

Patricia Núñez Gómez

Curriculum Vitae

Madrid, Septiembre 2022

CONCURSO N°: 22083 - P	
CUERPO DOCENTE: CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD	
ÁREA DOCENTE: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
DEPARTAMENTO: DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN APLICADA	
CENTRO: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN	
FECHA RESOLUCIÓN: 31/05/22	FECHA PUBLICACIÓN BOE: 04/06/22

DATOS PERSONALES

Primer apellido	Segundo apellido	Nombre
NÚÑEZ	GÓMEZ	PATRICIA
DNI / Pasaporte	Nacionalidad	
50151501R	ESPAÑOLA	
Fecha de nacimiento	Localidad	Provincia
28/02/1962	MADRID	MADRID
Domicilio		Teléfono
TRAVESÍA DE MONZÓN, 39		639 65 99 89
Municipio	Provincia	Código Postal
MAJADAHONDA	MADRID	28221
Correo electrónico		
PNUNEZGO@UCM.ES		

Junto a este CV, se adjuntan:
Copias digitales de los documentos que acreditan la veracidad de los méritos detallados en el currículum.

INDICE

1. ACTIVIDAD DOCENTE	7
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
2. ACTIVIDAD INVESTIGADORA	35
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
3. EXPERIENCIA EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA, CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA, ACTIVIDAD PROFESIONAL _____	97
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 Lerones 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
- 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
- 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
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

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^aC; 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
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/colecciones/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
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
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
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
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](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](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. IGI Global: 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 Projets&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^aC; 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^aJ; 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^aA (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 N°1, 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; Vívar, 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; Vívar, 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^aL; 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^aL; 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^aD; 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^aD; 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^aDolores; 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 Santamarín
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 Paulo.

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

	Total
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.