

AVISO IMPORTANTE – El Curriculum Vitae no podrá exceder de 4 páginas. Para rellenar correctamente este documento, lea detenidamente las instrucciones disponibles en la web de la convocatoria.

IMPORTANT – The Curriculum Vitae cannot exceed 4 pages. Instructions to fill this document are available in the website.

Fecha del CVA	29/01/2025
----------------------	------------

Part A. DATOS PERSONALES

Nombre	INMACULADA JOSÉ		
Apellidos	MARTÍNEZ MARTÍNEZ		
Sexo (*)	M	Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email		URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0003-3807-1325		

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrática de Universidad		
Fecha inicio	05/12/2023		
Organismo/ Institución	Universidad de Murcia		
Departamento/ Centro	Comunicación		
País	España	Teléfono	629203134
Palabras clave	Medios emergentes, tecnologías disruptivas, impacto social		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con el Art. 14. b) de la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
1993-1999	Profesora Asociada Universidad Privada. UEM-CEES, ESERP, UCAM.
1999-2002	Profesora Asociada a Tiempo Completo
2002-2009	Profesora Titular Interina. Universidad de Murcia
2009-2023	Profesora Titular de Universidad. Universidad de Murcia
2023-	Catedrática de Universidad. Universidad de Murcia

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/Pais	Año
Licenciada en CC. de la Información (Publicidad y RR.PP.)	Universidad Complutense de Madrid	1993
Master in Business Administration (MBA)	Know How School Business. Madrid	1993
Doctorado en Ciencias de la Información (Publicidad y Relaciones Públicas)	Facultad de CC. de la Información. Universidad Complutense de Madrid	1999
Curso RTB y compra programática	International Advertising Bureau IAB-Spain	Oct-dic 2016



Programa Superior en Marketing Digital y Comercio Electrónico	Universidad de Barcelona EAE-Escuela de Administración de Empresas	04/08/2020
---	--	------------

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5000 caracteres, incluyendo espacios): **MUY IMPORTANTE: se ha modificado el contenido de este apartado para progresar en la adecuación a los principios DORA. Lea atentamente las “Instrucciones para cumplimentar el CVA”**

Licenciada en CC. de la Información (Publicidad y Relaciones Públicas) por la Universidad Complutense de Madrid y, Master en Dirección y organización de empresa MBA . Doctora en CC. de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Desde 1993 ha impartido diferentes asignaturas vinculadas con el marketing y la comunicación: Comercialización y redes de ventas, Marketing, Publicidad y Promoción, Teoría de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Desde 2012 es profesora de Empresa y estructura de la Publicidad y RRPP en la Universidad de Murcia, que en breve será transformada en Ecosistema Publicitario. Desde 2006 es docente en de tercer ciclo en la Facultad de Comunicación y Documentación. En 2009 asume la coordinación del Grado de Publicidad y RRPP y desde 2011 a 2017 es nombrada Vicedecana, asumiendo diferentes responsabilidades Calidad, Relaciones Internacionales e Institucionales. También ha sido Vicedecana de Publicidad y Relaciones Institucionales y Decana provisional de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia.

Es autora y coordinadora de una decena de libros, entre los que destacan *La comunicación en el punto de venta. Estrategias de comunicación en el comercio real y on line* (Esic, 2005), *Sociedad Móvil: Cultura, Tecnología e Identidad* (Biblioteca Nueva, 2008) o *Technology & Social Complexity* (EDINUM, 2010). Recientemente ha publicado en la Editorial Gedisa el volumen *Comunicación Móvil: Hacia un nuevo Ecosistema Digital* (2013) y el libro *Emerging Perspectives on the Mobile Content Evolution*, en la editorial norteamericana IGI Global (Philadelphia, USA, 2015), con Juan Miguel Aguado y Claudio Feijóo. Ha formado parte del Comité Editorial de *Pensar la Publicidad*. Ha publicado más de una treintena de artículos en revistas relevantes entre las que destacan *Cuadernos Hispanoamericanos* (ERIH), *International Journal Gazzette*, *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, *Global Media Journal* (SCOPUS), *Continuum: International Journal of Communication and Cultural Studies* (JCR), *Journal of Phenomenology and Education* (SJR); ZER. *Revista de Estudios de Comunicación* (SCOPUS), *El Profesional de la Información* (JCR) y *Comunicar* (JCR) entre otras. Es autora de más de 15 contribuciones a monografías colectivas sobre comunicación y tecnologías disruptivas, en ediciones tanto nacionales como internacionales que incluyen editoriales relevantes como Gedisa, Cátedra, Routledge, Boston University Press, Peter Lang, IGI Global, etc. Es Investigadora Responsable del Grupo de Investigación e-Com – Comunicación Social, Cultura y Tecnología- de la Universidad de Murcia (E053-07), donde ha dirigido varios proyectos y contratos sobre el impacto de la tecnología móvil en el ecosistema mediático. Ha realizado, en el marco de uno de estos proyectos, una estancia investigadora en la Newcastle Business School (Northumbria University, Reino Unido) durante 2015 y 2016, con el profesor Jason Whalley. Miembro de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación (AE-IC). Miembro fundador y parte de la junta directiva de REDIPUB (Red Iberoamericana de Investigadores en Publicidad).

Part C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES (últimos 10 años)- Pueden incluir publicaciones, datos, software, contratos o productos industriales, desarrollos clínicos, publicaciones en conferencias, etc. Si estas aportaciones tienen DOI, por favor inclúyalo.

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias (ver instrucciones).

(A) Hernández-Ruiz, Alejandra;Willem, Cilia;Tortajada, Iolanda;Martínez-Martínez, Inmaculada J.;Pérez-Portabella-López, Antonio(2024). “Gender bias, stereotypes and



diversity on digital platforms”. *Profesional de la información*, v. 33, n. 5, e330510. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0510>

(E) Grandío-Pérez, M. M., De-Lara-González, A., Martínez-Martínez, I. & Whalley, J. (2024). *Comunicación, Innovación Social y Sostenibilidad (Editorial) [Communication, Social Innovation, and Sustainability (Editorial)]*. *Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication*, 15(2), e27625. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.27625>

(CL) Aguado Terrón, J. M. y Martínez Martínez, I. J. (2023). “Inteligencia artificial y privacidad: La transformación de la publicidad digital y su impacto en el ecosistema de medios.” En *Inteligencia Artificial, Periodismo y Democracia*. Tirant lo Blanc. Pp. 265-282. SPI Q1.

(A) Hernández-Ruiz, A., Tortajada Giménez, I., & Martínez Martínez, I. J. (2023). “El enfoque de género en la política editorial de las revistas científicas de Comunicación de mayor impacto del Journal Citation Reports” en *Revista General de Información y Documentación*, 33 (1), 219-230.

(A) Martínez Martínez, I. J., Aguado Terrón, J. M. y Sánchez Cobarro, P.H. (2022). Smart Advertising: Innovación y disrupción tecnológica asociadas a la IA en el ecosistema publicitario. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 69-90. SJR Q1 <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1551>

(CL) Inmaculada J. Martínez; Juan Miguel Aguado; Paloma del Henar Sánchez Cobarro. “Análisis de oportunidades y desafíos en el sector de la publicidad en el marco de la transformación digital a partir de metodologías de innovación”. En: *Publicidad, sostenibilidad y justicia social. Qué puede aportar la publicidad a la construcción de una sociedad mejor*. pp. 281 - 290. (España): Tirant Lo Blanc, 2022 SPI Q1

(CL) Inmaculada J. Martínez; Juan Miguel Aguado. “Innovación tecnológica y disrupción en el ecosistema de la publicidad y la comunicación: de la publicidad interactiva a la Inteligencia Artificial”. En: *La Tecnología, la Cultura y los Mercados*. pp. 52 - 83. (México): CONCYTEQ, 2021.

(CL) Paloma del Henar Sanchez Cobarro; Inmaculada José Martínez Martínez. *Comunicación en el siglo XXI: Claves y tendencias*. Ciencias de la Comunicación. pp. 433 - 443. Comunidad Valenciana(España): Tirant Lo Blanch, 2021. SPI Q1

(CL) Inmaculada J. Martínez; Juan Miguel Aguado. (2020) “The Message is the Medium: Mobile Instant Messaging Apps in the Mobile Communication Ecosystem”. En: *The Oxford Handbook of Mobile Communication and Society*. Pp. 453-467. Oxford University Press. Oxford, UK, 2020

(A) Sarabia Sánchez, F.J.; Aguado Terrón, J.M.; Martínez Martínez, I.J. (2019) . “Privacy paradox in the mobile environment: The influence of the emotions”. *Profesional de la Información*. 28 - 2, pp. 1 - 11. (España): 2019. Clave: A. SJR Q1. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.12>

(L) Inmaculada J. Martínez (Coord). *El sector de la comunicación y la publicidad en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia*. pp. 1 - 225. Fundación Seneca, 2019.

C.2. Congresos, indicando la modalidad de su participación (conferencia invitada, presentación oral, póster)

Inmaculada J. Martínez y Carmen Robles. (2023). “Redes de transformación digital: Una metodología para el mapeo de los ecosistemas de comunicación en entornos locales y regionales como base para el desarrollo de políticas de innovación” *Comunicación al IAMCR Conference 2023: Inhabiting the Planet: Challenges for medias, communication and beyond*. Lyon, 09-14/07/2023



Inmaculada J. Martínez y Carmen Robles (2023) "Mapping local and regional media and communication ecosystems in a time of change" Comunicación al 32nd European Regional Conference of the International Telecommunication Society. Madrid, 20-22/06/2023

Inmaculada J. Martínez y Juan Miguel Aguado (2022). "El impacto de la Inteligencia Artificial en la Publicidad". Comunicación al VIII Congreso Internacional de AEIC - Comunicación y Ciudad Conectada. Barcelona. 28-30/06/2022

Inmaculada J. Martínez (2021). "Transformación de la publicidad en la covidianidad". Ponencia invitada al II Congreso de la Red Iberoamericana de Investigadores en Publicidad. Miradas Publicitarias en la Covidianidad. Desafíos y Transformaciones. Querétaro, México, 03-5/06/2021

Inmaculada J. Martínez y Juan Miguel Aguado (2020). "El impacto de la transformación digital en los actores del ecosistema publicitario: una perspectiva interna". Comunicación al VII Congreso Internacional AE-IC: Comunicación y Diversidad. Ciudad de celebración: Valencia, 28-30/10/2020

Paloma del Henar Sánchez Cobarro e Inmaculada J. Martínez (2020). "Tendencias en la comunicación persuasiva". Comunicación al CUICID 2020. Forum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas. Zaragoza, 05-07/10/2020

C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado, indicando su contribución personal. En el caso de investigadores jóvenes, indicar líneas de investigación de las que hayan sido responsables .

Los proyectos coordinados se adscriben a la línea de investigación sobre "**Tecnologías disruptivas: impacto en el ecosistema de medios y en la sociedad**", de la que emana el Mobile & Media Ecosystems Research Lab y en la que se incluye el grueso de la producción científica desarrollada.

TÍTULO DEL PROYECTO: "ECOSISTEMAS DE INNOVACIÓN EN LAS INDUSTRIAS DE LA COMUNICACIÓN: ACTORES, TECNOLOGÍAS Y CONFIGURACIONES PARA LA GENERACIÓN DE INNOVACIÓN EN CONTENIDO Y COMUNICACIÓN (INNOVACOM)". Ref. PID2020-114007RB-I00

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Economía y Competitividad. Convocatoria 2020, Proyectos de I+D+I, del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad

ENTIDADES PARTICIPANTES: U. de Murcia, U. Politécnica de Madrid, U. Rey Juan Carlos, U. de Zaragoza, U. de Santiago de Compostela, Newcastle Business School, Universidad de Los Hemisferios.

DURACIÓN, DESDE: enero 2020 hasta: agosto 2024 Cuantía de la subvención: 108.416 euros

INVESTIGADOR RESPONSABLE: Juan Miguel Aguado

TÍTULO DEL PROYECTO: MOB AD: EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA MÓVIL EN LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y PUBLICITARIA. Ref.: 19451/PI/14

ENTIDAD FINANCIADORA: Fundación Séneca. Agencia de investigación de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia, Newcastle Business School, Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

DURACIÓN, desde: 2014 hasta: 2017 Cuantía de la subvención: 38.900 €

INVESTIGADOR RESPONSABLE: Juan Miguel Aguado Terrón / Inmaculada J. Martínez

TÍTULO DEL PROYECTO: "MOBILE MEDIA & PERSONAL DATA: Comunicación móvil e información personal: impacto en la industria del contenido, el sistema publicitario y el comportamiento de los usuarios". Ref. CSO2013-47394-R

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Economía y Competitividad. Convocatoria 2013, Proyectos de I+D+I, del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad

ENTIDADES PARTICIPANTES: Universidad de Murcia, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad de Rovira i Virgili, Boston University, University of Sydney.

DURACIÓN, DESDE: enero 2014 hasta: diciembre 2016 Cuantía de la subvención: 83.000 euros

INVESTIGADOR RESPONSABLE: Juan Miguel Aguado / Inmaculada J. Martínez

