm Growth and Productivity. IGI Global. 1-1, pp.334-351.
- 18 Capítulode libro. Sergio Monge Benito; Elena Olabbarri Fernandez. 2013. Investigación y gestión de las redes sociales Cuadernos artesanos. Revista Latina de Comunicación Soial. pp.127-153.

- 19 Capítulo de libro. 14939167T; OLABARRI FERNANDEZ; MARIA ELENA. 2002. Análisis del consumo televisivo Instituto de la Mujer. Ministerio de Asuntos Sociales. pp.7-36. ISBN 84-7799-989-9.
- 20 Capítulo de libro. 14939167T, OLABARRI FERNANDEZ, MARIA ELENA; 14592273S, GARCIA URETA, IRENE. 2002. Experiential consumption and excessive impulsive buying. A new typology of consumers ESOMAR. pp.119-142.
- 21 Capítulo de libro. 14592273S, GARCIA URETA, IRENE; 14939167T, OLABARRI FERNANDEZ, MARIA ELENA. 2002. The addition to shopping and personal values ISBN 84-8371-464-7.
- 22 Libro o monografía científica. Ignacio Armentia Visuete; Jose María Caminos Marcet; Flora Marín Murillo; Elena Olabarrí Fernández. 2017. Estrategias para la comunicación de riesgos alimentarios. La seguridad alimentaria en la prensa española Estrategias para la comunicación de riesgos alimentarios. La seguridad alimentaria en la prensa española. Universidad del País Vasco. pp.1-144. ISBN 978-84-9082-495-5.
- 23 Libro o monografía científica. 14939167T; OLABARRI FERNANDEZ; MARIA ELENA. 2006. CONDUCTA DEL CONSUMIDOR Y MARKETING EDICIONES DEUSTO. pp.1-359.
- 24 Libro o monografía científica. 14592273S, GARCIA URETA, IRENE; 14939167T, OLABARRI FERNANDEZ, MARIA ELENA. 2002. CONSUMO Y ADICCIÓN A LAS COMPRAS UNIVERSIDAD DEL PAIS VASCO. pp.1-297. ISBN 84-8373-404-4.
- 25 Libro o monografía científica. 14398485W, QUINTANA DAZA, MIGUEL ANGEL; 14939167T, OLABARRI FERNANDEZ, MARIA ELENA. 2002. LA DECISIÓN COMPRA EN EL SECTOR DE LA MÁQUINA HERRAMIENTA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE MÁQUINA-HERRAMIENTA. pp.1-213. ISBN 84-607-0818-7.
- 26 Libro o monografía científica. 14939167T; OLABARRI FERNANDEZ; MARIA ELENA. 2001. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR PLANETA AGOSTINI. pp.1-358. ISBN 84-234-1259-8.

## C.2. Proyectos

- 1 Grupo de Investigación Consolidado (Mediaiker) Ignacio Armentia Vizueté. (Universidad del País Vasco). 22/12/2016-31/12/2021.
- 2 La Seguridad Alimentaria en la prensa española: estrategias para la comunicación de los riesgos alimentarios. Armentia Vizueté Ignacio. (Ministerio de Educación, Política Social y Deporte). 01/01/2015-31/12/2016. 22.600 €.
- 3 El impacto del bilingüismo en la persuasión. Una aplicación a las recomendaciones en Internet Elena Olabarrí Fernández. (Universidad del País Vasco). 14/11/2014-14/11/2016. 7.500 €.
- 4 Universitarios y redes sociales: nuevas dinámicas de relación online UPV/EHU. 14939167T. Desde 30/10/2010. 7.000 €.
- 5 GUM (Grupo Universitario Multidisciplinar de Gestión Avanzada, Gestión del Conocimiento y Gobernanza Pública) Universidad del País Vasco (UPV/EHU). 16498199T. Desde 01/07/2005. 60.000 €.
- 6 Los modelos de dirección y administración de empresas de publicidad Universidad del País Vasco (UPV/EHU). 14398485W. Desde 01/12/2004. 10.000 €.
- 7 Políticas de representación y rearticulación del cuerpo en la imagen Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. 72243846H. Desde 30/12/2002. 0 €.
- 8 La identidad de género en la imagen filmica UPV. 72243846H. Desde 20/11/2001. 1.600 €.
- 9 La identidad de género en la imagen televisiva Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. 72243846H. Desde 03/10/2001. 0 €.

## C.3. Contratos

## C.4. Patentes