



Isabel Iniesta Alemán

Generado desde: Editor CVN de FECYT

Fecha del documento: 24/03/2025

v 1.4.3

555c76d6fd8143a3e55823697337a76a

Este fichero electrónico (PDF) contiene incrustada la tecnología CVN (CVN-XML). La tecnología CVN de este fichero permite exportar e importar los datos curriculares desde y hacia cualquier base de datos compatible. Listado de Bases de Datos adaptadas disponible en <http://cvn.fecyt.es/>



Resumen libre del currículum

Descripción breve de la trayectoria científica, los principales logros científico-técnicos obtenidos, los intereses y objetivos científico-técnicos a medio/largo plazo de la línea de investigación. Incluye también otros aspectos o peculiaridades importantes.

Experta en comunicación digital y redes sociales, la Dra. Iniesta es considerada como domadora de dragones, consultora y docente en marketing.

Investiga en comunicación, publicidad y entornos digitales, siendo autora de numerosas publicaciones académicas. Doctora en Comunicación (Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación, de las universidades de Málaga, Sevilla, Huelva y Cádiz) y Licenciada en Administración y Dirección de Empresas con la especialidad en Dirección de Marketing, por la Universidad de Zaragoza. Además, ha recibido formación adicional para la mejora de habilidades didácticas y el manejo de herramientas educativas (cursos especialmente diseñados para el entorno de la enseñanza universitaria online) y formación específica para la investigación científica. Mención honorífica del premio de innovación docente universitaria (5ª edición, 2009) por el proyecto titulado "Enseñanza presencial y virtual en la diplomatura de empresariales de la Universidad de Zaragoza. Experiencias de innovación docente y adaptación curricular".

En el mundo de la empresa desde 1977, Isabel Iniesta Alemán diseña estrategias de negocio orientadas al mercado y las pone en marcha. Su experiencia profesional arranca en 1975, en la empresa Marketing Asociados, habiendo ocupado posteriormente diversos puestos directivos relacionados siempre con el marketing y las ventas. En los años 90 desarrolló su carrera profesional en la distribuidora Ormes S. L. como responsable de ventas B2B de Zaragoza. Posteriormente fue delegada comercial para la multinacional OFISERVICE (Lyreco) y en la empresa minorista de grandes almacenes José Luís Gay S. L. (CadaCual, Tiendas por Estilos y Almacenes Gay), como directora del departamento de Atención al Cliente. En 2000 funda MarketReal Consultores S. L., de la que ha sido directora general y, actualmente, directora de marketing. También ha sido consultora homologada en la Unidad de Emprendedores del Instituto Aragonés de Fomento (Diputación General de Aragón).



Indicadores generales de calidad de la producción científica

Información sobre el número de sexenios de investigación y la fecha del último concedido, número de tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años, citas totales, promedio de citas/año durante los últimos 5 años (sin incluir el año actual), publicaciones totales en primer cuartil (Q1), índice h. Incluye otros indicadores considerados de importancia.

Forma parte activa de la Asociación Científica ICONO14. Ha colaborado en la organización de varios Congresos Internacionales en el área de la Comunicación.

Como investigadora, es miembro del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) desde febrero de 2016, reconocido como grupo de Referencia (S29_20R), de la Universidad de Zaragoza. Asimismo, es miembro del grupo de investigación Social Media y Educación Mediática Inclusiva y Ubicua (SMEMIU) de la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España).

Forma parte del comité científico y organizador en Diversos Congresos Internacionales, responsabilizándose de la gestión de simposios y colaborando en la difusión de los mismos.

Ha efectuado revisiones para relevantes revistas científicas: ICONO 14 Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes, Frontiers in Psychology; Revista Mediterránea de Comunicación; Revista Científica Comunicar; Revista Prisma Social; Revista de Ciencias Sociales e investigación social; ÁMBITOS, Revista Internacional de Comunicación; RETOS, revista de Ciencias de la Administración y Economía; Revista CONTRATEXTO; UNIMINUTO; Revista Creatividad y Sociedad; adComunica o Creatividad y Sociedad entre otras.

Su producción científica es abundante (52 publicaciones y 45 ponencias) y centrada en la comunicación audiovisual, especialmente en el estudio de las audiencias activas, la publicidad, el entorno digital y la economía de la reputación.



Isabel Iniesta Alemán

Apellidos: **Iniesta Alemán**
 Nombre: **Isabel**
 ORCID: **0000-0002-0127-3487**
 ScopusID: **57201856228**
 Fecha de nacimiento: **14/10/1959**
 Sexo: **Mujer**
 Nacionalidad: **España**
 País de nacimiento: **España**
 C. Autón./Reg. de nacimiento: **Comunidad de Madrid**
 Ciudad de nacimiento: **Madrid**
 C. Autón./Reg. de contacto: **Aragón**
 Correo electrónico: **isabel.iniesta@unir.net**
 Página web personal: **https://isabeliniesta.es**

Situación profesional actual

Entidad empleadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Departamento: Facultad de Empresa y Comunicación

Categoría profesional: D131D - GRUPO I NIVEL III SUBNIVEL I - DOM

Fecha de inicio: 24/08/2020

Modalidad de contrato: Contrato laboral indefinido

Régimen de dedicación: Tiempo completo

Primaria (Cód. Unesco): 531105 - Marketing

Secundaria (Cód. Unesco): 531101 - Publicidad

Terciaria (Cód. Unesco): 531106 - Estudios de mercado

Funciones desempeñadas: Docencia, investigación y coordinación de especialidad en nivel máster.

Identificar palabras clave: Ciencias de la comunicación; Empresa; Publicidad

Cargos y actividades desempeñados con anterioridad

	Entidad empleadora	Categoría profesional	Fecha de inicio
1	UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA	Profesor Asociado AS6	01/09/2007
2	Universidad de Diseño, Tecnología e Innovación	Profesora de Universidad Privada	06/01/2023
3	MarketReal Consultores S.L.	Dirección General	01/01/2003

1 Entidad empleadora: UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Tipo de entidad: Universidad

Categoría profesional: Profesor Asociado AS6

Fecha de inicio-fin: 01/09/2007 - 24/08/2020

Duración: 12 años - 11 meses



- 2 Entidad empleadora:** Universidad de Diseño, Tecnología e Innovación
Categoría profesional: Profesora de Universidad Privada
Fecha de inicio: 06/01/2023 **Duración:** 2 años
Modalidad de contrato: Contrato laboral indefinido
Régimen de dedicación: Tiempo parcial
Funciones desempeñadas: Docente en tres asignaturas. Tutoría académica de alumnos.
Ámbito actividad de dirección y/o gestión: Universitaria
- 3 Entidad empleadora:** MarketReal Consultores **Tipo de entidad:** Entidad Empresarial S.L.
Ciudad entidad empleadora: Zaragoza, Aragón, España
Categoría profesional: Dirección General **Dirección y gestión (Sí/No):** Sí
Fecha de inicio: 01/01/2003
Modalidad de contrato: Autónoma
Régimen de dedicación: Tiempo parcial
Funciones desempeñadas: Dirección General de la empresa y consultoría en marketing para los clientes. Realización de campañas de publicidad, propias y de clientes. Estrategia y gestión de las redes sociales.
Ámbito actividad de dirección y/o gestión: Administración General del Estado
Interés para docencia y/o inv.: Más de 900 proyectos empresariales en los que se ha ejercido la consultoría en temas empresariales, especialmente relacionados con el marketing y la publicidad. Esta experiencia aporta un magnífico complemento a la formación académica recibida y su one una transferencia de conocimientos a la ciudadanía

Resumen de la actividad profesional

Su experiencia profesional arranca en 1975, en la empresa Marketing Asociados, habiendo ocupado posteriormente diversos puestos directivos. En los años 90 desarrolló su carrera profesional en la distribuidora Ormes S. L. como responsable de ventas B2B de Zaragoza. Posteriormente, fue delegada comercial para la multinacional OFISERVICE (Lyreco) y en la empresa minorista de grandes almacenes José Luis Gay S. L. (CadaCual, Tiendas por Estilos y Almacenes Gay), como directora del departamento de Atención al Cliente. A finales de 2000, abrió su propio despacho profesional como consultora en marketing como consultora en marketing. En 2003 funda MarketReal Consultores S. L., de la que ha sido directora general hasta el 2020 cuando la heredaron sus tres hijos al decidir centrarse en la docencia. Ha trabajado como consultora para empresas de muy diversos sectores. También ha sido consultora homologada en la Unidad de Emprendedores del Instituto Aragonés de Fomento (Diputación General de Aragón) y ha gestionado la delegación en Aragón de la Asociación de Marketing de España desde el 2014 al 2020. Ocasionalmente, sigue colaborando como consultora en proyectos de especial interés que requieren su experiencia en diseño de estrategias de marketing y o en comunicación. De esta forma, contribuye a la tranferencia de conocimientos y se mantiene en pleno contacto con el mundo empresarial. Muy activa en redes sociales, su comunidad de seguidores es significativa en su temática.



Formación académica recibida

Titulación universitaria

Estudios de 1º y 2º ciclo, y antiguos ciclos (Licenciados, Diplomados, Ingenieros Superiores, Ingenieros Técnicos, Arquitectos)

Titulación universitaria: Titulado Superior

Nombre del título: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas Especialidad Dirección de Marketing

Entidad de titulación: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad

Fecha de titulación: 27/09/2006

Doctorados

Programa de doctorado: Doctorado Interuniversitario en Comunicación

Entidad de titulación: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad titulación: Málaga, Andalucía, España

Fecha de titulación: 30/07/2018

Título de la tesis: Comportamiento del anunciante como comprador de servicios profesionales. Estudio empírico descriptivo de las relaciones entre el anunciante y la agencia de publicidad en Aragón

Director/a de tesis: Carmen Marta Lazo

Codirector/a de tesis: Francisco Javier Ruiz del Olmo; Francisco García García

Calificación obtenida: Sobresaliente Cum Laude

Cursos y seminarios recibidos de perfeccionamiento, innovación y mejora docente, nuevas tecnologías, etc., cuyo objetivo sea la mejora de la docencia

- Título del curso/seminario:** Fundamentación conceptual de la estadística inferencial
Objetivos del curso/seminario: El objetivo del curso ha sido profundizar en los conceptos teóricos y prácticos de la estadística inferencial. Se trabajó con el programa SPSS.
Ciudad entidad organizadora: España
Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Duración en horas: 36 horas
Fecha de inicio-fin: 17/02/2025 - 12/03/2025
- Título del curso/seminario:** IA: Principales herramientas y sus aplicaciones
Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Duración en horas: 3 horas
Fecha de inicio-fin: 13/02/2024 - 13/02/2024



- 3 Título del curso/seminario:** Microsoft Teams. Gestión de equipos de trabajo
Objetivos del curso/seminario: Mejora de las capacidades de comunicación interna, tanto con otros profesores como con los alumnos.
Entidad organizadora: Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología UDIT
Duración en horas: 2 horas
Fecha de inicio-fin: 31/01/2024 - 31/01/2024
- 4 Título del curso/seminario:** Metodología de la investigación
Objetivos del curso/seminario: Profundizar en el diseño de metodologías de investigación.
Entidad organizadora: Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología UDIT
Duración en horas: 2 horas
Fecha de inicio-fin: 25/01/2024 - 25/01/2024
- 5 Título del curso/seminario:** Prevención del Acoso
Objetivos del curso/seminario: Objetivos de la Acción Formativa: P-2023-000052 Prevención del Acoso Conocer la normativa vigente en materia de Prevención contra el Acoso. Así como las políticas que desde el grupo se ponen a disposición de sus empleados para poder identificar y denunciar estos casos. Identificar las características y consecuencias de los distintos tipos de acoso que se pueden dar dentro del entorno laboral en cualquiera de sus formas de presencialidad.
Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Fecha de inicio-fin: 04/09/2023 - 10/11/2023
- 6 Título del curso/seminario:** Cómo consultar bases de datos masivos de instituciones
Objetivos del curso/seminario: Dentro del Plan Anual de Formación del Personal Docente e Investigador UNIR, los objetivos fueron: 1. Descripción principales bases de datos secundarias y su uso con fines docentes e investigadores 2. Descarga directa, diversos formatos, sin opción descarga. 3. Consulta bases datos genéricas, especializadas, públicas, privadas, nacionales e internacionales
Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Duración en horas: 6 horas
Fecha de inicio-fin: 22/03/2023 - 22/03/2023
- 7 Título del curso/seminario:** Curso Avanzado de Investigación. Artículo de revisión bibliográfica
Objetivos del curso/seminario: CONTENIDOS DEL CURSO 1. Revisión bibliográfica y estado de la cuestión 2. Análisis de redes sociales/Propuesta de intervención educativa 3. Redacción de trabajos académicos
Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Duración en horas: 75 horas
Fecha de inicio-fin: 17/10/2022 - 28/02/2023
- 8 Título del curso/seminario:** Cómo localizar revistas para publicar un artículo en el área de Ciencias Sociales
Objetivos del curso/seminario: CONTENIDOS DEL CURSO: Tema 1. Búsqueda en repositorios especializados Tema 2. Determinación de publicaciones referenciales en el área Tema 3. Uso de redes sociales científicas y plataformas digitales Tema 4. Marca personal y networking digital
Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad Rioja
Duración en horas: 2 horas
Fecha de inicio-fin: 25/10/2022 - 25/10/2022



- 9 Título del curso/seminario:** II seminario Internacional "Calidad de la información y de la participación en la sociedad Postdigital"
- Objetivos del curso/seminario:** Organizado por el grupo de investigación GICID, con fondos de la Unión Europea, en este seminario se debatió sobre los cambios en la comunicación acaecidos en un entorno postdigital y pospandémico. Participaron profesores e investigadores de Colombia, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, y España (Universidades de Zaragoza y Sevilla).
- Entidad organizadora:** Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
- Duración en horas:** 16 horas
- Fecha de inicio-fin:** 21/09/2022 - 22/09/2022
- 10 Título del curso/seminario:** Iniciación a la elaboración de vídeos divulgativos para la docencia, la investigación y la transferencia (2ª edición)
- Objetivos del curso/seminario:** Profundizar en habilidades, técnicas y herramientas para la creación de piezas audiovisuales con las que divulgar conocimiento.
- Entidad organizadora:** Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
- Duración en horas:** 15 horas
- Fecha de inicio-fin:** 30/06/2022 - 01/07/2022
- 11 Título del curso/seminario:** Software libre para el análisis estadístico de datos en la Investigación Educativa
- Objetivos del curso/seminario:** Mejora de los conocimientos y habilidades necesarias para la impartición de docencia en investigación de mercados y para la investigación. **CONTENIDOS DEL CURSO:** 1. Los programas de código abierto (open and free) de estadística aplicada 2. Programas estadísticos basados en R con interfaz gráfica (R-GUIs) 3. Estructura de BlueSky 4. Archivos de datos 5. Gestión de archivos de datos 6. Gestión de casos 7. Gestión de variables 8. Introducción a los módulos estadísticos 9. Gestión de gráficos, resultados y sintaxis.
- Entidad organizadora:** Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
- Duración en horas:** 50 horas
- Fecha de inicio-fin:** 09/05/2022 - 31/05/2022
- 12 Título del curso/seminario:** Creatividad en el Aula
- Objetivos del curso/seminario:** **CONTENIDOS DEL CURSO** 1. Creatividad: definición y características. 2. Bases neuropsicológicas de la creatividad. 3. Inteligencia y pensamiento creativo. 4. Cómo medir la creatividad: test de inteligencia creativa, pruebas y cuestionarios de creatividad. 5. Características de las personas creativas. 6. El docente como figura de innovación educativa: aptitudes creativas docentes. 7. Relación entre creatividad y otros aspectos educativos del aprendizaje (inteligencia emocional, atención, memoria...). 8. Ambientes creativos y condiciones necesarias dentro del aula para el fomento de la creatividad. 9. Importancia del juego para estimular la creatividad.
- Entidad organizadora:** Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
- Duración en horas:** 14 horas
- Fecha de inicio-fin:** 07/03/2022 - 28/03/2022
- 13 Título del curso/seminario:** I Jornadas de Innovación Docente en Comunicación. Los retos de la docencia ante los desafíos del presente y del futuro
- Objetivos del curso/seminario:** Celebradas en la universidad de Sevilla y organizadas por el Grupo de Investigación LADECOM, estas jornadas profundizaron en los principales retos docentes actuales y futuros. La iniciativa, diseñada por la doctora Julieti Sussi de Oliveira y el investigador Juan Carlos Figueroa, tiene el objetivo de invitar a la reflexión sobre distintas dinámicas docentes dentro de la enseñanza del Periodismo, la Comunicación Audiovisual y la Publicidad y Relaciones Públicas en el espacio universitario. En este marco de reflexión, el encuentro se propuso albergar un espacio de experiencias común para toda la comunidad universitaria iberoamericana que permita compartir experiencias en innovación y mejora docente en el contexto actual de sociedad digitalizada. Asimismo, se presentarán publicaciones recientes y técnicas de innovación docente en el ámbito de la Comunicación y el Periodismo.
- Ciudad entidad organizadora:** Sevilla, Andalucía, España



Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Duración en horas: 16 horas

Fecha de inicio-fin: 08/02/2022 - 09/02/2022

Duración: 2 días

14 Título del curso/seminario: Visualización de Información en Publicaciones Científicas

Objetivos del curso/seminario: CONTENIDOS DEL CURSO 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Ingredientes en la creación de figuras 1.2.1. El color, un ingrediente especial 1.2.2. Escalas 1.3. Gráficos genéricos en investigación (análisis de más de 15 gráficos) 1.4. Gráficos desaconsejados. 1.5. Optimizar los detalles al hacer un diagrama. 1.6. Manejo de programas de diseño de imágenes genéricos para crear o modificar gráficos.

Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Duración en horas: 5 horas

Fecha de inicio-fin: 27/01/2022 - 27/01/2022

15 Título del curso/seminario: Arte en las Catedrales: Didáctica, Comunicación y Teología

Objetivos del curso/seminario: El contenido en el que se han centrado estas jornadas formativas, para profesorado del Máster y para trabajadores de la Catedral de Segovia, ha sido el siguiente: 1. Procesos de enseñanza-aprendizaje en los estudios de postgrado. 2. Planificación, organización y práctica docente desde escenarios digitales. 3. Creación de espacios intercreativos de aprendizaje desde escenarios digitales. 4. Gamificación, un reto para los profesionales que trabajan como guías de arte sacro. La repercusión de estas jornadas es hacer reconocimiento a las personas trabajadoras de la Catedral de Segovia sobre los avances de investigación sobre plataformas digitales de aprendizaje, creación de espacios intercreativos, gamificación en espacios de educación no formal, etc.

Entidad organizadora: Universidad Nacional de Educación a Distancia **Tipo de entidad:** Universidad

Facultad, instituto, centro: Facultad de Educación

Duración en horas: 18 horas

Fecha de inicio-fin: 17/11/2021 - 19/11/2021

16 Título del curso/seminario: La transformación digital en el área comercial no es solo una cuestión de tecnología

Objetivos del curso/seminario: OpenClass/Conferencia magistral organizada por UNIR Perú e impartida vía internet por D. Vicente Giner

Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Duración en horas: 2 horas

Fecha de inicio-fin: 15/09/2021 - 15/09/2021

17 Título del curso/seminario: Iniciación a la elaboración de vídeos divulgativos para la docencia, la investigación y la transferencia

Objetivos del curso/seminario: Profundizar en habilidades, técnicas y herramientas para la creación de piezas audiovisuales con las que divulgar conocimiento.

Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad

Duración en horas: 15 horas

Fecha de inicio-fin: 30/06/2021 - 01/07/2021

18 Título del curso/seminario: Lenguaje y Valores

Objetivos del curso/seminario: Enseñar a interpretar el sentido de los discursos o textos, mediante el conocimiento de los recursos argumentativos y persuasivos, los posibles implícitos o sobreentendidos, sesgos ideológicos. Enseñar a formular las preguntas pertinentes a los diferentes tipos de texto. Enseñar a construir discursos argumentativos, valorar y responder a opiniones opuestas con el talante adecuado. Aspectos en los que se profundizó: El lenguaje humano. Las lenguas. La semántica léxica. Designación, significado y sentido. El discurso o texto. El sentido: lo que se dice y lo que se quiere decir. La pragmática. Tipos de discurso. El discurso persuasivo. Ethos, pathos y logos. Elementos que intervienen en la configuración del sentido de los textos y en su interpretación.

Ciudad entidad organizadora: Logroño, La Rioja, España



Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Duración en horas: 150 horas

Fecha de inicio-fin: 05/04/2021 - 13/06/2021

Perfil de destinatarios/as: Profesores universitarios.

19 Título del curso/seminario: Aprender de los grandes líderes

Objetivos del curso/seminario: En este curso se trabajó con la competencia de liderazgo, utilizando la metodología del caso.

Entidad organizadora: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Duración en horas: 50 horas

Fecha de inicio-fin: 05/04/2021 - 06/06/2021

20 Título del curso/seminario: Emprende con UNIZAR

Objetivos del curso/seminario: Como parte de los programas de Transferencia e Innovación Tecnológica de la Universidad de Zaragoza, la VI Edición del Programa SPINUP "emprende con UNIZAR" ofrece formación en emprendimiento para su profesorado. Mediante sesiones presenciales muy prácticas, se trabajó en talleres formativos para el diseño y validación de un modelo de negocio. En mi caso, junto a otros miembros del Grupo de Investigación GICID, se trabajó en el proyecto TRICLAB. Con este proyecto se pretende llevar a las entidades educativas el modelo TRIC, basado en el Factor Relacional, para la evaluación y prevención del acoso escolar en entornos digitales.

Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España

Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Duración en horas: 500 horas

Fecha de inicio-fin: 09/01/2019 - 19/06/2019

Duración: 6 meses

Perfil de destinatarios/as: Profesores universitarios

21 Título del curso/seminario: Seminario de Investigación Cuantitativa

Objetivos del curso/seminario: Profundizar en las técnicas y programas adecuados para la investigación cuantitativa. Ello mejora las habilidades docentes en la materia y la capacidad del profesorado para la investigación académica.

Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Departamento de Economía y Dirección de empresas

Duración en horas: 15 horas

Fecha de finalización: 09/05/2008

Actividad docente

Formación académica impartida

1 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Trabajo fin de Máster

Competencias relacionadas: marketing, empresa, investigación

Categoría profesional: Grupo I a) Nivel III Sub. I
Profesor contratado Doctor / Profesor de Universidad Privada

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas/Master in Business Administration (MBA)



Curso que se imparte: 1

Fecha de inicio: 01/11/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 101

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Facultad, instituto, centro: Empresa y Comunicación

Departamento: Marketing

Ciudad entidad realización: Logroño, La Rioja, España

Idioma de la asignatura: Español

Frecuencia de la actividad: 6

Fecha de finalización: 01/09/2024

2 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: 04702 - Marketing Integral

Competencias relacionadas: marketing, empresa, investigación

Categoría profesional: Grupo I a) Nivel III Sub. I
Profesor contratado Doctor / Profesor de Universidad Privada

Tipo de programa: Máster oficial

Titulación universitaria: Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas/Master in Business Administration (MBA)

Curso que se imparte: 1

Fecha de inicio: 01/11/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 62

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Facultad, instituto, centro: Empresa y Comunicación

Ciudad entidad realización: Logroño, La Rioja, España

Idioma de la asignatura: Español

Frecuencia de la actividad: 4

Fecha de finalización: 01/09/2024

3 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Investigación de Mercados de Moda

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Bachelor in Fashion Management and Communication

Curso que se imparte: 2º

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de inicio: 01/03/2024

Fecha de finalización: 15/07/2024

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 10

Entidad de realización: Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Moda

Ciudad entidad realización: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Idioma de la asignatura: Español

4 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Investigación de Mercados de Moda

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Gestión y Comunicación de la Moda

Curso que se imparte: 2º

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de inicio: 01/03/2024

Fecha de finalización: 15/07/2024



Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 20

Entidad de realización: Universidad de Diseño,
Innovación y Tecnología

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Moda

Ciudad entidad realización: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Idioma de la asignatura: Español

5 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Entorno Económico Global

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Gestión y Comunicación de la Moda

Curso que se imparte: 3º

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de inicio: 01/09/2023

Fecha de finalización: 15/07/2024

Entidad de realización: Universidad de Diseño,
Innovación y Tecnología

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Moda

Ciudad entidad realización: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Idioma de la asignatura: Español

6 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Redes Sociales en el ámbito eclesial

Competencias relacionadas: publicidad, social media, marketing, comunicación

Categoría profesional: Contratado Doctor

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Máster en Catedrales: Didáctica del Arte, Comunicación y Teología.

Curso que se imparte: 1

Frecuencia de la actividad: 4

Fecha de inicio: 02/02/2021

Fecha de finalización: 30/05/2024

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 125

Entidad de realización: Universidad Nacional de
Educación a Distancia

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Educación

Departamento: Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales

Ciudad entidad realización: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Idioma de la asignatura: Español

7 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Redes Sociales en la Sociedad Postdigital

Competencias relacionadas: publicidad, social media, marketing, comunicación

Categoría profesional: Contratado Doctor

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Máster en Catedrales: Didáctica del Arte, Comunicación y Teología.

Curso que se imparte: 1

Frecuencia de la actividad: 4

Fecha de inicio: 02/02/2021

Fecha de finalización: 30/05/2024

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 125

Tipo de entidad: Universidad



Entidad de realización: Universidad Nacional de Educación a Distancia

Facultad, instituto, centro: Educación

Departamento: Departamento de Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales

Ciudad entidad realización: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Idioma de la asignatura: Español

8 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Comunicación externa. Publicidad Mass Media y ROI

Tipo de programa: Máster oficial

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Máster Propio Dirección y Gestión de Recursos y Servicios Sociales

Curso que se imparte: 1

Frecuencia de la actividad: 6

Fecha de inicio: 10/03/2019

Fecha de finalización: 10/03/2024

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 2

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

9 Nombre de la asignatura/curso: Fundamentos de marketing

Competencias relacionadas: marketing

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Gestión y Comunicación de la Moda

Curso que se imparte: 1º

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de inicio: 02/01/2023

Fecha de finalización: 15/07/2023

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 120

Entidad de realización: Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Moda

10 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: 00781 - Social Media Marketing

Competencias relacionadas: marketing, empresa, investigación

Categoría profesional: Grupo I a) Nivel III Sub. I
Profesor contratado Doctor / Profesor de Universidad Privada

Tipo de programa: Máster oficial

Titulación universitaria: Máster Universitario en Marketing Digital

Curso que se imparte: 1

Frecuencia de la actividad: 10

Fecha de inicio: 01/11/2021

Fecha de finalización: 01/09/2022

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 177

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Facultad de Empresa y Comunicación

Ciudad entidad realización: Logroño, La Rioja, España

Idioma de la asignatura: Español



- 11** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Trabajo fin de Máster
Competencias relacionadas: marketing, empresa, investigación
Categoría profesional: Grupo I a) Nivel III Sub. I
Profesor contratado Doctor / Profesor de Universidad Privada
Tipo de programa: Máster oficial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Título de titulación: Máster Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico
Tipo de curso que se imparte: 1
Frecuencia de la actividad: 1
Fecha de inicio: 01/11/2020
Fecha de finalización: 01/09/2021
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 126
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja
Tipo de entidad: Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Empresa y Comunicación
Departamento: Marketing
Ciudad entidad realización: Logroño, La Rioja, España
Idioma de la asignatura: Español
- 12** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Decisiones estratégicas de marketing
Categoría profesional: Grupo I a) Nivel III Sub. I
Tipo de programa: Licenciatura
Tipo de asignatura: Obligatoria
Título de titulación: Grado en Marketing
Tipo de docencia: Teórica presencial
Curso que se imparte: 4
Frecuencia de la actividad: 1
Fecha de inicio: 01/09/2020
Fecha de finalización: 01/09/2021
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 180
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja
Tipo de entidad: Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Empresa y Comunicación
Idioma de la asignatura: Español
- 13** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Trabajo Fin de Grado
Tipo de programa: Licenciatura
Tipo de asignatura: Obligatoria
Título de titulación: Grado en Marketing y Comercialización Internacional (Plan 2014)
Tipo de docencia: Teórica presencial
Curso que se imparte: 3
Frecuencia de la actividad: 1
Fecha de inicio: 01/09/2020
Fecha de finalización: 01/09/2021
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 35
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja
Tipo de entidad: Universidad
Facultad, instituto, centro: Empresa y marketing
Idioma de la asignatura: Español
- 14** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Técnicas Cualitativas de Investigación de Mercados
Categoría profesional: Grupo I a) Nivel III Sub. I



Tipo de programa: Licenciatura
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Marketing y Comercialización Internacional (Plan 2014)
Curso que se imparte: 3
Fecha de inicio: 01/09/2020
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 80
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja
Facultad, instituto, centro: Facultad de Empresa y Comunicación
Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Teórica presencial
Frecuencia de la actividad: 1
Fecha de finalización: 01/09/2021

15 Tipo de docencia: Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Proyecto de Comunicación Digital
Competencias relacionadas: Comunicación
Tipo de programa: Licenciatura
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Periodismo
Curso que se imparte: 4º
Fecha de inicio: 01/09/2019
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 90
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

Categoría profesional: Profesora Asociada
Tipo de docencia: Teórica presencial
Frecuencia de la actividad: 2
Fecha de finalización: 30/06/2020

Tipo de entidad: Universidad

16 Tipo de docencia: Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Trabajo de Fin de Máster
Competencias relacionadas: Comunicación
Tipo de programa: Licenciatura
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Máster en Consultoría de Información y comunicación digital
Curso que se imparte: 3º
Fecha de inicio: 01/09/2018
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 24
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

Categoría profesional: Profesora Asociada
Tipo de docencia: Teórica presencial
Frecuencia de la actividad: 2
Fecha de finalización: 30/06/2020

Tipo de entidad: Universidad

17 Tipo de docencia: Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Comunicación e información digital
Competencias relacionadas: Comunicación
Tipo de programa: Licenciatura
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Periodismo
Curso que se imparte: 4º
Fecha de inicio: 01/09/2017
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Categoría profesional: Profesora Asociada
Tipo de docencia: Teórica presencial
Frecuencia de la actividad: 3
Fecha de finalización: 30/06/2020



Nº de horas/créditos ECTS: 40

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

18 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Comunicación e información digital

Competencias relacionadas: Comunicación

Categoría profesional: Profesora Asociada

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Periodismo

Curso que se imparte: 4º

Frecuencia de la actividad: 3

Fecha de inicio: 01/09/2017

Fecha de finalización: 30/06/2020

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 40

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

19 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Diseño y edición de publicaciones impresas

Competencias relacionadas: Comunicación

Categoría profesional: Profesora Asociada

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Grado en Periodismo

Curso que se imparte: 3º

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de inicio: 01/09/2018

Fecha de finalización: 30/06/2019

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 95

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

20 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Practicum

Competencias relacionadas: Comunicación

Categoría profesional: Profesora Asociada

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Optativa

Titulación universitaria: Grado en Periodismo

Curso que se imparte: 3º

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de inicio: 01/09/2018

Fecha de finalización: 30/06/2019

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 18

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español



- 21** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Trabajo de Fin de Grado
Competencias relacionadas: Comunicación **Categoría profesional:** Profesora Asociada
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Periodismo
Curso que se imparte: 3º **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2018 **Fecha de finalización:** 30/06/2019
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 36
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español
- 22** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Trabajo de Fin de Grado
Competencias relacionadas: Comunicación **Categoría profesional:** Profesora Asociada
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Periodismo
Curso que se imparte: 3º **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2018 **Fecha de finalización:** 30/06/2019
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 36
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español
- 23** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Comunicación e Identidad Corporativa
Competencias relacionadas: Comunicación **Categoría profesional:** Profesora Asociada
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Optativa
Titulación universitaria: Grado en Periodismo
Curso que se imparte: 4º **Frecuencia de la actividad:** 2
Fecha de inicio: 01/09/2017 **Fecha de finalización:** 30/06/2018
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 45
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español
- 24** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Proyectos de comunicación especializada: Comunicación corporativa
Competencias relacionadas: Comunicación **Categoría profesional:** Profesora Asociada
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Grado en Periodismo



Curso que se imparte: 4º
Fecha de inicio: 01/09/2016
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 100
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

Frecuencia de la actividad: 2
Fecha de finalización: 30/06/2018

Tipo de entidad: Universidad

25 Tipo de docencia: Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing
Competencias relacionadas: marketing
Tipo de programa: Máster oficial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Experto Universitario en Gestión de Empresas Familiares
Frecuencia de la actividad: 1
Fecha de inicio: 01/09/2016
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 4
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Facultad, instituto, centro: Cátedra de Empresa Familiar
Departamento: Organización y Dirección de Empresas
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Tipo de docencia: Teórica presencial
Fecha de finalización: 07/06/2017

Tipo de entidad: Universidad

26 Tipo de docencia: Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: El potencial comunicativo de la web corporativa
Tipo de programa: Máster oficial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Máster Universitario es Consultoría de Información y Comunicación Digital
Frecuencia de la actividad: 1
Fecha de inicio: 17/03/2017
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 4
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Departamento: Lingüística

Tipo de docencia: Teórica presencial
Fecha de finalización: 17/03/2017

Tipo de entidad: Universidad

27 Tipo de docencia: Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección Estratégica
Categoría profesional: AS6
Tipo de programa: Licenciatura
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Graduado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
Curso que se imparte: 4º
Fecha de inicio: 01/09/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 24
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo
Departamento: Dirección y Organización de Empresas
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Teórica presencial
Frecuencia de la actividad: 1
Fecha de finalización: 09/09/2016

Tipo de entidad: Universidad



- 28** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Gestión y Prevención de Riesgos Laborales
Categoría profesional: AS6
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Graduado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
Curso que se imparte: 4º **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2015 **Fecha de finalización:** 09/09/2016
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 108
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo
Departamento: Dirección y Organización de Empresas
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español
- 29** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Métodos de Trabajo
Categoría profesional: AS6
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Graduado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
Curso que se imparte: 4º **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2015 **Fecha de finalización:** 09/09/2016
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 32
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo
Departamento: Dirección y Organización de Empresas
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español
- 30** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Recursos Humanos
Competencias relacionadas: marketing
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas
Curso que se imparte: 1º **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2014 **Fecha de finalización:** 01/09/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Empresariales
Departamento: Dirección y Organización de Empresas
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español



31 **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección de Unidades de Información y Documentación
Competencias relacionadas: marketing
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Graduado en Información y Documentación
Curso que se imparte: 1º **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2014 **Fecha de finalización:** 01/09/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras
Departamento: Dirección y Organización de Empresas
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

32 **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Organización de Empresas
Competencias relacionadas: marketing
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Graduado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos
Curso que se imparte: 1º
Fecha de inicio: 01/09/2014 **Fecha de finalización:** 01/09/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 26
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo
Departamento: Dirección y Organización de Empresas
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

33 **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Organización y Gestión Interna
Competencias relacionadas: marketing
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas
Curso que se imparte: 1º **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2014 **Fecha de finalización:** 01/09/2015
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 40
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Departamento: Dirección y Organización de Empresas
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

34 **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: La Empresa de Comunicación
Competencias relacionadas: Marketing, empresa, gestión
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial



Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Graduado en Periodismo

Curso que se imparte: 2

Fecha de inicio: 01/09/2014

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 36

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Facultad, instituto, centro: Facultad de Filosofía y Letras

Departamento: Dirección y Organización de empresas

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de finalización: 01/09/2015

Tipo de entidad: Universidad

35 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Introducción al Marketing (27303)

Competencias relacionadas: investigación, marketing, estadística **Categoría profesional:** Profesora Asociada

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas

Curso que se imparte: Primero

Fecha de inicio: 01/09/2013

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 12

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales

Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Teórica presencial

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de finalización: 01/09/2014

Tipo de entidad: Universidad

36 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Gestión, iniciativa empresarial y marketing (26829)

Competencias relacionadas: marketing, gestión, empresa

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Graduado en Óptica y Optometría (8297)

Curso que se imparte: 3

Fecha de inicio: 01/09/2013

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 15

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Facultad, instituto, centro: Facultad de Medicina

Departamento: Investigación y marketing

Idioma de la asignatura: Español

Tipo de docencia: Teórica presencial

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de finalización: 01/09/2014

Tipo de entidad: Universidad

37 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Marketing Estratégico

Competencias relacionadas: marketing, gestión, empresa

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)

Curso que se imparte: 3

Tipo de docencia: Teórica presencial

Frecuencia de la actividad: 1



Fecha de inicio: 01/09/2013

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 16

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Facultad, instituto, centro: Facultad de empresa

Departamento: Investigación y marketing

Idioma de la asignatura: Español

Fecha de finalización: 01/09/2014

Tipo de entidad: Universidad

38 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Introducción a la investigación de mercados (27618)

Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada estadística

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)

Curso que se imparte: Primero

Frecuencia de la actividad: 3

Fecha de inicio: 01/09/2012

Fecha de finalización: 01/09/2014

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 96

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales

Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

39 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Introducción al marketing (27503)

Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada estadística

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)

Curso que se imparte: Primero

Frecuencia de la actividad: 3

Fecha de inicio: 01/09/2012

Fecha de finalización: 01/09/2014

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 14

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales

Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

40 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Introducción a la Investigación de mercados (27618)

Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada estadística

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Graduado en Administración y Dirección de Empresas

Curso que se imparte: Primero

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de inicio: 01/09/2007

Fecha de finalización: 01/09/2014



Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 24

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales

Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

41 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Introducción al Marketing (27503)

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Graduado en Finanzas y Contabilidad (449)

Frecuencia de la actividad: 2

Fecha de inicio: 01/09/2012

Fecha de finalización: 01/07/2014

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 14

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Empresa

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

42 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Dirección Comercial I

Competencias relacionadas: investigación, marketing, comercial, ventas, mercados

Categoría profesional: Profesora Asociada

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales (223)

Curso que se imparte: Segundo

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de inicio: 01/09/2012

Fecha de finalización: 01/09/2012

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 98

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales

Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España

Idioma de la asignatura: Español

43 Tipo de docencia: Docencia oficial

Nombre de la asignatura/curso: Comunicación Comercial (24117)

Competencias relacionadas: investigación, marketing, estadística

Categoría profesional: Profesora Asociada

Tipo de programa: Licenciatura

Tipo de docencia: Teórica presencial

Tipo de asignatura: Obligatoria

Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales (223)

Curso que se imparte: Segundo

Frecuencia de la actividad: 1

Fecha de inicio: 01/09/2011

Fecha de finalización: 01/09/2012

Tipo de horas/créditos ECTS: Horas

Nº de horas/créditos ECTS: 30

Entidad de realización: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales

Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados



Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

44 Tipo de docencia: Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Comunicación Comercial (24117)
Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada estadística
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales (223)
Curso que se imparte: Primero **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2011 **Fecha de finalización:** 01/09/2011
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 30
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales
Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercadoss
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

45 Tipo de docencia: Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Prácticas en empresas (24172)
Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada comercial, ventas, mercados
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales (223)
Curso que se imparte: Segundo **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2010 **Fecha de finalización:** 01/09/2011
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 3
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales
Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

46 Tipo de docencia: Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Prácticas en empresas (24172)
Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada comercial, ventas, mercados
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales (223)
Curso que se imparte: Segundo **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2010 **Fecha de finalización:** 01/09/2011
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 3
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales
Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español



- 47** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Trabajo Académicamente dirigido (24178)
Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada comercial, ventas, mercados
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales (223)
Curso que se imparte: Segundo **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2010 **Fecha de finalización:** 01/09/2011
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 15
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales
Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español
- 48** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Dirección Comercial
Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada comercial, ventas, mercados
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Tipo de asignatura: Obligatoria
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales (223)
Curso que se imparte: Segundo **Frecuencia de la actividad:** 3
Fecha de inicio: 01/09/2007 **Fecha de finalización:** 01/09/2011
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 110
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales
Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español
- 49** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Marketing Internacional (24120)
Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada estadística
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales (223)
Curso que se imparte: Primero **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2009 **Fecha de finalización:** 01/09/2010
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 90
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales
Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español



- 50** **Tipo de docencia:** Docencia oficial
Nombre de la asignatura/curso: Decisiones sobre productos y servicios
Competencias relacionadas: investigación, marketing, **Categoría profesional:** Profesora Asociada estadística
Tipo de programa: Licenciatura **Tipo de docencia:** Teórica presencial
Titulación universitaria: Diplomado en Ciencias Empresariales (223)
Curso que se imparte: Primero **Frecuencia de la actividad:** 1
Fecha de inicio: 01/09/2007 **Fecha de finalización:** 01/09/2008
Tipo de horas/créditos ECTS: Horas
Nº de horas/créditos ECTS: 90
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Facultad, instituto, centro: Ciencias Empresariales
Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados
Ciudad entidad realización: Zaragoza, Aragón, España
Idioma de la asignatura: Español

Dirección de tesis doctorales y/o trabajos fin de estudios

- 1** **Título del trabajo:** Comunicación y emprendimiento en la silver economy española. Percepción, retos audiovisuales y edadismo digital.
Entidad de realización: Universidad de Málaga **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ana Pilar Fañanás Biescas
Fecha de defensa: 2025
- 2** **Título del trabajo:** Optimización del E-commerce: Estrategias Innovadoras para La Real Lana
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: España
Alumno/a: Xenia Díaz Serrano
Calificación obtenida: 8
Identificar palabras clave: Ciencias de la comunicación
Fecha de defensa: 09/10/2024
Explicación narrativa: En un mercado digital en auge, el marketing de influencers es una herramienta cada vez más eficaz para las empresas dinámicas que quieren aumentar su visibilidad e interacción con sus potenciales clientes en las redes sociales. Este trabajo tiene el propósito académico de investigar su impacto y potencial aplicado a los objetivos empresariales específicos de una pequeña empresa dedicada a la fabricación y venta de productos de lana merino: aumentar el tráfico de su sitio web y reducir la estacionalidad de sus productos. Mediante un análisis exhaustivo del marketing de influencers, un diagnóstico de la situación actual de la empresa, del entorno competitivo y tendencias del sector, se desarrollan estrategias y tácticas específicas para cumplir con los objetivos establecidos y se seleccionan microinfluencers adecuados para implementar campañas efectivas. Las conclusiones destacan la relevancia del marketing de influencers para alcanzar los objetivos empresariales en el mercado digital actual, subrayando su capacidad para impulsar el crecimiento y la visibilidad de La Real Lana. Parece apropiado asignar más recursos económicos y humanos a este proyecto para optimizar las propuestas.
- 3** **Título del trabajo:** Moda sostenible, el caso Loewe
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: España
Alumno/a: Liya Mihailova Bozhilova
Calificación obtenida: 9.5



Fecha de defensa: 03/10/2024

Fecha de obtención: 03/10/2024

Explicación narrativa: El marketing digital enfocado en moda sostenible es actualmente una poderosa herramienta para promover marcas que practican y fomentan las acciones respetuosas con el medio ambiente. Implementa una estrategia integral que trabaja con diferentes plataformas y técnicas para llegar a una audiencia comprometida y consciente. Recientemente, la conciencia sobre los problemas de la moda convencional ha aumentado, lo que consecuentemente ha facilitado una mayor demanda de alternativas sostenibles en el sector de la moda. Se basa en prácticas éticas y responsables en todo el proceso de fabricación y consumo de ropa. Esto implica utilizar materiales orgánicos y reciclados, así como reducir el desperdicio de recursos y la contaminación. Además, fomenta el diseño de prendas duraderas y atemporales, al contrario que la moda rápida. Las marcas que adoptan este enfoque transmiten transparencia e innovación en sus productos, una mayor calidad y están ganando popularidad entre los consumidores que valoran la ética y la responsabilidad ambiental. Loewe cuenta con una consolidada imagen de marca, destacando la artesanía tradicional de calidad y debe seguir innovando en sus estrategias de marketing digital. El presente trabajo de fin de máster consiste en establecer un plan de marketing digital para Loewe y busca explorar las posibilidades de las últimas tendencias en marketing digital aplicable a las empresas de moda sostenible.

4 Título del trabajo: Los creadores de contenido en YouTube, Instagram y TikTok en el contexto educativo

Entidad de realización: Universidad Nacional de Educación a Distancia **Tipo de entidad:** Universidad

Alumno/a: Celia Martínez Navarro

Calificación obtenida: 9.5

Fecha de defensa: 21/03/2024

5 Título del trabajo: Branded content aplicado a la movilidad colaborativa y sostenible

Tipo de proyecto: Tesina

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad realización: España

Alumno/a: Guillermo Aliaga Gil

Calificación obtenida: 9.2

Fecha de defensa: 02/05/2023

6 Título del trabajo: Branded Content en el sector del pequeño electrodoméstico.

Tipo de proyecto: Tesina

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Alumno/a: Telmo Vinicio Sisalima Flores

Calificación obtenida: 9.5

Identificar palabras clave: Comunicación de negocios

Fecha de defensa: 21/04/2023

Fecha de obtención: 21/04/2023

7 Título del trabajo: Comercialización de servicios de factoring

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Alumno/a: Andrea Carolina Lalama Arens

Calificación obtenida: 8.5

Identificar palabras clave: Psicología del marketing y del comportamiento del consumidor; Comercialización; Relación comercial

Fecha de defensa: 21/11/2022



- 8 Título del trabajo:** Plan para una comercializadora de dispositivos médicos de última tecnología stent Colombia
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: España
Alumno/a: Clara Liliana Arenas Diaz
Calificación obtenida: 8.6
Fecha de defensa: 17/11/2022
- 9 Título del trabajo:** Plan de publicidad para Tribu de Ventas
Tipo de proyecto: Tesina
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ana Gabriela Gallardo Hidalgo
Calificación obtenida: 6.5
Identificar palabras clave: Psicología del marketing y del comportamiento del consumidor; Comunicación audiovisual; Publicidad
Fecha de defensa: 08/11/2022
- 10 Título del trabajo:** Startup de Consultorías de Marketing Digital con base en la Metodología Lean
Tipo de proyecto: Tesina
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: Logroño, La Rioja, España
Alumno/a: Liliana Jaimes Tolosa
Calificación obtenida: 7
Identificar palabras clave: Psicología del marketing y del comportamiento del consumidor; Empresa
Fecha de defensa: 04/11/2022
- 11 Título del trabajo:** Los embajadores demarca en la formación bancaria
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: Ecuador
Alumno/a: Ana Gabriela Gallardo Hidalgo
Calificación obtenida: 6.5
Identificar palabras clave: Economía comercial; Comercialización; Economía
Fecha de defensa: 04/11/2022
- 12 Título del trabajo:** Creación de una agencia de viaje online de turismo cultural sostenible en Madrid, España
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja
Alumno/a: Jazmín Luna Saavedra
Calificación obtenida: 8.6
Identificar palabras clave: Comunicación audiovisual
Fecha de defensa: 14/10/2022
- 13 Título del trabajo:** MetAds: Plan de Marketing Digital de una agencia de publicidad especializada en el metaverso
Tipo de proyecto: Tesina
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: José González Fernández
Calificación obtenida: 8.5
Fecha de defensa: 06/10/2022



Fecha de obtención: 06/10/2022

- 14 Título del trabajo:** Digitalización en el sector turístico: el caso Bravissimo Cool Apartments
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Lara Camacho Marín
Calificación obtenida: 9.4
Identificar palabras clave: Psicología del marketing y del comportamiento del consumidor; Ciencias de la comunicación
Fecha de defensa: 04/10/2022
Doctorado Europeo / Internacional: No
Mención de calidad: No
- 15 Título del trabajo:** El auge de una PYME a través del marketing digital
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Andrea Llopis Cascales
Calificación obtenida: 9.6
Fecha de defensa: 04/10/2022
- 16 Título del trabajo:** Marketing digital aplicado en una web de contenidos. El caso de Ma petite Pamplona.
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad realización: La Rioja, España
Alumno/a: Andrea Ureña Porres
Calificación obtenida: 8.5
Fecha de defensa: 04/10/2022
- 17 Título del trabajo:** La estrategia de marketing inmobiliario en Honduras: El caso RM Constructores
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Fanny Gissell Urhan Lobo
Calificación obtenida: 5.1
Fecha de defensa: 20/07/2022
- 18 Título del trabajo:** Co-housing senior: oportunidades de negocio y desarrollo de un plan comercial
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Andrés Roldán Mediavilla
Calificación obtenida: 6
Fecha de defensa: 27/05/2022
- 19 Título del trabajo:** Plan de Marketing para promoción de productos eco-sostenibles en la industria textil
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Ana María Pulido Arango
Calificación obtenida: 9
Fecha de defensa: 24/05/2022
- 20 Título del trabajo:** Digitalización en el sector turístico: el caso Bravissimo Cool Apartments
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad



Alumno/a: Paula Gómez Portero
Calificación obtenida: 9.4
Fecha de defensa: 03/05/2022

- 21 Título del trabajo:** Dwoogy una app para el monitoreo de tu mascota
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Adriana Rocio Buitrago Buitrago
Calificación obtenida: 7.2
Fecha de defensa: 03/05/2022
- 22 Título del trabajo:** Transformación del sector de servicios domésticos apoyado en herramientas de la industria 4.0
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Camilo Andrés Fayad Rodríguez
Calificación obtenida: 7.2
Fecha de defensa: 03/05/2022
- 23 Título del trabajo:** Plan de negocio: Bachillerato b-learning en ciencias y letras de alto nivel académico en Fundación Kinal.
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Juan Francisco Herrera
Calificación obtenida: 7.5
Fecha de defensa: 12/04/2022
- 24 Título del trabajo:** Expansión Internacional de Omnicon, una Scaleup colombiana
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Jenny Shirley Giraldo Valencia
Calificación obtenida: 9
Fecha de defensa: 30/11/2021
- 25 Título del trabajo:** Plan de Marketing Digital para el lanzamiento e-Pet's Care telemedicina veterinaria
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Iván Alonso Veas González
Calificación obtenida: 8
Identificar palabras clave: Psicología del marketing y del comportamiento del consumidor; Empresa
Fecha de defensa: 19/11/2021
- 26 Título del trabajo:** Crédito digital en una cooperativa de ahorro y crédito.
Tipo de proyecto: Tesina
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Efren Eduardo Rojas Burgos
Calificación obtenida: 8
Identificar palabras clave: Psicología del marketing y del comportamiento del consumidor; Asuntos financieros
Fecha de defensa: 29/10/2021



- 27 Título del trabajo:** Hacemos el Comercio Exterior Simple
Tipo de proyecto: Tesina
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: José Leonardo Vivas Muñoz
Calificación obtenida: 9
Identificar palabras clave: Comercio exterior
Fecha de defensa: 11/10/2021
- 28 Título del trabajo:** El modelo masculino: historia de la masculinidad y su representación en la publicidad.
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Javier Aranda del Baño
Fecha de defensa: 09/2019
Explicación narrativa: <https://zaguan.unizar.es/record/85140> Resumen: La masculinidad es una construcción social y, por lo tanto, a lo largo de la historia el perfil del hombre ha evolucionado de forma constante y progresiva a razón de los cambios sociales. La publicidad se ha hecho eco de los estereotipos masculinos que han acontecido y ha favorecido su divulgación a través de los medios de comunicación. El presente trabajo busca analizar los valores y modelos que se desarrollan en los anuncios de las figuras masculinas para comprender cuáles son los patrones de hombre actuales y en qué se diferencian o asemejan al estereotipo hegemónico. Este trabajo ha conseguido una cita en Benavidez, C. (2022). Masculinidad y suicidio [Trabajo de fin de Grado].
- 29 Título del trabajo:** La salud mental en el entorno digital. Estudio de la ansiedad y la depresión a través del análisis cualitativo desde la perspectiva de la educomunicación para la salud .
Tipo de proyecto: Trabajo fin de máster
Fecha de defensa: 09/2019
- 30 Título del trabajo:** Incidencia de la reputación corporativa en empresas de economía colaborativa en España.
Fecha de defensa: 09/2019
- 31 Título del trabajo:** Bandersnatch, jugando la película: un estudio exploratorio de las características del cine de ficción interactivo.
Tipo de proyecto: Trabajo fin de grado
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Alevtina Petrova
Fecha de defensa: 2019
Explicación narrativa: Petrova, Alevtina <https://zaguan.unizar.es/record/85324> En un mundo cada vez más sumergido en avances tecnológicos, el cine de ficción busca alternativas para sobrevivir y satisfacer a la nueva audiencia. El presente trabajo describe las características específicas del cine interactivo de ficción en la actualidad, tomando como caso de estudio la película Bandersnatch. Además, esta investigación profundiza en el papel que desempeña la audiencia en este tipo de producciones y propone hipótesis para la futura indagación en esta área. De este modo, se ha descubierto que la película analizada no es solo interactiva, sino también transmedia, debido a los factores tecnológicos y humanos que intervienen en la expansión de su relato. Este trabajo ha sido citado por Martínez Fernández, D. (2021). La unión del cine interactivo y el mundo de los videojuegos: El caso de Erica (Bachelor's thesis).
- 32 Título del trabajo:** Comunicación política y redes sociales: análisis de la comunicación de Vox en Instagram durante la campaña electoral del 28-A.
Entidad de realización: UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA **Tipo de entidad:** Universidad
Alumno/a: Raquel Laporta Osorio
Fecha de defensa: 2019



Tutorías académicas de estudiantes

- 1 Nombre del programa:** Formación personal docente
Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja
Tipo de entidad: Universidad
Frecuencia de la actividad: 2
Nº de alumnos/as tutelados/as: 3
Tutoría Reglada: Sí
Explicación Narrativa: Se tutorizó a alumnos, profesores de UNIR, dentro del Curso Avanzado de Investigación - Artículo de revisión bibliográfica, durante dos ediciones de este programa.
- 2 Nombre del programa:** Diplomatura
Entidad de realización: Universidad de Zaragoza
Tipo de entidad: Universidad
Frecuencia de la actividad: 15
Tutoría Reglada: Sí
Explicación Narrativa: Trabajos académicamente dirigidos en la Diplomatura de Ciencias Empresariales.

Cursos y seminarios impartidos

- 1 Tipo de evento:** Seminario
Nombre del evento: I Seminario internacional en Comunicación y Educación en Contextos de Crisis
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza,
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza
Tipo de entidad: Universidad
Objetivos del curso: Coordiné el seminario junto a las Doctoras Sara Osuna Acedo y Carmen Marta Lazo. Además, impartí una de las sesiones formativas. El objetivo ha sido potenciar las habilidades comunicativas de los profesores universitarios en entornos online, necesidad urgente en tiempos de pandemia COVID-19
Fecha de impartición: 26/06/2020
Temática: Formación Docente
- 2 Tipo de evento:** Seminario
Nombre del evento: Gestión de WordPress: Comunicación Digital para Periodistas
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza,
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza
Tipo de entidad: Universidad
Objetivos del curso: Este seminario se diseñó para optimizar las capacidades comunicativas del profesorado del Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. El seminario profundizó en la herramienta WordPress como repositorio tanto de divulgación científica como de ampliación de conceptos en las asignaturas impartidas por estos docentes. También asistieron algunos alumnos aventajados, posibles docentes en un futuro.
Perfil de destinatarios/as: Profesores universitarios
Horas impartidas: 4
Fecha de impartición: 25/11/2019
Temática: Formación Docente
- 3 Tipo de evento:** Seminario
Nombre del evento: Gestión de la reputación académica en redes sociales profesionales
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza,
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza
Tipo de entidad: Universidad
Objetivos del curso: Este seminario se diseñó como ayuda a la gestión de los perfiles en las redes sociales académicas, al detectar que no eran aprovechadas en plenitud. Es un aporte a la transferencia de conocimiento, mejorando la capacidad del profesorado universitario para divulgar sus investigaciones o publicaciones. Además,



como objetivo secundario, el seminario procuró estrategias en comunicación digital para aumentar la probabilidad de obtener citas de otros investigadores.

Horas impartidas: 10

Fecha de impartición: 11/09/2019

Temática: Formación Docente

Material y otras publicaciones docentes o de carácter pedagógico

- 1** Isabel Iniesta Alemán. Apuntes de la asignatura,
Nombre del material: 09171 Decisiones Estratégicas de Marketing del Grado en Marketing
Fecha de elaboración: 17/03/2021
Tipo de soporte: Apuntes
Explicación narrativa: Dicho material se encuentra a disposición de los alumnos matriculados en esta asignatura en el Campus Virtual de UNIR, el contenido es original y está compuesto por unidades que constan de un total de 247 páginas de apuntes, recomendaciones de material complementario (bibliografía, webgrafía, material audiovisual), tests de auto-comprobación del aprendizaje y de ejercicios y actividades.
- 2** Lorenzo Iniesta Coullaut-Valera; Isabel Iniesta Alemán. (España): 10/01/2010. Disponible en Internet en:
<<https://www.profiteditorial.com/libro/manual-del-consultor-de-marketing/>>.
Nombre del material: Manual del Consultor de Marketing: Cómo tomar decisiones sobre productos y servicios
Perfil de destinatarios/as: Profesionales y estudiantes universitarios
Fecha de elaboración: 10/01/2009
Tipo de soporte: Libro
Explicación narrativa: Es este un libro muy especial, pues es la única ocasión en la que publiqué con mi padre, Lorenzo Iniesta Coullaut-Valera. De hecho, en el evento de presentación en la Sala Cultural De El Corte Inglés de Zaragoza, estuve únicamente acompañada por el editor, D. Alejandro Amat y el catedrático de la Universidad de Zaragoza, El Dr. Julio Jiménez Martínez. Tuvo que ser así, pues mi padre falleció pocos días antes de la publicación. Se trata de una completa actualización y ampliación de contenidos de un éxito en ventas de la Editorial Planeta (Ediciones Gestión 2000) publicado en 1997. Pensado para quienes se están formando en la consultoría de marketing, recoge tanto el conocimiento como la experiencia que ambos autores habíamos adquirido a lo largo de los años. Es, precisamente, esa mezcla de teoría, práctica y modelos lo mayo valor aporta al alumnado. Incluye un breve vocabulario de términos técnicos de marketing. Este manual ha llegado a cuatro ediciones, la última en 2017 y ha sido citado en, al menos, 36 ocasiones. Es un libro muy utilizado en Trabajos de fin de Grado, en Trabajos de fin de Máster y en tesis doctorales. También aparece referenciado en el libro de Cristina García- Rocío Núñez, Núria Salas y Olga Suanya (2013) El cliente social: retos de la atención al cliente en el Universo de las Redes Sociales de Profit Editorial.
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo
Autor de correspondencia: Sí
Posición de firma: 2

Proyectos de innovación docente

- 1** **Título del proyecto:** “Arte en las Catedrales: Didáctica, Comunicación y Teología”.
Tipo de participación: Miembro de equipo
Aportación al proyecto: Docencia en aplicación del sistema pedagógico diseñado. Investigadora colaborando en el trabajo de campo para la toma de datos mediante entrevistas en profundidad y experimentación en redes sociales. Una publicación como capítulo de libro: Iniesta-Alemán, I. (2023). Social media y marketing de influencers. En J. Gil-Quintana, Píldoras de Innovación Educativa en contextos universitarios: una perspectiva desde la Investigación-Acción (págs. 27-39). Octaedro. <https://octaedro.com/wp-content/uploads/2023/01/9788419312860.pdf>
Régimen de dedicación: Tiempo parcial
Tipo duración relación laboral: Por tiempo determinado



Nombre del investigador/a principal (IP): Javier Gil Quintana

Entidad financiadora: Universidad Nacional de Educación a Distancia y la Catedral de Segovia

Fecha de inicio-fin: 01/09/2021 - 30/09/2024

Duración: 3 años

2 Título del proyecto: “Influencers de Aprendizaje Conectado, Participativo y Empoderado (IACPE)”

Tipo de participación: Miembro de equipo

Aportación al proyecto: Docencia en aplicación del sistema pedagógico diseñado. Investigadora colaborando en el trabajo de campo para la toma de datos mediante entrevistas en profundidad y experimentación en redes sociales. Una publicación como capítulo de libro: Iniesta-Alemán, I. (2023). Social media y marketing de influencers. En J. Gil-Quintana, Píldoras de Innovación Educativa en contextos universitarios: una perspectiva desde la Investigación-Acción (págs. 27-39). Octaedro. <https://octaedro.com/wp-content/uploads/2023/01/9788419312860.pdf>

Régimen de dedicación: Tiempo parcial

Tipo duración relación laboral: Por tiempo determinado

Nombre del investigador/a principal (IP): Javier Gil Quintana

Entidad financiadora: Universidad Nacional de Educación a Distancia y la Catedral de Segovia

Tipo de entidad: Universidad

Fecha de inicio-fin: 01/09/2021 - 30/09/2024

Duración: 3 años

3 Título del proyecto: Plan de Comunicación y Marketing de las Competencias Informacionales (CI) en la Universidad de Zaragoza. Identificador PIIDUZ_15_256

Tipo de participación: Miembro de equipo

Aportación al proyecto: El proyecto de innovación docente se propuso la colaboración entre el alumnado de los grados de Periodismo y los de Administración y Dirección de Empresa.

Entidad financiadora: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Fecha de inicio-fin: 01/09/2015 - 01/06/2016

4 Título del proyecto: Plan de Comunicación y Marketing de las Competencias Informacionales (CI) en la Universidad de Zaragoza. Identificador PIIDUZ_14_322

Tipo de participación: Miembro de equipo

Aportación al proyecto: El proyecto de innovación docente se propuso la colaboración entre el alumnado de los grados de Periodismo y los de Administración y Dirección de Empresa.

Entidad financiadora: FUNDACION EMPRESA-UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Fecha de inicio-fin: 01/09/2014 - 01/06/2015

5 Título del proyecto: Mejora de las competencias básicas del área económico-empresarial en los estudiantes del último curso de la Diplomatura en Ciencias Empresariales PMDUZ 2008-1

Aportación al proyecto: Dentro de este proyecto, que se desarrolló en colaboración con la Cámara de Comercio de Zaragoza, me responsabilicé de la actividad correspondiente al Comercio Minorista.

Entidad financiadora: Universidad de Zaragoza

Tipo de entidad: Universidad

Fecha de inicio-fin: 01/09/2008 - 01/07/2009

Premios de innovación docente

Nombre del premio: Premio a la Innovación Docente Universitaria, 5ª edición.

Entidad concesionaria: Departamento de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón.

Tipo de entidad: Organismo Público de Investigación

Ciudad entidad concesionaria: Zaragoza,

A propuesta de: Universidad de Zaragoza

Fecha de concesión: 21/09/2010



Explicación Narrativa: Por el proyecto titulado "Enseñanza presencial y virtual en la Diplomatura de Empresariales de Zaragoza. Experiencias de innovación docente y adaptación curricular".

Pluralidad, interdisciplinariedad y complejidad docente

Habiendo empezado a impartir docencia para directivos y profesionales en prestigiosas Escuelas de Negocio, mientras compaginaba mis estudios universitarios como mi carrera profesional, accedí a la Académica en el año 2007 como profesora Asociada en el Departamento de Marketing de la Universidad de Zaragoza. A partir de entonces he tenido ocasión de trabajar con grandes investigadores, colaborar en maravillosos proyectos y asistir a congresos y así, abrir nuevos horizontes. Actualmente, formo parte del comité científico vinculado con el centro de estudios de Educación y Comunicación para la salud de la UNED. Si bien mi filiación principal, desde 2020, es la Universidad Internacional de La Rioja, en la cual imparto materias tan diversas como Investigación de Mercados, Social Media, Marketing Integral o Deontología Profesional en Neuromarketing, he sido requerida para impartir docencia en otras universidades. Tal es el caso de la Universidad de Zaragoza en el Máster de Dirección y Gestión de Recursos y Servicios Sociales, donde imparto la sesión de Comunicación y Publicidad. En la Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología de Madrid he impartido las asignaturas de Entorno Económico Global y la de Investigación de Mercados de Moda. Además de dirigir muchos Trabajos de Fin de Máster anteriormente en UNIZAR actualmente ejerzo esa función tanto en UNIR como en UNED o en UNIE. En el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga ya ha depositado su tesis mi primera doctoranda, a la que he tenido el honor de dirigir junto al catedrático el Dr. Javier Ruiz del Olmo. También estoy codirigiendo en el Departamento de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid junto a la Dra, Carlota Coronado Ruiz. En UNIR estoy dirigiendo dos tesis. La primera, en el programa de doctorado de Humanidades y Sociedad Digital con la codirección del Dr. Francisco García García. La segunda, en el programa de doctorado de Economía y Empresa.

Experiencia científica y tecnológica

Grupos/equipos de investigación, desarrollo o innovación

1 Nombre del grupo: Asociación de la Innovación Docente Iberoamericana

Objeto del grupo: Tecnologías de la Información y Comunicación

Clase de colaboración: Coautoría de cooperación internacional

Ciudad de radicación: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Entidad de afiliación: Universidad Nacional de Educación a Distancia **Tipo de entidad:** Universidad

Explicación narrativa: La Asociación de Innovación Docente Iberoamericana (IDI) es una iniciativa de profesores e investigadores especializados en Tecnologías de la Información y Comunicación y en el uso creativo de medios para la enseñanza y el aprendizaje. En el contexto actual, la actividad educativa se enfrenta a nuevos retos, pero también a un sinfín de planteamientos, metodologías y escenarios novedosos que permiten liderar cambios significativos en la sociedad. Todas las propuestas que desde esta asociación se realizan son sin presupuesto, puesto que el programa de la misma y los proyectos implicados se enmarcan dentro desde una asociación sin ánimo de lucro, la cual, carece de dotación presupuestaria. La repercusión de los eventos y colaboraciones es hacer reconocimiento de los asociados y futuros asociados de IDI sobre los avances de investigación sobre la educación y la comunicación, plataformas, interfaces, etc. Esta acción ha repercutido en la formación de más 500 personas relacionadas con el ámbito de la educación y la comunicación, en España, en América Latina y en otros países de la Unión Europea. El Dr. Luis M. Romero-Rodríguez es el Presidente de IDI-Spain, siendo su vicepresidente el Dr. Javier Gil Quintana.

Otros: <https://idi-spain.org/>

Identificar palabras clave: Formación continua y desarrollo profesional docente; Comunicación audiovisual

**Fecha de inicio:** 2021**Duración:** 4 años**2 Nombre del grupo:** Social Media y Educación Mediática Inclusiva y Ubicua (SMEMIU)**Ciudad de radicación:** Comunidad de Madrid, España**Entidad de afiliación:** Universidad Nacional de Educación a Distancia**Tipo de entidad:** Universidad

Explicación narrativa: Grupo de Investigación Social Media y Educación Mediática, Inclusiva y Ubicua (SMEMIU) Referencia de Grupos: GI112 Investigador principal: Dra. Sara Osuna Acedo Co-Investigador principal: Dr. Javier Gil Quintana Entidad financiadora: UNED, Universidad Nacional de Educación a Distancia. Convocatoria: Grupo de Investigación de la UNED. Entidades Participantes: UNED. Duración: Desde el 05/03/2019 - continúa N° Investigadores: 27 Aportación: Investigadores PRINCIPALES, en la temática relacionada con la investigación sobre los medios sociales de comunicación y la educación mediática desde un punto de vista inclusivo y ubicuo. Además de colaborar como comité científico en varios Congresos Internacionales organizador por este grupo de investigación, que se han mencionado en otros apartados de este documento, he formado parte del convenio de colaboración con la Catedral de Segovia, del que emana el Máster de las Catedrales. Píldoras de Innovación Educativa en contextos universitarios. Una perspectiva desde la Investigación-Acción es una obra dirigida al Personal Docente e Investigador de contextos universitarios que tenga intención de innovar en sus prácticas didácticas y quiera descubrir experiencias que han sido investigadas y transferidas a la comunidad científica. Recoge los resultados de investigaciones sobre experiencias de innovación. Está disponible en <https://octaedro.com/wp-content/uploads/2023/01/9788419312860.pdf>

Fecha de inicio: 01/03/2019**3 Nombre del grupo:** Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID)**Ciudad de radicación:** Aragón, España**Entidad de afiliación:** Universidad de Zaragoza**Tipo de entidad:** Universidad

Explicación narrativa: El Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza, está reconocido como grupo de referencia, por el Gobierno de Aragón con el código S29_3R (Núm. 62 del Boletín Oficial de Aragón, de fecha 28/04/2023), dentro del área de Ciencias Sociales y financiado por el Fondo Social Europeo de Desarrollo Regional, FEDER "Construyendo Europa desde Aragón". En el 2020 y hasta mi incorporación a la Universidad Internacional de La Rioja, tuve la consideración de investigadora efectiva. Entre otras muchas colaboraciones e investigaciones, he trabajado en el proyecto «Capacitación en competencias digitales para la inclusión de la ciudadanía y el desarrollo inteligente de la sociedad de la información (Proyecto Estratégico del Gobierno de Aragón y FEDER)». En el Proyecto Europeo Ecolearning Communication Open-Data: Massive Mobile Learning (Proyecto ECO) ICT PSP Pilot Type B, en el que participé en el Hub de Marketing. Coordiné en 2019 el «Estudio comparativo de gestión de la publicidad on line: preferencias y narrativas construidas por anunciantes en España y Colombia» en colaboración con los Doctores Miguel Badillo y Ana Segura.

Fecha de inicio: 01/02/2016

Actividad científica o tecnológica

Proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de Administraciones o entidades públicas y privadas

1 Nombre del proyecto: Media Literacy for Senior European Citizens MELISE**Identificar palabras clave:** Agentes de la educación; Ciencias de la comunicación**Identificar palabras clave:** Agentes de la educación; Ciencias de la comunicación; Comunicación audiovisual**Ámbito geográfico:** Unión Europea**Grado de contribución:** Investigador/a**Entidad de realización:** Universidad Nacional de Educación a Distancia**Tipo de entidad:** Universidad**Ciudad entidad realización:** Madrid, Comunidad de Madrid, España



Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Javier Gil Quintana

Nº de investigadores/as: 37

Nº de personas/año: 37

Tipo de participación: Miembro de equipo

Nombre del programa: CREA-CROSS

Cód. según financiadora: GA-101136032

Fecha de inicio-fin: 01/04/2024 - 30/04/2026

Duración: 2 años

Cuantía total: 492.242,8 €

Resultados relevantes: La participación de la Dra. Iniesta en este proyecto, además de los aportes en investigación, consiste en la creación de recursos didácticos interactivos para la alfabetización mediática de las personas senior en el ámbito de la comunicación en redes sociales. El proyecto fue presentado en las IV JORNADAS DE INNOVACIÓN Y DOCENCIA IBEROAMERICANAS IDI-UNED celebradas los días 19 y 20 de noviembre de 2024. La ponencia titulada "Proyecto MELISE: una respuesta de alfabetización mediática para toda la vida" fue presentada por el Dr. Manuel León y la Dra. Paula Estalayo. https://youtu.be/sOE6nCnaGvM?si=BVIZGBPv_LPTWAP_ Dentro de este proyecto se ha construido un entorno metaverso, que fue presentado también en las Jornadas IDI-UNED por el Dr. José Javier Hueso Romero con el título "Metaverso: Centro Senior para la alfabetización mediática" <https://youtu.be/N5WT8yoCYLI>

Régimen de dedicación: Tiempo parcial

Explicación narrativa: La alfabetización mediática es más necesaria que nunca si queremos seguir construyendo una sociedad democrática e integradora en la que las personas puedan desarrollar plenamente su ciudadanía. Sin embargo, cuando hablamos de alfabetización mediática, a menudo nos centramos en los jóvenes, especialmente en los adolescentes. Pero la transformación digital afecta a toda la sociedad, incluidas las personas mayores, a las que hay que apoyar en el desarrollo de sus competencias mediáticas. Por tanto, es necesaria una alfabetización mediática crítica que responda a las necesidades cada vez más diversas de la ciudadanía activa. Las personas mayores necesitan y merecen una alfabetización mediática que les ayude a navegar y evaluar críticamente la gran cantidad de información disponible en los medios tradicionales y digitales. El proyecto MELISE pretende explorar y abordar la importancia de la alfabetización mediática para las personas mayores y su relevancia en la sociedad actual, facilitar el intercambio de recursos educativos y buenas prácticas en alfabetización mediática para personas mayores, y desarrollar e impartir programas de formación en alfabetización mediática que aborden sus necesidades específicas de aprendizaje.

2 Nombre del proyecto: Desarrollo de habilidades de liderazgo basado en la comunicación experiencial del arte Skills&Art

Entidad de realización: Universidad Internacional de La Rioja **Tipo de entidad:** Universidad

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Inmaculada Berlanga Fernández

Tipo de participación: Miembro de equipo

Fecha de inicio-fin: 01/10/2022 - 01/06/2024

Explicación narrativa: Investigación

3 Nombre del proyecto: La comunicación corporativa mediante narrativas transmedia en la estrategia publicitaria y comercial de los anunciantes locales. Comparativa entre España y Colombia

Entidad de realización: Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD; Colombia) y Universidad de Zaragoza (UNIZAR, España)

Ciudad entidad realización: Palmira, Colombia

Nº de investigadores/as: 4

Fecha de inicio-fin: 02/06/2019 - 10/10/2019

4 Nombre del proyecto: Eco, E-Learning, Communication And Open Data Massive Mobile, Ubiquitous And Open Learning (Grant Agreement Nº 621127)

Entidad de realización: UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACION A DISTANCIA, colaboraron 25 universidades y entidades i Entre ellas, la Universidad de Zaragoza

Ciudad entidad realización: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Nº de investigadores/as: 99



Fecha de inicio-fin: 21/02/2014 - 31/01/2017

Cuantía total: 2,3 €

Contratos, convenios o proyectos de I+D+i no competitivos con Administraciones o entidades públicas o privadas

Nombre del proyecto: Catedrales: Didáctica del Arte, Comunicación y Teología

Entidad de realización: Universidad Nacional de Educación a Distancia

Entidad de realización: Universidad Nacional de Educación a Distancia **Tipo de entidad:** Universidad

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Javier Gil Quintana

Fecha de inicio: 2021

Duración: 5 años

Explicación narrativa: Convenio firmado entre la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) y la Catedral de Segovia para la realización de actividades de formación permanente. Este convenio se está desarrollando desde 2021 a 2025 y presenta los siguientes objetivos: • Capacitar al alumnado como guía de arte sacro para las catedrales. • Identificar las catedrales como entorno artístico-educativo. • Desarrollar estrategias y capacidades didácticas para el diseño de experiencias creativas con el público infantil. • Reconocer la base cristológica y eclesiológica del significado de las catedrales. • Descubrir la simbología, la liturgia y la música como ámbitos didácticos en los procesos de aprendizaje. • Analizar el papel de las redes sociales en la sociedad postdigital y su transferencia en ámbitos eclesiales y patrimoniales. • Reconocer la importancia de la comunicación como medio de proyección de la vida de las catedrales hacia la sociedad. • Adquirir una formación específica a nivel cultural y patrimonial sobre la historia del arte sacro. • Propiciar acciones de reflexión y comprensión de los valores

Transferencia e intercambio de conocimiento

Colaboro como investigadora en varios y muy diversos grupos de investigación, siempre implicada en nuevos proyectos o eventos de divulgación científica.

El más antiguo es el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza, está reconocido como grupo de referencia, por el Gobierno de Aragón con el código S29_23R (Núm. 62 del Boletín Oficial de Aragón, de fecha 28/04/2023), dentro del área de Ciencias Sociales y financiado por el Fondo Social Europeo de Desarrollo Regional, FEDER "Construyendo Europa desde Aragón".

También colaboro hace años con el Grupo de Investigación Social Media y Educación Mediática, Inclusiva y Ubicua Investigación en EduComunicación de la Universidad Nacional de Educación a Distancia UNED.

Recientemente, he iniciado mi colaboración con dos grupos muy innovadores: Grupo de Investigación Información y Comunicación en la Era Digital (INCOMED), de UNIE y del Grupo de Investigación en Innovación y Transformación Digital de la Comunicación (GITDCom) de UDIT, Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología. También soy miembro muy activo de la Asociación Científica Icono 14.

Ostento el cargo de Consejera Delegada de Presidencia en la Asociación Española de Cine e Imagen Científicos (ASECIC) desde julio de 2024. ASECIC es una asociación iberoamericana sin ánimo de lucro.



Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1 Isabel Iniesta Alemán; Inmaculada Berlanga Fernández; Elena Bandrés Goldáraz. La eficacia publicitaria del marketing de influencers en el sector de la moda. Icono 14, Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Asociación Icono 14, 2024. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.7195/ri14.v22i2.2064>>.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 3

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Índice de impacto: 10

Posición de publicación: 8

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

Categoría: Social Sciences | Communication

Revista dentro del 25%: No

Resultados relevantes: La Revista ICONO 14 es una publicación temática semestral bilingüe (español/inglés o portugués/inglés), con todos los resúmenes, palabras clave e interfaz web en español, inglés y portugués. Centrada en el área de las Ciencias de la Comunicación, publica contribuciones abiertas e interdisciplinarias que aborden aspectos relacionados con la comunicación y las tecnologías emergentes. La Revista se dirige a toda la comunidad científica internacional, en particular a la hispanohablante, aunque viene realizando un esfuerzo continuo de internacionalización de sus consultores científicos, revisores, autores y lectores. A lo largo de sus 18 años de trayectoria ininterrumpida, la Revista ha publicado 38 números con más de 650 artículos de investigación. Indexada en Scopus Q2, Icono 14 ocupa el lugar 8º en el ranking Scimagojr, SJR 0.348 h-index 10

Publicación relevante: Sí

Traducciones: Inglés

- 2 Isabel Iniesta Alemán; Ana Mancho de la Iglesia; Ana Segura Anaya. Influencia de la prensa en el entorno digital. Análisis del engagement de los veinte periódicos más leídos en España en Twitter. Contratexto. 39, pp. 51 - 72. Lima(Perú): Universidad de Lima Fondo Editorial, 2023. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.26439/contratexto2023.n39>>.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 3

Resultados relevantes: La investigación examina el engagement (nivel de implicación de los usuarios) obtenido por las cuentas de Twitter de los 20 diarios más leídos en España, incluyendo cabeceras nacionales, deportivas y regionales. Se analizaron 2.666 tweets publicados por estas 20 cabeceras entre octubre y noviembre de 2022. Se midieron variables como número de seguidores, retweets, comentarios y favoritos para calcular el engagement de cada medio. También se realizó un análisis de contenido de las descripciones de los perfiles y los tweets publicados. Desde agosto del 2023 ha sido descargado 275 veces. Ha sido citado en Journal of Health Communication (Q1 Impact Factor, 4.6 (2022) CiteScore (Scopus)) por Pollock y otros, (2024) <https://doi.org/10.1080/10810730.2024.2324845> John Crothers Pollock es Professor of Communication Studies, The College of New Jersey, con h-21 en Google Académico y h-index 9 Scopus).

Publicación relevante: Sí

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

- 3** Isabel Iniesta Alemán; Pavel Sidorenko Bautista. The Impact of the Digital Era on Spanish Speaking Social Audiences: A Systematic Review of Its Academic Literature. *Studies in Media and Communication*. 11 - 6, pp. 314 - 328. 2023. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.11114/smc.v11i6.6225>>. ISSN 2325-8071

DOI: 10.11114/smc.v11i6.6225

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Fuente de citas: Scholar Google

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

Citas: 1

Resultados relevantes: *Studies in Media and Communication* es una revista estadounidense que está indexada Scopus como Q3, h-index 7, en 2023

Publicación relevante: Sí

- 4** Elena Bandrés Goldáraz; Mariola Conde Casado; Isabel Iniesta Alemán. El impacto de la COVID-19 en las pequeñas y medianas empresas de comunicación en España. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*. 11 - 21, pp. 25 - 40. (Ecuador): Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, 2021. Disponible en Internet en: <<https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/21.2021.02>>.

DOI: 10.17163/ret.n21.2021.02

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 3

Nº total de autores: 3

Resultados relevantes: Editada por la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, la Revista De Ciencias de la Administración y Economía (RETOS) está indexada en Emerging Sources Citation Index, dentro de la categoría Economics, obteniendo un indicador Journal Citation Indicator (JCI) de 0,07 en 2018, y situándose así en la posición 511/542 en esta disciplina. Asimismo, está recogida en bases de datos como Fuente Académica Plus, Business Source Premier, Business Source Elite, DOAJ, DIALNET, LATINDEX. Catálogo v2.0 (2018 -) 38/38 criterios cumplidos, Catálogo v1.0 (2002 - 2017) 32/33 criterios cumplidos. Evaluada en: Directory of Open Access Journals, ERIHPlus, LATINDEX. Además, está indexada en Scopus, con un SJR de 0.278 y un CiteScore de 2.7 en 2023. Ocupa el lugar 111 de 232 en la categoría de Social Sciences Este artículo ha obtenido más de 82 citas en los primeros cuatro años desde su publicación. De ellas, 4 están registradas en Scopus: Anaya Yances, F., Anaya Narváez, A.R., Buelvas Sierra, R.B. (2024) Disruptive management in organizations: analysis from financial management | [Gerencia disruptiva en las organizaciones: análisis desde la gestión financiera] *Revista Venezolana de Gerencia* 29(107), pp. 1211-1227 <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.107.14> De Esteban Excoibar, D.; De-Pablos-Heredero, C.; Montes-Botella, J.L.; Blanco Jimenez, F.J. & García. A. Business Incubators and Survival of Startups in Times of COVID-19 *Sustainability* 2022, 14(4), 2139; <https://doi.org/10.3390/su14042139> Urbina Fonturbel R. y Portela Lopa A. (2022). Comunidad discursiva y felicidad en la publicidad de Coca-Cola en tiempos de COVID-19. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 91, 233-244. <https://doi.org/10.5209/clac.74749> García, J. J., Ochoa Vásquez, I., y Valenzuela, A. (2021). Impacto social y económico del Covid-19 en México y otros países. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1201-1217. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.13> También ha sido citado por Medina, Alfons, Sintés-Olivella, Marçal y Busquet, Jordi en Percepción y expectativas de los profesionales de la comunicación antes y después de la pandemia de Covid-19 publicado en 2024 por *Comunicación-Revista De Investigación I D Analisis* <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.240>

Publicación relevante: Sí

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: No

- 5** Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya; Ana Mancho de la Iglesia. Digital skills as an intangible resource in the enterprise / Las competencias digitales como recurso intangible en la empresa. *Revista Prisma Social*. 29, pp. 155 - 171. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada, 2020. Disponible en Internet en: <<https://revistaprismasocial.es/article/view/3587/4190>>. ISSN 1989-3469

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 3

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

Categoría: Communication

**Índice de impacto:** Q2**Fuente de impacto:** WOS (JCR)**Índice de impacto:** Q3**Posición de publicación:** 125**Fuente de citas:** SCOPUS**Fuente de citas:** Scholar Google**Revista dentro del 25%:** No**Categoría:** Communication**Revista dentro del 25%:** No**Num. revistas en cat.:** 260**Citas:** 2**Citas:** 13

Resultados relevantes: Tras un año de la defensa de mi tesis, puse en marcha una nueva investigación, con su correspondiente trabajo de campo, en la que revisamos parte de los resultados. Para ello, colaboré con dos prestigiosas investigadoras del Grupo GICID de la Universidad de Zaragoza, la Dra. Ana Segura-Anaya (con H-Index 2 en Scopus y H-7 en Scholar Google) y la Dra. Ana Mancho de la Iglesia (H-Index 1 en Scopus y H-1 en Scholar Google). La investigación que este artículo ofrece se plantea como objetivo averiguar si existen diferencias de opinión o de comportamiento digital entre las personas que trabajan en empresas que centran su actividad en la comercialización de sus productos o servicios mediante las redes sociales y el comercio electrónico y las que trabajan en otro tipo de empresa. Se confirmó que las competencias digitales de los profesionales, que mi tesis encontró eran valoradas positivamente en las industrias creativas, son también deseables en otros sectores. Los resultados muestran que, si bien se constatan diferencias poco significativas en cuanto a opinión, el comportamiento de quienes trabajan en empresas que podríamos llamar digitalizadas es distinto al de los empleados de las empresas no digitalizadas. La investigación se enmarca en la línea de investigación sobre comunicación corporativa, dentro del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza, que está reconocido como grupo de referencia, por el Gobierno de Aragón con el código S29_20R (Núm. 62 del Boletín Oficial de Aragón, de fecha 26/03/2020), dentro del área de Ciencias Sociales y financiado por el Fondo Social Europeo de Desarrollo Regional, FEDER "Construyendo Europa desde Aragón". Esta publicación está relacionada con: Iniesta-Alemán, I. (2018). Comportamiento del anunciante como comprador de servicios profesionales. Estudio empírico descriptivo de las relaciones entre el anunciante y la agencia de publicidad en Aragón. [Tesis doctoral inédita]. Universidad de Málaga. <https://hdl.handle.net/10630/17212> Iniesta-Alemán, I. (2019). The personal and professional brand in the economy of reputation. *IROCAMM- International Review of Communication and Marketing Mix*, 2(1), 61-73. <https://bit.ly/3kbtJ1L> Iniesta-Alemán, I. (2020). Reputación, engagement y marca: gestión estratégica de intangibles para crear valor. *Egregius*. Iniesta-Alemán, I., Mayorga-Escalada, S., & Pérez-Serrano, M. J. (2020). Reputación, engagement y marca: Gestión estratégica de intangibles para crear valor. *Egregius*. <https://cutt.ly/VdChdL6> Publicado en *Prisma Social* (2020) y firmado como primera autora. La Revista *Prisma Social* (ISSN 1989-3469) forma parte de los canales de difusión e investigación de la Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada, entidad editora de la Revista. Se trata de una publicación digital de Ciencias Sociales e investigación social de carácter trimestral, organizada en torno a un contenido temático por número. Aumenta su difusión y prestigio siendo indexada en las diferentes plataformas y bases de datos de revistas científicas tanto nacionales como internacionales: Emerging Sources Citation Index (ESCI), Scopus, ProQuest, EBSCO, etc. En la fecha de publicación del artículo, *Prisma Social* está situada en el TERCER CUARTIL Q3 de Scimago Journal & Country Rank (SCOPUS), con un indicador SJR de 0,209 dentro de la disciplina Social Sciences (miscellaneous) Por otro lado, se encuentra en Emerging Sources Citation Index (ESCI) dentro del Journal Citation Report (JCR), concretamente en el Journal Citation Indicator (JCI) 2020 = 0.21, en la categoría de "Social Sciences, Interdisciplinary". Cabe destacar, además, que está indizada en: Academic Search Premier, Fuente Academica Plus, CAB Abstracts, MLA - Modern Language Association Database, DOAJ. Asimismo, ubicada en 2018 en el TERCER CUARTIL Q3 del Ranking REDIB (Red Iberoamericana de Innovación y conocimiento científico), actualmente se encuentra en el PRIMER...

Publicación relevante: Sí

- 6** Carmen Marta Lazo; Isabel Iniesta Alemán; Miguel Ángel Ortiz Sobrino. BIG DATA e Inteligencia empresarial: BESURT en la firma comercial Ascaso. Opción, Revista de Ciencias Humanas y Sociales. pp. 2259 - 2275. Maracaibo(Venezuela): Universidad de Zulia, 2018. Disponible en Internet en: <<https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/24013>>. ISSN 10121587

Tipo de producción: Artículo científico**Posición de firma:** 2**Nº total de autores:** 3**Fuente de impacto:** SCOPUS (SJR)**Tipo de soporte:** Revista**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Fuente de citas: Scholar Google**Citas:** 3

Resultados relevantes: En este artículo, en el que soy la segunda firmante, trabajé junto a mi directora de tesis doctoral, la Dra. Carmen Marta-Lazo, directora de mi tesis doctoral, y el Dr. Ortiz Sobrino, especialista reconocido en Inteligencia Artificial (con H-index 5 en Scopus y H 25 en Scholar Google), se explica y describe un caso de éxito de la herramienta de inteligencia artificial Besurt que utilicé en el análisis semántico de los datos obtenidos en mi tesis. La Dra. Carmen Marta-Lazo Lazo (Catedrática de Periodismo de la Universidad de Zaragoza, con H-Index 7 en Scopus y H 33 en Scholar Google) es la primera en número de artículos citados y la segunda en número de citas en el ámbito del Periodismo en el ranking de investigadores en el área de Periodismo en 2019 publicado por Dialnet Métricas. El presente artículo, fruto de la investigación original y personal realizada mediante la metodología de la entrevista en profundidad, presenta el análisis de caso de la startup española Besurt, una experiencia piloto sobre la aplicación de la ciencia de datos en las organizaciones empresariales que ha sido implementada en la firma comercial Ascaso, un obrador de pastelería centenario. El resultado principal que se describe en el artículo relata como el sistema Besurt analizó los patrones de comportamiento de compra en las tres tiendas (Madrid, Zaragoza y Huesca) de la pastelería oscense para efectuar una predicción. El primer resultado de la aplicación de la ciencia de datos a los objetivos de este comercio se concretó en la creación de la primera cesta de navidad diseñada con inteligencia artificial. La investigación se enmarca en la línea de investigación sobre comunicación corporativa, dentro del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza, que está reconocido como grupo de referencia, por el Gobierno de Aragón con el código S29_20R (Núm. 62 del Boletín Oficial de Aragón, de fecha 26/03/2020), dentro del área de Ciencias Sociales y financiado por el Fondo Social Europeo de Desarrollo Regional, FEDER “Construyendo Europa desde Aragón”. Esta publicación está relacionada con: Iniesta-Alemán, I. (2018). Comportamiento del anunciante como comprador de servicios profesionales. Estudio empírico descriptivo de las relaciones entre el anunciante y la agencia de publicidad en Aragón. [Tesis doctoral inédita]. Universidad de Málaga. <https://hdl.handle.net/10630/17212> Iniesta-Alemán, I. y Pérez Calle, R. D. (2021) Aplicación de la ciencia de datos al análisis semántico. En R. Eguizabal Maza, e I. Jiménez Gómez, Herramientas metodológicas para el estudio de la comunicación, 6, 25-38. Editorial Fragua. La Revista OPCIÓN, con ISSN 1012-1587, es una publicación auspiciada por el Departamento de Ciencias Humanas y por la División de Investigación de la Facultad Experimental de Ciencias de la Universidad del Zulia, Venezuela. Aparece tres veces al año en los meses de abril, agosto y diciembre de cada año. Es una publicación de ciencias sociales y humanas, con énfasis en antropología, ciencias de la comunicación y de la información, filosofía, lingüística y semiótica, problemas del desarrollo, la Ciencia y la tecnología. Es financiada por el Consejo de Desarrollo, Científico, Humanístico y Tecnológico (CONDES). En la fecha de publicación del artículo, Opción está situada en el TERCER CUARTIL Q3 de Scimago Journal & Country Rank (SCOPUS), con un indicador SJR de 0,15 dentro de la disciplina Social Sciences (miscellaneous) La Revista Opción está también indizada, entre otros, en Latindex, Dialnet (Clasificada como B en Ciencias Sociales y A en Ciencias Humanas), MIAR, o Scielo Este trabajo ha sido citado, entre otros, por: Zúñiga, F., Poveda, D. A. M., & Llerena, W. V. L. (2023). El Big Data y su implicación en el marketing. Revista de Comunicación de la SEECI, 56, 302-321. DOI:10.15198/seeci.2023.56.e832

Publicación relevante: Sí

- 7 Isabel Iniesta Alemán; Carmen Marta Lazo; Fco. Javier Ruiz Del Olmo. The influence of gender in the management of the corporate communication case study in Aragón (Spain) / La influencia del género en el management de la comunicación corporativa estudio de caso en Aragón (España). Prisma Social: revista de investigación social. 20, pp. 273 - 286. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada., 2018. Disponible en Internet en: <<https://revistaprismasocial.es/article/view/2234/2485>>. ISSN 1989-3469

Tipo de producción: Artículo científico**Tipo de soporte:** Revista**Posición de firma:** 1**Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo**Fuente de citas:** SCOPUS**Citas:** 1**Fuente de citas:** Dialnet Métricas**Citas:** 1**Fuente de citas:** Scholar Google**Citas:** 7**Publicación relevante:** Sí



- 8** Isabel Iniesta Alemán. Todo Comunica. Todo Comunica. (España): Egregius, 10/09/2024. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/todo-comunica/>>. ISBN 9788411771023

Colección: N.º 32 de la colección Horizonte Académico

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Autor de correspondencia: Sí

Resultados relevantes: Se trata del prólogo del libro que he coordinado.

Publicación relevante: Sí

- 9** Isabel Iniesta Alemán; Ana Mancho de la Iglesia. El Social Media Plan en cinco pasos. Adaptación de la comunicación corporativa a la era post-Covid. pp. 146 - 163. (España): Editorial Fragua, 2022. Disponible en Internet en: <<https://fragua.es/producto/adaptacion-de-la-comunicacion-corporativa-a-la-era-post-covid-pdf/>>. ISBN 9788470749599

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

Nº total de autores: 2

Publicación relevante: Sí

- 10** Ana Mancho Iglesia; Carmen Marta Lazo; Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya. La memoria de los afectados por casos de 'bebés robados' en la Web. El archivo audiovisual de la asociación Bebés Robados Aragón. Documentación de las Ciencias de la Información. 45 - 2, pp. 157 - 162. Universidad Complutense de Madrid, 2022. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.5209/DCIN.81152>>.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 3

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: No

Nº total de autores: 4

Resultados relevantes: En esta investigación presentamos un proyecto digital que recopila la memoria de las personas que, o bien fueron víctimas, o bien sospechan haber sido víctimas de sustracciones de menores sucedidas en España desde la Guerra Civil, hasta principios de los años 90, más conocidas como la trama de los 'bebés robados'. Para ello hemos recuperado la metodología de la historia oral, ya que como señala Vilanova (1998), las fuentes orales pueden ayudar a la exploración de los silencios mayoritarios y explicar el porqué eso ocurre. La recuperación de la memoria de los afectados ha ido acompañada de los estudios históricos en un diálogo permanente entre memoria e historia. La participación de las asociaciones de recuperación de la memoria histórica ha sido clave para su realización. Journal Citation Indicator - JCI (JCR) Año 2022 JCI de la revista: 0.02 Cuartil mayor: Q4 Área: COMMUNICATION Cuartil: Q4 Posición en el área: 214/219 Índice Dialnet de Revistas Año 2022 Impacto de la revista: 0,200 Ámbito: DOCUMENTACIÓN Cuartil: C2 Posición en el ámbito: 10/24 Ámbito: COMUNICACIÓN Cuartil: C3 Posición en el ámbito: 45/66 CIRC Ciencias Sociales: C

- 11** Miguel Badillo Mendoza; Isabel Iniesta Alemán. El estudio de la comunicación en tiempos de la COVID-19. Comunicación y Métodos | Communication & Methods. 3 - 1, pp. 3 - 8. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, 2021. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.35951/v3i1.113>>.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 2

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

Nº total de autores: 2

Resultados relevantes: Comunicación y Métodos (Communication & Methods) es una revista internacional de libre acceso que publica el resultado de investigaciones novedosas en el ámbito de las metodologías de la investigación y la comunicación (publicidad, periodismo, cine, televisión, etc.). Está liderada por el Dr. Raúl Eguizabal Maza, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid.

- 12** Lucía D'Ambrosi; Isabel Iniesta Alemán; María Eugénia Parito; Ricardo Pérez Calle. Fighting disinformation. The impact of the Covid-19 on youth trust in European Institutions. *Sociologia della Comunicazione*. 61, pp. 71 - 89. (Italia): Franco Angeli, 2021. Disponible en Internet en: <<http://dx.doi.org/10.3280/SC2021-061006>>.

DOI: 10.3280/SC2021-061006

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 4

Fuente de citas: Scholar Google

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: No

Citas: 4

- 13** Ana Segura Anaya; Javier de Sola Pueyo; Isabel Iniesta Alemán; Ana Mancho de la Iglesia. Redes sociales de la información periodística de proximidad en las zonas despobladas: El caso de los medios digitales hiperlocales de Aragón. *Textual & Visual Media*. 13, pp. 35 - 57. Sociedad Española de Periodística, 2021. Disponible en Internet en: <<https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/download/273/190>>.

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 3

Nº total de autores: 4

Fuente de citas: Scholar Google

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: No

Citas: 5

Resultados relevantes: Citado, entre otros, por: Galletero-Campos, B., & Echezarreta, V. S. (2022). Despoblación y comunicación: propuestas para abordar un objeto de estudio emergente. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 39-57. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/download/1507/3238> Negreira-Rey, M. C., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). No people, no news: News deserts and areas at risk in Spain. *Media and Communication*, 11(3), 293-303. <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/download/6727/3308> del Moral-Pérez, M. E., López-Bouzas, N., Castañeda-Fernández, J., & Neira-Piñeiro, M. D. R. (2023). Visibility and representation of rural schools in the online Spanish press. *Rural Society*, 32(2), 65-80. <https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/71371/56398-2.pdf?sequence=1> Santos-Gonçalves, T., Ufarte-Ruiz, M. J., & Murcia-Verdú, F. J. (2024). Cobertura del Covid-19 en la Prensa Local en España: Tradicionales vs Nativos Digitales. *Profesional de la información*, 33(1). <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/download/87626/63595>

- 14** Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya; Victor Lópe Salvador. Digital competences in the advertising sector in Aragon (Spain) / Competencias digitales en el sector de la publicidad en Aragón (España). *Revista Inclusiones*. 6, pp. 83 - 98. (Chile): Editorial Cuadernos de Sofía, 2019. Disponible en Internet en: <<https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/1850>>. ISSN 0719-4706

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 3

Fuente de citas: Scholar Google

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

Citas: 4

Resultados relevantes: La revista *Inclusiones* está indexada, entre otros, en Dialnet, Latindex, MIAR o DOAJ Este artículo ha sido citado, entre otros, por: Herrera-Rodríguez, M., Gutiérrez-Ortiz, M. E., & Torres-Fernández, C. (2022). Impacto de la publicidad tradicional y digital en la resiliencia de las mipymes del sur de Tamaulipas durante COVID-19. *CienciaUAT*, 17(1), 73-88. Herrera-Rodríguez, M., Gutiérrez-Ortiz, M. E., & Torres-Fernández, C. Impacto de la publicidad tradicional y digital en la resiliencia de las mipymes del sur de Tamaulipas durante COVID-19 Impact of conventional and digital advertising on the resilience of MSMEs in southern Tamaulipas during COVID-19.

- 15** Isabel Iniesta Alemán. Eficacia de los influencers como recurso publicitario en la estrategia de los anunciantes locales. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*. pp. 149 - 169. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO, clave PAIDI HUM-618)., 2019.

DOI: 10.12795/Ambitos.2019.i46.09

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Resultados relevantes: Este artículo ha sido descargado, hasta julio del 2024, en 2023 ocasiones.

- 16** Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya; Carmen Marta Lazo. Incidencia de las nuevas tecnologías en el valor percibido de los servicios en el sector de la comunicación en Aragón. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. 17, pp. 147 - 165. (España): Universitat Jaume I, 2019. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2019.17.9>>. ISSN 2174-0992

DOI: 10.6035/2174-0992.2019.17.9

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 3

Resultados relevantes: En el presente estudio, proponemos un marco contextual a los decisores estratégicos, que no solo describe la situación actual, sino que permite vislumbrar tendencias. Funciones que tradicionalmente eran asumidas por las agencias de publicidad se han internalizado, tanto en las empresas anunciantes como en los medios de comunicación, ante la facilidad de implementación que ofrecen los nuevos canales de comunicación. Tanto los medios convencionales como los nuevos soportes publicitarios digitales llegan ahora de forma directa a las empresas anunciantes, eliminando de esta forma todo lo que es percibido como intermediación sin valor añadido. Desde agosto 2023, se ha descargado más de 30 veces.

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

- 17** Isabel Iniesta Alemán. The personal and professional brand in the economy of reputation /La marca personal y profesional en la economía de la reputación. *IROCAMM: International Review of Communication and Marketing Mix*. 2 - 1, pp. 61 - 73. Sevilla, Andalucía(España): University of Seville, 2019. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2019.v02.i01.06>>.

DOI: 10.12795/IROCAMM.2019.v02.i01.06

Tipo de producción: Artículo científico

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de citas: Scholar Google

Resultados relevantes: Citado, entre otros, por: Flores, J. G. G., & Portilla, S. V. (2024). Personal Branding como Competencia en los Docentes de Educación Superior. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 12028-12044. Huancollo Chambi, J. K. (2021). Marca personal como factor persuasivo en el proceso de selección. *Revisión sistemática*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81484/Huancollo_CHJK-SD.pdf?sequence=1

Tipo de soporte: Revista

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

Citas: 7

- 18** Isabel Iniesta Alemán; Carmen Marta Lazo; María de la Cruz Zaro Becas. Investment in advertising, challenges for 21st century television / La inversión en publicidad, retos para la televisión del siglo XX. *Retos, Revista de Ciencias de la administración y Economía*. 8 - 16, pp. 141 - 156. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA DEL ECUADOR, 2018. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6572510>>. ISBN 9788417270193

DOI: 10.17163/ret.n16.2018.10

Tipo de producción: Artículo científico

Fuente de citas: Dialnet

Fuente de citas: Scholar Google

Resultados relevantes: Citado, entre otros, por: Alonso, F., Faus, M., Fernandez, C., & Useche, S. A. (2021). "Where have i heard it?" Assessing the recall of traffic safety campaigns in the Dominican Republic. *Energies*, 14(18), 5792. <https://www.mdpi.com/1996-1073/14/18/5792/pdf> Luque Ortiz, S. (2023). La gestión de los algoritmos publicitarios en Internet. Un caso de estudio: Facebook y Google. *Doxa Comunicación*, 36, pp. 243-271 <https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1713> Segura-Anaya, A., Marta-Lazo, C., & Nogales-Bocio, A.-I. (2019). La calidad como valor añadido determinante en el consumo de contenidos informativos de pago en internet. *Profesional De La información*, 28(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.07>

Tipo de soporte: Revista

Citas: 4

Citas: 31



- 19** Ireide Martínez de Bartolomé; Beatriz Rivera Martín; Isabel Iniesta Alemán. Análisis de la estrategia mediática en la guerra híbrida de Rusia contra Ucrania. Todo comunica. pp. 185 - 206. (España): Editorial Egregius, 2024. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/todo-comunica/>>. ISBN 9788411771023
Colección: N.º 32 de la colección Horizonte Académico
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 3
Nº total de autores: 3
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Autor de correspondencia: Sí
- 20** Ireide Martínez de Bartolomé; Isabel Iniesta Alemán. Análisis de la prensa española y su audiencia social en torno al ataque de Hamás a Israel. Poder y comunicación mediática en la era digital: perspectivas y desafíos. pp. 175 - 202. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Dykinson, 2024. Disponible en Internet en: <<https://www.dykinson.com/libros/poder-y-comunicacion-mediatica-en-la-era-digital-perspectivas-y-desafios/9788410700642/>>. ISBN 9788410700642
Colección: conocimiento contemporaneo
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Autor de correspondencia: Sí
- 21** Isabel Iniesta Alemán; Ana Fañanás Biescas. Comunicación de moda en el metaverso. Todo comunica. pp. 145 - 164. (España): Editorial Egregius, 2024. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/todo-comunica/>>. ISBN 9788411771023
Colección: N.º 32 de la colección Horizonte Académico
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Autor de correspondencia: Sí
- 22** Isabel Iniesta Alemán; Martha Cecilia Prieto Lozano; Ricardo Diego Prieto Lozano. Comunicación interna, confianza y teletrabajo. Revisión sistemática de la literatura pospandemia. Inteligencia organizacional, comunicación estratégica e influencia en la sociedad psodigital. pp. 154 - 170. Dykinson, 2024. ISBN 978-84-1170-919-4
Tipo de producción: Capítulo de libro
- 23** Ana Pilar Fañanás Biescas; Isabel Iniesta Alemán. Comunicación plateada: desafíos y oportunidades en la era digital. Todo comunica. pp. 207 - 224. (España): Editorial Egregius, 2024. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/todo-comunica/>>. ISBN 9788411771023
Colección: N.º 32 de la colección Horizonte Académico
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Autor de correspondencia: Sí
- 24** Isabel Iniesta Alemán. Comunicación política y audiencia social. Inteligencia organizacional, comunicación estratégica e influencia en la sociedad psodigital. pp. 239 - 256. Dykinson, 2024. ISBN 978-84-1170-919-4
Tipo de producción: Capítulo de libro
Resultados relevantes: <https://www.dykinson.com/libros/inteligencia-organizacional-comunicacion-estrategica-e-influencia-en-la-sociedad-postdigital/9788411709194/>
- 25** Vicente Giner Crespo; Isabel Iniesta Alemán; Ana Fañanás Biescas. El uso del neuromarketing para conectar con las emociones de los clientes y generar una estrategia de comunicación más efectiva. Todo comunica. pp. 129 - 144. (España): Editorial Egregius, 2024. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/todo-comunica/>>. ISBN 9788411771023



Colección: N.º 32 de la colección Horizonte Académico

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 3

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Autor de correspondencia: Sí

- 26** Héctor García Monteagudo; Isabel Iniesta Alemán. La comunicación de marca en el emprendimiento. Economía, derecho y empresa ante una nueva era: digitalización, IA y competitividad en un entorno global. pp. 321 - 334. (España): Dykinson, 2024. Disponible en Internet en: <<https://www.dykinson.com/libros/economia-derecho-y-empresa-ante-una-nueva-era-digitalizacion-ia-y-competitividad-en-un-entorno-global/9788411709354/>>. ISBN 9788410700642

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 2

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Autor de correspondencia: Sí

- 27** Martha Cecilia Prieto Lozano; Isabel Iniesta Alemán; Ana Pilar Fañanás Biescas. La comunicación interna de las empresas en situaciones de teletrabajo. Economía, derecho y empresa ante una nueva era: digitalización, IA y competitividad en un entorno global. pp. 447 - 459. (España): Dykinson, 2024. Disponible en Internet en: <<https://www.dykinson.com/libros/economia-derecho-y-empresa-ante-una-nueva-era-digitalizacion-ia-y-competitividad-en-un-entorno-global/9788411709354/>>. ISBN 9788410700642

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 3

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Autor de correspondencia: Sí

- 28** Jorge García Martín; Isabel Iniesta Alemán; Ana Fañanás Biescas. La comunicación, una habilidad esencial en el liderazgo de las industrias creativas. Todo comunica. pp. 97 - 114. (España): Editorial Egregius, 2024. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/todo-comunica/>>. ISBN 9788411771023

Colección: N.º 32 de la colección Horizonte Académico

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 3

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Autor de correspondencia: Sí

- 29** Isabel Iniesta Alemán; Adolfo Rubio Pascual-Muerte. La percepción de las Catedrales en España. Todo comunica. pp. 75 - 96. (España): Editorial Egregius, 2024. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/todo-comunica/>>. ISBN 9788411771023

Colección: N.º 32 de la colección Horizonte Académico

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Autor de correspondencia: Sí

- 30** Isabel Iniesta Alemán; Ana Pilar Fañanás Biescas; Ricardo Diego Pçerez Calle. La publicidad en entornos lúdicos digitales. Inteligencia organizacional, comunicación estratégica e influencia en la sociedad posdigital. pp. 378 - 395. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Dykinson, 2024. Disponible en Internet en: <<https://www.dykinson.com/libros/inteligencia-organizacional-comunicacion-estrategica-e-influencia-en-la-sociedad-postdigital/9788411709194/>>. ISBN 978-84-1170-919-4

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 3

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo



- 31** Prieto Prieto Lozano; Isabel Iniesta Alemán; Mariola Conde Casado. Los cambios en la comunicación interna en entornos empresariales de teletrabajo. Todo comunica. pp. 115 - 128. (España): Editorial Egregius, 2024. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/todo-comunica/>>. ISBN 9788411771023
- Colección:** N.º 32 de la colección Horizonte Académico
- Tipo de producción:** Capítulo de libro
- Posición de firma:** 2
- Nº total de autores:** 3
- Tipo de soporte:** Libro
- Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- Autor de correspondencia:** Sí
- 32** Iniesta Alemán Isabel; García Monteagudo Héctor; Alvira Iniesta Diego. Las redes sociales en entornos educativos. Nuevas tendencias en gestión e innovación empresarial. Adaptación a los nuevos escenarios globales y domésticos. pp. 607 - 630. Dykinson, 2023. Disponible en Internet en: <<https://www.dykinson.com/libros/nuevas-tendencias-en-gestion-e-innovacion-empresarial-adaptacion-a-los-nuevos-escenarios-globales-y-domesticos/9788411229241/>>. ISBN 9788411229241
- Tipo de producción:** Capítulo de libro
- Posición de firma:** 1
- Nº total de autores:** 3
- Tipo de soporte:** Libro
- Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- Autor de correspondencia:** Sí
- 33** Isabel Iniesta Alemán. La ciencia de datos en la inteligencia colectiva empresarial. Profundizando en temas de investigación de vanguardia. (España): Pirámide, 16/12/2022. Disponible en Internet en: <<https://www.edicionespiramide.es/libro/ediciones-universitarias/profundizando-en-temas-de-investigacion-de-vanguardia-maria-pilar-castro-garcia-9788436842739/>>. ISBN 978-84-368-4273-9
- Colección:** Ediciones Universitarias
- Tipo de producción:** Capítulo de libro
- Posición de firma:** 1
- Nº total de autores:** 1
- Fuente de impacto:** SPI
- Índice de impacto:** 530
- Posición de publicación:** 5
- Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- Autor de correspondencia:** Sí
- Categoría:** ICEE General
- 34** Isabel Iniesta Alemán; Adolfo Rubio Pascual-Muerte. El impacto de las catedrales en la economía y cultura. Redes Sociales, Influencers y Marketing Digital en el Patrimonio Histórico-Artístico. Un reto de la sociedad digital. pp. 283 - 304. Tirant lo Blanch, 2022. Disponible en Internet en: <<https://editorial.tirant.com/es/libro/redes-sociales-influencers-y-marketing-digital-en-el-patrimonio-historico-artistico-un-reto-de-la-sociedad-postdigital-javier-gil-quintana-9788419071040/>>. ISBN 9788419071040
- Tipo de producción:** Capítulo de libro
- Posición de firma:** 1
- Nº total de autores:** 2
- Tipo de soporte:** Libro
- Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- Autor de correspondencia:** Sí
- 35** Vicente Giner Crespo; Isabel Iniesta Alemán; Luis Cerdá Suarez. La influencia de la inteligencia emocional en las decisiones estratégicas: la lección de Delfos. Investigación y transferencia de las ciencias sociales frente a un mundo en crisis. pp. 394 - 413. (España): Dykinson, 2022. Disponible en Internet en: <<https://www.dykinson.com/libros/investigacion-y-transferencia-de-las-ciencias-sociales-frente-a-un-mundo-en-crisis/9788413779249/>>. ISBN 9788413779249
- Tipo de producción:** Capítulo de libro
- Posición de firma:** 2
- Nº total de autores:** 3
- Tipo de soporte:** Libro
- Grado de contribución:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- Autor de correspondencia:** No



- 36** Isabel Iniesta Alemán. Mover y conmover: influencers en el turismo religioso. Redes Sociales, Influencers y Marketing Digital en el Patrimonio Histórico-Artístico. Un reto de la sociedad digital. pp. 201 - 219. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Tirant lo Blanch, 2022. Disponible en Internet en: <<https://editorial.tirant.com/es/libro/redes-sociales-influencers-y-marketing-digital-en-el-patrimonio-historico-artistico-un-reto-de-la-sociedad-digital-javier-gil-quintana-9788419071040>>. ISBN 9788419071040

Colección: 1ª

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Resultados relevantes: Esta obra tiene como finalidad dar respuesta al papel de la comunicación en el patrimonio cultural. Para ello, se plantean interrogantes, reflexiones y aportaciones teóricas que hacen referencia al papel de consumidores-prosumidores, la proyección de la comunicación digital, la ética y la mediación patrimonial, las políticas culturales, el marketing 4.0 en la empresa patrimonial, la marca digital, el branded content y los influencers. Todos estos temas ayudarán a profundizar en la necesidad de la comunicación y el marketing para la correcta gestión patrimonial y amplificación del impacto cultural, económico y social. Esta publicación es el resultado de investigaciones y reflexiones desarrolladas por docentes de la comunicación y la educación en distintas universidades e instituciones españolas. Se utiliza como texto principal en el Máster de Catedrales: Didáctica del arte, Comunicación y Teología de la Universidad Nacional de Educación a distancia (UNED).

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Autor de correspondencia: Sí

- 37** Isabel Iniesta Alemán; Ricardo Diego Pérez Calle. Aplicación de la ciencia de datos al análisis semántico. Herramientas metodológicas para el estudio de la comunicación. 6, pp. 25 - 38. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Editorial Fragua, 2021. Disponible en Internet en: <<https://fragua.es/producto/herramientas-metodologicas-para-el-estudio-de-la-comunicacion-pdf/>>. ISBN 9788470749063

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Autor de correspondencia: Sí

- 38** Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya. La construcción del marco teórico. Investigar en Comunicación y Educación: Teoría y práctica científica. pp. 71 - 90. (España): Tirant Lo Blanch, 2021. Disponible en Internet en: <<https://editorial.tirant.com/mex/libro/investigar-en-comunicacion-y-educacion-teoria-y-practica-cientifica-de-andres-del-campo-susana-9788418614347>>. ISBN 9788418614347

Colección: Plural

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 39** Antonia Nogales Bocio; Isabel Iniesta Alemán; Javier de Sola Pueyo. La convivencia del humanismo digital y la inteligencia artificial en el ámbito universitario. La educación digital en el ámbito universitario. Un enfoque 360.pp. 265 - 284. Comunidad Foral de Navarra(España): Civitas, 2021. Disponible en Internet en: <<https://www.dykinson.com/libros/la-educacion-digital-en-el-ambito-universitario-un-enfoque-360/9788413906607/>>. ISBN 9788413906607

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 3

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: No

- 40** Ana Segura Anaya; Isabel Iniesta Alemán; Ana Cristina Mancho de la Iglesia; Carmen Marta Lazo. El derecho a la información en las zonas despobladas como oportunidad de empleo y desarrollo en el medio rural: caso de los medios digitales hiperlocales en las comarcas de Aragón, España. Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Valencia, España, 28-30 de octubre,. pp. 205 - 216. Granada, Andalucía(España): Ediciones Profesionales de la Información S.L., 2020. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.3145/AE-IC-epi.2020.e10>>. ISBN 978 84 120239 5 4



Colección: Selección de comunicaciones: Consejo Científico de EPI

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 4

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

- 41** Isabel Iniesta Alemán. El papel de los influencers en las estrategias de engagement marketing. Influenciar para construir las sombras de la realidad Youtubers e Influencers en la era postdigital. pp. 169 - 190. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Editorial Sindéresis, 2020. Disponible en Internet en: <<https://editorialsinderesis.com/producto/influenciar-para-construir-las-sombras-de-la-realidad-youtubers-e-influencers-en-la-era-postdigital>>. ISBN 978-84-18206-43-6

Colección: Comunicación

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

- 42** Isabel Iniesta Alemán. Incidencia de los cambios tecnológicos en la comunicación corporativa de oficinas y despachos. El pensamiento económico y empresarial en la era de la información. pp. 129 - 156. Sevilla, Andalucía(España): Editorial Egregius, 2020. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/el-pensamiento-economico-y-empresarial-en-la-era-de-la-informacion/>>. ISBN 9788418167508

Colección: Colección Comunicación y Pensamiento

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí

- 43** Ana Segura Anaya; Isabel Iniesta Alemán; Carmen Marta Lazo. Medios digitales emergentes en el medio rural. El caso de Aragón (España). Redes sociales y ciudadanía: hacia un mundo ciberconectado y empoderado. pp. 745 - 753. Huelva, Andalucía(España): Grupo Comunicar Ediciones, 2020. Disponible en Internet en: <<https://hdl.handle.net/10272/21418>>. ISBN 978-84-937316-6-3

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 3

Resultados relevantes: Citado por: Cartes-Barroso, M. J., & Pérez Curiel, C. (2024). Periodismo rural: una especialización informativa necesaria. Exigencias de gobernabilidad, sostenibilidad y perspectiva de género en la atención al mundo rural. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/159929/Periodismo%20rural.pdf?sequence=1>

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: No

- 44** Isabel Iniesta Alemán; Ana Cristina Mancho de la Iglesia. Whatsapp como canal de comunicación profesional. El pensamiento económico y empresarial en la era de la información. pp. 31 - 54. Sevilla, Andalucía(España): Editorial Egregius, 2020. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/el-pensamiento-economico-y-empresarial-en-la-era-de-la-informacion/>>. ISBN 9788418167508

Colección: Colección Comunicación y Pensamiento

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Autor de correspondencia: Sí



- 45** Carmen Marta Lazo; José Antonio Gabelas Barroso; Isabel Iniesta Alemán. La gestión del conocimiento en la era cognitiva: los entornos TRIC. Enfoques multidisciplinares da gestão do conhecimento. pp. 150 - 170. (Brasil): Editora UFPB (Brasil), 2019. Disponible en Internet en: <<https://www.editora.ufpb.br/sistema/press5/index.php/UFPB/catalog/book/352>>. ISBN 978-85-237-1420-8
Colección: Ciências Sociais Aplicadas
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 3
Nº total de autores: 3
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: No
- 46** Carmen Marta Lazo; Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya. Cambios en el management de las agencias de publicidad debidos a internet y a las RRSS. Estudio de caso en Aragón (España). Comunicación corporativa en Red. pp. 143 - 162. Sevilla, Andalucía(España): Ediciones Egregius, 2018. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/comunicacion-corporativa-en-red/>>. ISBN 9788417270193
Colección: Colección Comunicación e Información Digital
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 3
Fuente de citas: Scholar Google
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Citas: 4
- 47** Bibiana Vargas Morales; Isabel Iniesta Alemán; José Antonio Gabelas Barroso. Estrategia de Comunicación Digital Interna y Externa: Caso TRICLab. Comunicación corporativa en Red. pp. 17 - 30. Sevilla, Andalucía(España): Ediciones Egregius, 2018. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/comunicacion-corporativa-en-red/>>. ISBN 9788417270193
Colección: Colección Comunicación e Información Digital
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 3
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 48** Begoña Pérez Calle; Isabel Iniesta Alemán; Inés Blanch Moret. Nuevas perspectivas estratégicas de reducción de la pobreza en Chad: un estudio de su aplicación a la atención pediátrica infantil y a la prevención de la desnutrición. Calidad institucional, comunicación y democracia. pp. 103 - 120. (España): Ediciones Egregius, 2018. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/calidad-institucional-comunicacion-y-democracia/>>. ISBN 9788417270445
Colección: Colección Comunicación e Información Digital
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 3
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: No
- 49** Cristina Villalonga Gómez; Rebeca Díaz Morrás; Isabel Iniesta Alemán. Apendizaje en red: experiencias en app y redes sociales. El caso de las apps móviles para aprender inglés. Calidad informativa en la era de la digitalización: fundamentos profesionales vs. infopolución. pp. 131 - 142. Madrid, Comunidad de Madrid(España): Dykinson, 2018. Disponible en Internet en: <<https://www.dykinson.com/libros/ebooks/fundamentos-profesionales-y-competencias-de-los-nuevos-informadores-para-la-comunicacion-en-red/9559/>>. ISBN 978-84-9148-670-1
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 3
Nº total de autores: 3
Publicación relevante: No
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
Autor de correspondencia: No



- 50** Isabel Iniesta Alemán. El aprendizaje cooperativo: el motor interno de la enseñanza virtual. Buenas prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC. Experiencias 2010. pp. 231 - 236. Zaragoza, Aragón(España): Prensas Universitarias de Zaragoza, 2011. Disponible en Internet en: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3745950>>. ISBN 978-84-15-27490-2

Tipo de producción: Capítulo de libro

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

Nº total de autores: 1

Autor de correspondencia: Sí

- 51** Ricardo Pérez Calle; Isabel Iniesta Alemán; Miguel Ángel García Madurga; Mariola Conde Casado. Adaptación de la comunicación corporativa a la era post-Covid. Adaptación de la comunicación corporativa a la era post-Covid. Editorial Fragua, 2022. Disponible en Internet en: <<https://fragua.es/producto/adaptacion-de-la-comunicacion-corporativa-a-la-era-post-covid-pdf/>>. ISBN 9788470749599

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Editor/a o coeditor/a

Nº total de autores: 4

Autor de correspondencia: No

- 52** Isabel Iniesta Alemán; Santiago Mayorga Escalada; María José Pérez Serrano. Reputación, engagement y marca: gestión estratégica de intangibles para crear valor. Reputación, engagement y marca: gestión estratégica de intangibles para crear valor. Editorial Egregius, 2020. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/reputacion-engagement-y-marca-gestion-estrategica-de-intangibles-para-crear-valor/>>. ISBN 9788418167270

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 1

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo

Nº total de autores: 3

Autor de correspondencia: Sí

- 53** Miguel Ángel Esteban Navarro; María Gómez y Patiño; Isabel Iniesta Alemán. Comunicación corporativa en Red. Comunicación corporativa en Red. Sevilla, Andalucía(España): Editorial Egregius, 2018. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/comunicacion-corporativa-en-red/>>. ISBN 9788417270193

Colección: Colección Comunicación e Información Digital

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Tipo de soporte: Libro

Posición de firma: 3

Grado de contribución: Editor/a o coeditor/a

Nº total de autores: 3

Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título del trabajo:** Audiencia Social, comunicación política y opinión pública
Nombre del congreso: X Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital.
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 29/11/2023
Fecha de finalización: 30/11/2023
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España
Forma de contribución: Capítulo de libro
 Isabel Iniesta Alemán. "Audiencia Social, comunicación política y opinión pública". En: Competencias digitales en la era de la Inteligencia Artificial. Las TRIC para la transformación social. Libro de resúmenes del X Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital. pp.



2020 - 2021. Andalucía (España): Egregius, 2023. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/competencias-digitales-en-la-era-de-la-inteligencia-artificial-las-tric-para-la-transformacion-social/>>. ISBN 978-84-1177-044-6

- 2** **Título del trabajo:** El teletrabajo y las nuevas formas de comunicación interna como reto de las Pymes
Nombre del congreso: X Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital.
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 29/11/2023
Fecha de finalización: 30/11/2023
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España
Forma de contribución: Capítulo de libro
Isabel Iniesta Alemán; Martha Cecilia Prieto Lozano; Ricardo Diego Pérez Calle. "El teletrabajo y las nuevas formas de comunicación interna como reto de las Pymes". En: Competencias digitales en la era de la Inteligencia Artificial. Las TRIC para la transformación social. Libro de resúmenes del X Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital. pp. 134 - 135. Andalucía (España): Egregius, Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/competencias-digitales-en-la-era-de-la-inteligencia-artificial-las-tric-para-la-transformacion-social/>>. ISBN 978-84-1177-044-6
- 3** **Título del trabajo:** Los videojuegos como entorno para la publicidad en la sociedad posdigital
Nombre del congreso: X Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital.
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 29/11/2023
Fecha de finalización: 30/11/2023
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España
Forma de contribución: Capítulo de libro
Isabel Iniesta Alemán; Ana Fañanás Biescas; Ricardo Diego Pérez Calle. "Los videojuegos como entorno para la publicidad en la sociedad posdigital". En: Competencias digitales en la era de la Inteligencia Artificial. Las TRIC para la transformación social. Libro de resúmenes del X Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital. pp. 210 - 211. Andalucía (España): Egregius, 2023. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/competencias-digitales-en-la-era-de-la-inteligencia-artificial-las-tric-para-la-transformacion-social/>>. ISBN 978-84-1177-044-6
- 4** **Título del trabajo:** Análisis del discurso mediático y de la audiencia social en torno al ataque de Hamás a Israel
Nombre del congreso: IV Congreso Internacional de formación permanente Nodos del Conocimiento
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 23/11/2023
Fecha de finalización: 24/11/2023



Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España
Publicación en acta congreso: Sí

Forma de contribución: Capítulo de libro

Isabel Iniesta Alemán; Ireide Martínez de Bartolomé. "Innovación, investigación y transferencias ante la era de las Inteligencias Artificiales". En: Innovación, investigación y transferencias ante la era de las Inteligencias Artificiales. Libro de resúmenes del congreso Internacional Nodos del Conocimiento 2023",. pp. 1041 - 1042. Andalucía (España): Editorial Egregius, 2023. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/innovacion-investigacion-y-transferencias-ante-la-era-de-las-inteligencias-artificiales-libro-de-resumenes-del-congreso-internacional-nodos-del-conocimiento-2023/>>. ISBN 978-84-1177-043-9

5 Título del trabajo: El impacto del teletrabajo en la comunicación interna de las empresas

Nombre del congreso: IV Congreso Internacional de formación permanente Nodos del Conocimiento.

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: No

Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España

Fecha de celebración: 23/11/2023

Fecha de finalización: 24/11/2023

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España

Publicación en acta congreso: Sí

Forma de contribución: Capítulo de libro

Martha Cecilia Prieto Lozano; Isabel Iniesta Alemán; Ana Pilar Fañanás Biescas. "El impacto del teletrabajo en la comunicación interna de las empresas". En: Innovación, investigación y transferencias ante la era de las Inteligencias Artificiales. Libro de resúmenes del congreso Internacional Nodos del Conocimiento 2023",. pp. 2241 - 2242. Andalucía (España): Editorial Egregius, 2023. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/innovacion-investigacion-y-transferencias-ante-la-era-de-las-inteligencias-artificiales-libro-de-resumenes-del-congreso-internacional-nodos-del-conocimiento-2023/>>. ISBN 978-84-1177-043-9

6 Título del trabajo: La marca, elemento estratégico en los procesos de emprendimiento. Análisis de caso: Cineduca

Nombre del congreso: IV Congreso Internacional de formación permanente Nodos del Conocimiento.

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: No

Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España

Fecha de celebración: 23/11/2023

Fecha de finalización: 24/11/2023

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España

Forma de contribución: Capítulo de libro

Héctor García Monteagudo; Isabel Iniesta Alemán. "La marca, elemento estratégico en los procesos de emprendimiento. Análisis de caso: Cineduca". En: Innovación, investigación y transferencias ante la era de las Inteligencias Artificiales. Libro de resúmenes del congreso Internacional Nodos del Conocimiento 2023",. (España): Editorial Egregius, 2023. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/innovacion-investigacion-y-transferencias-ante-la-era-de-las-inteligencias-artificiales-libro-de-resumenes-del-congreso-internacional-nodos-del-conocimiento-2023/>>. ISBN 978-84-1177-043-9



- 7 Título del trabajo:** La comunicación en responsabilidad social: casos de éxito en Europa
Nombre del congreso: II Congreso Internacional Nodos del Conocimiento
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Acceso por inscripción libre (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Sevilla, Zaragoza y Ciudad de México, España
Fecha de celebración: 25/11/2022
Fecha de finalización: 26/11/2022
Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Isabel Iniesta Alemán; Dulce Saldaña Larrondo; Jessica Fernández Vázquez. "La comunicación en responsabilidad social: casos de éxito en Europa". En: Innovación e investigación, rescate humano y transferencia de conocimientos: retos para la universidad ante el Horizonte 2030. pp. 964 - 965. Andalucía (España): Egregius, 2022. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/innovacion-e-investigacion-rescate-humano-y-transferencia-de-conocimientos-retos-para-la-universidad-ante-el-horizonte-2030/>>. ISBN 9788418167706
- 8 Título del trabajo:** La inteligencia emocional en la toma de decisiones empresariales
Nombre del congreso: II Congreso Internacional Nodos del Conocimiento
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Sevilla, Zaragoza y Ciudad de México, España
Fecha de celebración: 25/11/2022
Fecha de finalización: 26/11/2022
Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Vicente Giner Crespo; Isabel Iniesta Alemán; Luis Cerdá Suarez. "La inteligencia emocional en la toma de decisiones empresariales". En: Innovación e investigación, rescate humano y transferencia de conocimientos: retos para la universidad ante el horizonte 2030. pp. 483 - 484. Andalucía (España): Egregius, 2022. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/innovacion-e-investigacion-rescate-humano-y-transferencia-de-conocimientos-retos-para-la-universidad-ante-el-horizonte-2030/>>. ISBN 9788418167973
- 9 Título del trabajo:** La transformación digital como prioridad para las redes sociales comerciales
Nombre del congreso: II Congreso Internacional Nodos del Conocimiento
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Sevilla, Zaragoza y Ciudad de México, Aragón, España
Fecha de celebración: 25/11/2022
Fecha de finalización: 26/11/2022
Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España
Vicente Giner Crespo; Isabel Iniesta Alemán; Luis Cerdá Suarez. "La transformación digital como prioridad para las redes sociales comerciales". En: Innovación e investigación, rescate humano y transferencia de conocimientos: retos para la universidad ante el Horizonte 2030. pp. 961 - 962. Andalucía (España):



Egregius, 2022. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/innovacion-e-investigacion-rescate-humano-y-transferencia-de-conocimientos-retos-para-la-universidad-ante-el-horizonte-2030/>>. ISBN 9788418167706

10 Título del trabajo: El cliente, la última frontera

Nombre del congreso: III Congreso Internacional Nodos del Conocimiento

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia invitada/ Keynote

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Ciudad de México, México

Fecha de celebración: 24/11/2022

Fecha de finalización: 25/11/2022

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España

Publicación en acta congreso: No

Isabel Iniesta Alemán. "El cliente, la última frontera". Andalucía (España): Egregius, 2022. Disponible en Internet en: <<https://youtu.be/Hby-VegbGws?si=uQ5RopywY0JVp3iL>>. ISBN 978-84-18167-97-3

11 Título del trabajo: El engagement de los medios de comunicación españoles en Twitter

Nombre del congreso: III Congreso Internacional Nodos del Conocimiento

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Ciudad de México, México

Fecha de celebración: 24/11/2022

Fecha de finalización: 25/11/2022

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España

Publicación en acta congreso: Sí

Forma de contribución: Capítulo de libro

Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya; Ana Mancho de la Iglesia. "El engagement de los medios de comunicación españoles en Twitter". En: La academia frente a los retos de la humanidad. Libro de resúmenes del congreso Internacional Nodos del Conocimiento 2022. pp. 2401 - 2402. Andalucía (España): Egregius, 2022. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/la-academia-frente-a-los-retos-de-la-humanidad/>>. ISBN 978-84-18167-97-3

12 Título del trabajo: La estrategia de branded content en las empresas industriales

Nombre del congreso: III Congreso Internacional Nodos del Conocimiento.

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Ciudad de México, México

Fecha de celebración: 24/11/2022

Fecha de finalización: 25/11/2022

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España

Publicación en acta congreso: Sí

Forma de contribución: Capítulo de libro



Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya; Diego Alvira Iniesta. "La estrategia de branded content en las empresas industriales". En: La academia frente a los retos de la humanidad. Libro de resúmenes del congreso Internacional Nodos del Conocimiento 2022. pp. 2399 - 2400. Andalucía (España): Egregius, 2023. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/la-academia-frente-a-los-retos-de-la-humanidad/>>. ISBN 9788418167973

- 13** **Título del trabajo:** Uso y percepción de las redes sociales en entornos educativos
Nombre del congreso: III Congreso Internacional Nodos del Conocimiento.
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Ciudad de México, México
Fecha de celebración: 24/11/2022
Fecha de finalización: 25/11/2022
Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España
Publicación en acta congreso: Sí
Forma de contribución: Capítulo de libro
Isabel Iniesta Alemán; Héctor García Monteagudo; Diego Alvira Iniesta. "Uso y percepción de las redes sociales en entornos educativos". En: La academia frente a los retos de la humanidad. Libro de resúmenes del congreso Internacional Nodos del Conocimiento 2022. pp. 2392 - 2393. Andalucía (España): Egregius, 2023. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/la-academia-frente-a-los-retos-de-la-humanidad/>>. ISBN 978-84-18167-97-3
- 14** **Título del trabajo:** Aplicaciones prácticas y consideraciones éticas del nuevo metaverso
Nombre del congreso: VII Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Virtual, España
Fecha de celebración: 27/04/2022
Fecha de finalización: 28/04/2022
Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Isabel Iniesta Alemán; David López López; Ireide Martínez de Bartolomé. "Aplicaciones prácticas y consideraciones éticas del nuevo metaverso". En: Poder y comunicación: historia, estructura y nuevos retos en la sociedad digital. pp. 122 - 123. Andalucía (España): Egregius, 2022. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/poder-y-comunicacion-historia-estructura-y-nuevos-retos-en-la-sociedad-digital/>>. ISBN 9788418167768
- 15** **Título del trabajo:** La narrativa transmedia en la batalla digital por la comunicación entre Rusia y Ucrania: Putin y Zelensky en las redes sociales.
Nombre del congreso: VII Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Virtual, España
Fecha de celebración: 27/04/2022



Fecha de finalización: 28/04/2022

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España

Con comité de admisión ext.: Sí

Ireide Martínez de Bartolomé; Isabel Iniesta Alemán; David López López. "La narrativa transmedia en la batalla digital por la comunicación entre Rusia y Ucrania: Putin y Zelensky en las redes sociales.". En: Poder y comunicación: historia, estructura y nuevos retos en la sociedad digital. pp. 127 - 127. Andalucía (España): Egregius, 2022. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/poder-y-comunicacion-historia-estructura-y-nuevos-retos-en-la-sociedad-digital/>>. ISBN 9788418167768

16 Título del trabajo: Silver influencers: la tercera edad en la comunicación digital
Nombre del congreso: VII Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento

Tipo evento: Congreso

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Virtual, España

Fecha de celebración: 27/04/2022

Fecha de finalización: 28/04/2022

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España

Beatriz Rivera Martín; Isabel Iniesta Alemán; Ireide Martínez de Bartolomé. "Silver influencers: la tercera edad en la comunicación digital". En: Poder y comunicación: historia, estructura y nuevos retos en la sociedad digital. pp. 120 - 121. Andalucía (España): Egregius, Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/poder-y-comunicacion-historia-estructura-y-nuevos-retos-en-la-sociedad-digital/>>. ISBN 9788418167768

17 Título del trabajo: Coordinación del simposio: LOS CAMBIOS EN LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LA ERA POST-COVID19

Nombre del congreso: IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital.

Tipo evento: Congreso

Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España

Fecha de celebración: 11/11/2021

Fecha de finalización: 12/11/2021

Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad

Isabel Iniesta Alemán. En: Espacios y relaciones de comunicación en la nueva normalidad. EGREGIUS, Disponible en Internet en:

<<https://egregius.es/catalogo/espacios-y-relaciones-de-comunicacion-en-la-nueva-normalidad/>>.

18 Título del trabajo: La percepción de las catedrales en España

Nombre del congreso: IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital.

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España

Fecha de celebración: 11/11/2021

Fecha de finalización: 12/11/2021

Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad

Isabel Iniesta Alemán; Adolfo Rubio Pascual-Muerte. "La percepción de las catedrales en España". En: Espacios y relaciones de comunicación en la nueva normalidad. pp. 252 - 252. Andalucía (España): Egregius, 2022. Disponible en Internet en:



<<https://egregius.es/catalogo/espacios-y-relaciones-de-comunicacion-en-la-nueva-normalidad/>>. ISBN 9788418167690

- 19 Título del trabajo:** Nuevas y viejas palabras en la divulgación transmedia
Nombre del congreso: IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital.
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 11/11/2021
Fecha de finalización: 12/11/2021
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Isabel Iniesta Alemán; Ana Pilar Fañanás Biescas. "Nuevas y viejas palabras en la divulgación transmedia". En: Espacios y relaciones de comunicación en la nueva normalidad. pp. 133 - 134. Andalucía (España): Egregius, 2022. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/espacios-y-relaciones-de-comunicacion-en-la-nueva-normalidad/>>. ISBN 9788418167690
- 20 Título del trabajo:** Comité Organizador
Nombre del congreso: IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital
Tipo de participación: Organizativo - Comité científico y organizador
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 11/11/2021
Fecha de finalización: 12/11/2021
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España
En: Espacios y relaciones de comunicación en la nueva normalidad. Egregius, Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/espacios-y-relaciones-de-comunicacion-en-la-nueva-normalidad/>>.
Resultados relevantes: <https://cicid.es/ediciones/2019/comites-y-secretarias/index.html>
- 21 Título del trabajo:** El diseño metodológico del Social Media Plan
Nombre del congreso: IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital. Espacios y relaciones de comunicación en la nueva normalidad
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación (comunicación oral)
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 11/11/2021
Fecha de finalización: 12/11/2021
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España
Isabel Iniesta Alemán; Ana Mancho de la Iglesia. "El diseño metodológico del Social Media Plan". pp. 167 - 167. Andalucía (España): Egregius, 2021. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/espacios-y-relaciones-de-comunicacion-en-la-nueva-normalidad/>>. ISBN 9788418167690
- 22 Título del trabajo:** La caja de herramientas para Investigación en Comunicación
Nombre del congreso: VIII Congreso de Metodologías en Investigación de la Comunicación
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Nacional
Intervención por: Por invitación



Tipo de participación: Participativo - Ponencia invitada/ Keynote

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Fecha de celebración: 05/11/2021

Fecha de finalización: 05/11/2021

Entidad organizadora: Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad organizadora: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Isabel Iniesta Alemán. Disponible en Internet en: <<https://eventos.ucm.es/66762/programme/viii-congreso-internacional-de-metodologias-en-investigacion-de-la-comunicacion-coime-2021.html>>.

23 Título del trabajo: El salto del comercio tradicional al e-commerce en España

Nombre del congreso: I Congreso Internacional Nodos del Conocimiento.

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España

Fecha de celebración: 10/12/2020

Fecha de finalización: 12/02/2020

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Andalucía, España

Con comité de admisión ext.: Sí

Isabel Iniesta Alemán; Diego Alvira Iniesta. "El salto del comercio tradicional al e-commerce en España". En: Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030.. pp. 1558 - 1558. Andalucía (España): Egregius, 2020. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/127022/978-84-18167-39-3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. ISBN 978-84-18167-39-3

24 Título del trabajo: Emprendimiento juvenil en España: ¿necesidad, oportunidad o vocación?

Nombre del congreso: I Congreso Internacional Nodos del Conocimiento

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España

Fecha de celebración: 10/12/2020

Fecha de finalización: 12/02/2020

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Andalucía, España

Con comité de admisión ext.: Sí

Isabel Iniesta Alemán; Nuria Iniesta Alemán. "Emprendimiento juvenil en España: ¿necesidad, oportunidad o vocación?". En: Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030.. pp. 1564 - 1564. Andalucía (España): Egregius, 2021. Disponible en Internet en: <<https://hdl.handle.net/11441/127022>>. ISBN 978-84-18167-39-3

25 Título del trabajo: Infodemia y otros síntomas de comunicación en tiempos del Covid19

Nombre del congreso: I Congreso Internacional Nodos del Conocimiento

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Intervención por: Revisión previa a la aceptación



Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España

Fecha de celebración: 10/12/2020

Fecha de finalización: 12/02/2020

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Andalucía, España

Con comité de admisión ext.: Sí

Isabel Iniesta Alemán; Ana Pilar Fañanás Biescas. "Infodemia y otros síntomas de comunicación en tiempos del Covid19". En: Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030.. pp. 1559 - 1559. Andalucía (España): Egregius, 2021. Disponible en Internet en: <<https://hdl.handle.net/11441/127022>>. ISBN 978-84-18167-39-3

26 Título del trabajo: Desafíos de las PYMES en el siglo XXI

Nombre del congreso: I Congreso Internacional Nodos del Conocimiento. Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030.

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Otros

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España

Fecha de celebración: 10/12/2020

Fecha de finalización: 12/02/2020

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Ciudad entidad organizadora: Zaragoza,

Isabel Iniesta Alemán. "Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030". En: Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030. Egregius, 2021. Disponible en Internet en: <<https://hdl.handle.net/11441/127022>>.

Resultados relevantes: Coordinación del simposio Desafíos de las PYMES en el siglo XXI

27 Título del trabajo: El papel protagónico de la comunicación después de la pandemia

Nombre del congreso: IX Cátedra de Comunicación. El papel de la comunicación en tiempos de reinvencción.

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Bogotá D.C., Colombia

Fecha de celebración: 14/10/2020

Entidad organizadora: Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad organizadora: Bogotá, Colombia

Isabel Iniesta Alemán.

28 Título del trabajo: Las redes sociales, el nuevo terreno para las marcas

Nombre del congreso: IX Cátedra de Comunicación. El papel de la comunicación en tiempos de reinvencción.

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Bogotá D.C., Colombia

Fecha de celebración: 14/10/2020

Entidad organizadora: Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad organizadora: Bogotá, Colombia

Isabel Iniesta Alemán.



- 29 Título del trabajo:** La representación de la mujer en el videoclip en español. Análisis crítico de los diez videoclips más vistos en YouTube,
Nombre del congreso: XXVI Congreso Internacional de la SEP. Periodismo para la Transformación Social
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 18/09/2020
Fecha de finalización: 19/09/2020
Entidad organizadora: Sociedad Española de Periodística (SEP) y Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Íñigo Fajardo González; Ana Mancho de la Iglesia; Isabel Iniesta Alemán. "La representación de la mujer en el videoclip en español. Análisis crítico de los diez videoclips más vistos en YouTube,". En: Periodismo para la Transformación Social. pp. 31 - 32. Andalucía (España): Egregius, 2021. Disponible en Internet en: <https://drive.google.com/file/d/12mrPiBurrA5UKIAeZth5O_Uom_1Z_PfX/view>. ISBN 978-84-18167-48-5
- 30 Título del trabajo:** Redes sociales para garantizar la información periodística de proximidad en las zonas despobladas. El caso de los medios digitales hiperlocales Aragón
Nombre del congreso: XXVI Congreso Internacional de la SEP. Periodismo para la Transformación Social
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: No
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 18/09/2020
Fecha de finalización: 19/09/2020
Entidad organizadora: Sociedad Española de Periodística (SEP) y Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Ana Segura Anaya; Javier de Sola Pueyo; Isabel Iniesta Alemán; Ana Mancho de la Iglesia. "Redes sociales para garantizar la información periodística de proximidad en las zonas despobladas. El caso de los medios digitales hiperlocales Aragón". En: Periodismo para la Transformación Social. pp. 96 - 97. Andalucía (España): Egregius, 2021. Disponible en Internet en: <https://drive.google.com/file/d/12mrPiBurrA5UKIAeZth5O_Uom_1Z_PfX/view>. ISBN 978-84-18167-48-5
- 31 Título del trabajo:** Miembro del comité organizador
Nombre del congreso: XXVI Congreso Internacional de la SEP. Periodismo para la Transformación Social
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 18/09/2020
Fecha de finalización: 19/09/2020
Entidad organizadora: Sociedad Española de Periodística (SEP) y Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España
Isabel Iniesta Alemán. Andalucía (España): Egregius, Disponible en Internet en: <https://drive.google.com/file/d/12mrPiBurrA5UKIAeZth5O_Uom_1Z_PfX/view>. ISBN 978-84-18167-48-5
- 32 Título del trabajo:** Incidencia de los cambios tecnológicos en la comunicación corporativa de oficinas y despachos
Nombre del congreso: V Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento



Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Autor de correspondencia: No

Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España

Fecha de celebración: 01/04/2020

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Con comité de admisión ext.: Sí

Isabel Iniesta Alemán. "Incidencia de los cambios tecnológicos en la comunicación corporativa de oficinas y despachos". En: Juventud y comunicación. Análisis y experiencias de representación, prácticas y consumos en medios y redes sociales. pp. 453 - 454. Andalucía (España): Egregius, 27/04/2020. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/juventud-y-comunicacion-analisis-y-experiencias-de-representacion-practicas-y-consumos-en-medios-y-redes-sociales/>>. ISBN 9788418167188

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Tipo de entidad: Universidad

33 Título del trabajo: WhatsApp como canal de comunicación en las redes colaborativas profesionales

Nombre del congreso: V Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento

Tipo evento: Congreso

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Autor de correspondencia: No

Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España

Fecha de celebración: 01/04/2020

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

Con comité de admisión ext.: Sí

Ana Mancho de la Iglesia; Isabel Iniesta Alemán. "WhatsApp como canal de comunicación en las redes colaborativas profesionales". En: Juventud y comunicación. Análisis y experiencias de representación, prácticas y consumos en medios y redes sociales. pp. 448 - 449. Andalucía (España): Egregius, 27/04/2020. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/juventud-y-comunicacion-analisis-y-experiencias-de-representacion-practicas-y-consumos-en-medios-y-redes-sociales/>>. ISBN 9788418167188

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Tipo de entidad: Universidad

34 Título del trabajo: Los procesos de influencia en las redes sociales sobre la infancia: el fenómeno de los mini-influencers

Nombre del congreso: V Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral)

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España

Fecha de celebración: 01/04/2020

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla

María Stanica; Isabel Iniesta Alemán. "Los procesos de influencia en las redes sociales sobre la infancia: el fenómeno de los mini-influencers". En: Juventud y comunicación. Análisis y experiencias de representación, prácticas y consumos en medios y redes sociales. pp. 57 - 58. Andalucía (España): Egregius, Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/juventud-y-comunicacion-analisis-y-experiencias-de-representacion-practicas-y-consumos-en-medios-y-redes-sociales/>>. ISBN 9788418167188

Intervención por: Revisión previa a la aceptación

Tipo de entidad: Universidad

35 Título del trabajo: WhatsApp como canal de comunicación de las instituciones con las comunidades de periodistas en Aragón.

Nombre del congreso: II Congreso Internacional Periodismo y Comunicación Global. Periodismos Emergentes: Transformación y Revitalización del Periodismo en la Era Digital..

Ciudad de celebración: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Fecha de celebración: 17/11/2019

Entidad organizadora: FUNDACION GENERAL DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID



Ciudad entidad organizadora: Madrid,
Ana Mancho de la Iglesia; Ana Segura Anaya; Isabel Iniesta Alemán.

- 36 Título del trabajo:** Los nuevos medios digitales locales e hiperlocales en el medio rural. Estrategias de negocio de proyectos de éxito en un medio hostil
Nombre del congreso: XI Congreso Internacional de Ciberperiodismo. Nuevos actores y estrategias en el espacio mediático compartido.
Ciudad de celebración: Bilbao, País Vasco, España
Fecha de celebración: 12/11/2019
Entidad organizadora: Universidad del País Vasco **Tipo de entidad:** Universidad
- 37 Título del trabajo:** Benchmarking mediante herramientas TIC aplicado a las agencias de publicidad locales
Nombre del congreso: VI Congreso Internacional de Metodologías de Investigación de la Comunicación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Madrid, Comunidad de Madrid, España
Fecha de celebración: 07/11/2019
Entidad organizadora: Universidad Complutense de Madrid **Tipo de entidad:** Universidad Madrid
Ciudad entidad organizadora: Madrid, Comunidad de Madrid, España
Isabel Iniesta Alemán.
- 38 Título del trabajo:** De lo digital al papel: sabiduría transmedia. La experiencia de la edición especial de Entremedios.
Nombre del congreso: VIII Congreso Internacional de Investigación en Comunicación y Información Digital
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 16/10/2019
Fecha de finalización: 18/10/2019
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España
Forma de contribución: Capítulo de libro
Isabel Iniesta Alemán; Ana Mancho De la Iglesia; Ana Isael Nogales Bocio. "Sabiduría Digital para la comunicación Inteligente". En: Sabiduría Digital para la comunicación Inteligente. pp. 112 - 113. Aragón (España): Editorial Egregius, 2019. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/cicid19/>>. ISBN 978-84-17270-92-6
- 39 Título del trabajo:** Estrategias narrativas de las agencias publicitarias en un entorno transmedia
Nombre del congreso: VIII Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 16/10/2019
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Isabel Iniesta Alemán; Miguel Ezequiel Badillo Mendoza; Ana Segura Anaya. "Estrategias narrativas de las agencias publicitarias en un entorno transmedia". En: Sabiduría digital para la comunicación inteligente. pp. 143 - 143. Andalucía (España): Egregius, 11/10/2019. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/cicid19/>>. ISBN 9788417270926



- 40 Título del trabajo:** La reputación profesional como valor diferencial en el sector de la publicidad.
Nombre del congreso: VIII Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España
Fecha de celebración: 16/10/2019
Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad
Con comité de admisión ext.: Sí
Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya; Ana Mancho de la Iglesia. "La reputación profesional como valor diferencial en el sector de la publicidad.". En: Sabiduría digital para la comunicación inteligente. pp. 69 - 70. Andalucía (España): Egregius, 2019. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/cicid19/>>. ISBN 978-84-17270-92-6
- 41 Título del trabajo:** Modelos Educomunicativos: TRIC factor relacional,. Horizontalidad, bidireccionalidad y proyección social.
Nombre del congreso: Seminario Internacional, "Educomunicación en la sociedad digital: perspectivas, modelos y estrategias por una ciudadanía activa"
Ciudad de celebración: Palmira, Colombia
Fecha de celebración: 21/06/2019
Entidad organizadora: Universidad Internacional Abierta y a Distancia (UNAD) **Tipo de entidad:** Universidad
Isabel Iniesta Alemán.
- 42 Título del trabajo:** Competencias digitales en el sector de la publicidad en Aragón
Nombre del congreso: IV Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España
Fecha de celebración: 10/04/2019
Fecha de finalización: 12/04/2019
Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España
Con comité de admisión ext.: Sí
Forma de contribución: Capítulo de libro
Isabel Iniesta Alemán; Ana Segura Anaya; Víctor Lope Salvador. "Competencias digitales en el sector de la publicidad en Aragón". En: Comunicación Emergente. pp. 37 - 37. Andalucía (España): Egregius, 09/04/2019. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/cyp19/>>. ISBN 9788417270827
- 43 Título del trabajo:** Eficacia de los influencers como recurso publicitario en la estrategia de los anunciantes locales.
Nombre del congreso: IV Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento
Tipo evento: Congreso **Ámbito geográfico:** Internacional no UE
Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación
Autor de correspondencia: Sí
Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España
Fecha de celebración: 10/04/2019



Fecha de finalización: 12/04/2019

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España

Con comité de admisión ext.: Sí

Forma de contribución: Capítulo de libro

Isabel Iniesta Alemán. "Competencias digitales en el sector de la publicidad en Aragón". En: Comunicación Emergente. pp. 371 - 371. Andalucía (España): Egregius, 09/04/2019. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/cyp19/>>. ISBN 9788417270827

44 Título del trabajo: La marca personal y profesional en la economía de la reputación

Nombre del congreso: IV Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia oral (comunicación oral) **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

Autor de correspondencia: Sí

Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España

Fecha de celebración: 10/04/2019

Fecha de finalización: 12/04/2019

Entidad organizadora: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad organizadora: Sevilla, Andalucía, España

Con comité de admisión ext.: Sí

Forma de contribución: Capítulo de libro

Isabel Iniesta Alemán. "Competencias digitales en el sector de la publicidad en Aragón". En: Comunicación Emergente. pp. 115 - 116. Andalucía (España): Egregius, 09/04/2019. Disponible en Internet en: <<https://egregius.es/catalogo/cyp19/>>. ISBN 9788417270827

45 Título del trabajo: El buen paño, en el arca ¿se vende? La publicidad a medida del emprendedor.

Nombre del congreso: VI Congreso Internacional de investigación interdisciplinar en comunicación e información digital.

Tipo evento: Congreso

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Tipo de participación: Participativo - Ponencia invitada/ Keynote **Intervención por:** Revisión previa a la aceptación

Ciudad de celebración: Zaragoza, Aragón, España

Fecha de celebración: 12/11/2015

Fecha de finalización: 13/11/2015

Entidad organizadora: Universidad de Zaragoza **Tipo de entidad:** Universidad

Ciudad entidad organizadora: Zaragoza, Aragón, España

Isabel Iniesta Alemán.

Actividades de divulgación

Título del trabajo: Edadismo y sociedad postdigital

Nombre del evento: IV JORNADAS DE INNOVACIÓN Y DOCENCIA IBEROAMERICANAS IDI-UNED

Tipo de evento: Conferencias impartidas

Ámbito geográfico: Internacional no UE

Fecha de celebración: 20/11/2024

Resultados relevantes: Esta conferencia, enmarcada en las IV Jornadas IDI-UNED, fue impartida por la Dra. Iniesta y su doctoranda, Dña. Pilar Fañanás-Biescas. Compartiendo primeros resultados de la investigación realizada, se introdujo a los asistentes en la complejidad del fenómeno del edadismo en la comunicación audiovisual. Ha quedado en abierto en este enlace: <https://youtu.be/9aFqTvLJ47w> Además, un resumen quedará publicado como capítulo de Libro de Actas 2023-2024 de la Editorial OCTAEDRO, coordinado por el Dr. Javier Gil-Quintana.



Gestión de I+D+i y participación en comités científicos

Comités científicos, técnicos y/o asesores

- Título del comité:** Comité Científico Internacional de las I Jornadas de Educación y Comunicación Patrimonial CEP (IDI UNED)
Entidad de afiliación: Universidad Nacional de Educación a Distancia **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Madrid, Comunidad de Madrid, España
Fecha de inicio-fin: 12/03/2024 - 13/03/2024
- Título del comité:** Comité Científico Internacional III Congreso Internacional Nodos del Conocimiento 2022
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Primaria (Cód. Unesco): 530000 - Ciencias Económicas
Secundaria (Cód. Unesco): 531105 - Marketing
Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Sevilla, Andalucía, España
Fecha de inicio-fin: 24/11/2022 - 25/11/2022
- Título del comité:** Comité Científico Internacional del II Congreso Internacional Nodos del Conocimiento.
Ámbito geográfico: Internacional no UE
Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla **Tipo de entidad:** Universidad
Ciudad entidad afiliación: Sevilla, Andalucía, España
Fecha de inicio-fin: 25/11/2021 - 26/11/2021
- Título del comité:** Comité Científico Internacional del Centro de Estudios "Educación y Comunicación para la Salud" (CEECS)
Entidad de afiliación: Universidad Nacional de Educación a Distancia **Tipo de entidad:** Universidad
Fecha de inicio: 11/10/2024

Otros méritos

Estancias en centros públicos o privados

- Entidad de realización:** Facultad de Comunicación (UNAD)
Ciudad entidad realización: Palmira, Colombia
Fecha de inicio-fin: 02/06/2019 - 10/10/2019 **Duración:** 4 meses
Objetivos de la estancia: Posdoctoral
Tareas contrastables: Desarrollar el proyecto denominado: La comunicación corporativa mediante narrativas transmedia en la estrategia publicitaria y comercial de los anunciantes locales. Comparativa entre España y Colombia. El fruto de esta estancia se presentó en el VIII Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital (2019) y la colaboración con el Dr. Badillo en la edición del monográfico para Comunicación y Métodos, publicado en 2021. Ponente en el Seminario Internacional "Educomunicación en la sociedad digital: perspectivas, modelos y estrategias por una ciudadanía activa". Méritos recogidos en otros apartados de este CV.



2 **Entidad de realización:** UNIVERSIDAD NACIONAL **Tipo de entidad:** Universidad DE EDUCACION A DISTANCIA (UNED)

Facultad, instituto, centro: DEPARTAMENTO DE DIDACTICA, ORGANIZACION ESCOLAR Y DDEE

Ciudad entidad realización: Madrid, Comunidad de Madrid, España

Fecha de inicio-fin: 15/05/2018 - 15/09/2018 **Duración:** 3 meses

Objetivos de la estancia: Posdoctoral

Tareas contrastables: Desarrollar el proyecto que lleva por título ¿El factor relacional aplicado a la comunicación corporativa: aplicación de las TRIC al campo empresarial? Alguno de estos resultados fueron presentados en en VIII Congreso Internacional de Investigación en Comunicación en Información digital CICIC 2019.