



Parte A. DATOS PERSONALES		Fecha del CVA	21/09/2023
Nombre y apellidos	Marina Ramos Serrano		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	N-5212-2018	
	Código Orcid	0000-0001-6871-9239	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Sevilla		
Dpto./Centro	Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad / Facultad de Comunicación		
Dirección	Avenida Américo Vespucio, s/n 41092 Sevilla		
Teléfono	Correo electrónico	mramos@us.es	
Categoría profesional	Profesora Titular	Fecha inicio	6/7/2012
Espec. cód. UNESCO	611401/591002/591004		
Palabras clave	Creatividad publicitaria, <i>social media</i> , comunicación publicitaria, <i>branded content</i>		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Málaga	1998
Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Málaga	2003

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

- 2 sexenios de investigación concedidos.
- 3 quinquenios de docencia
- 4 tesis co-dirigidas.
- Índice de citas en los últimos 5 años: recogidas por Google Scholar en los últimos 5 años: 642.
- Índice H: 15

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga (2003). **Profesora titular en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (2012)** donde imparto asignaturas relacionadas con la creatividad publicitaria y las nuevas tecnologías. He realizado estancias de investigación y docencia en Depaul University (Chicago, EE.UU.), Technische Universiteit Eindhoven (Holanda) y Texas Tech University (Lubbock, EE.UU.)

Mis principales líneas de investigación se centran en la comunicación publicitaria en la era digital y la creación de contenidos de marca (*branded content*). Mis investigaciones han sido publicadas en revistas académicas como Comunicar, New Media and Society o Revista Latina de Comunicación Social, entre otras. He coordinado tres monografías, publicado más 27 artículos de investigación en revistas científicas y 18 capítulos de libros.

Tengo amplia experiencia en la gestión universitaria. He sido **Vicedecana de Relaciones Internacionales de la Facultad de Comunicación y miembro del Claustro de la Universidad de Sevilla. Desde 2016 al 2021 he sido Directora del Secretariado de Comunicación externa y Redes Sociales de la Universidad de Sevilla**, donde he desarrollado la estrategia digital.

Durante la implantación de los planes de estudios adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior fui la secretaria de la subcomisión de Publicidad y Relaciones Públicas. **Además, he sido la presidenta**



de la subcomisión de calidad del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas desde su creación (2010) hasta 2018. Además, participé como profesora en la Comisión de Rama de Ciencias Sociales y de la Educación (SE-USE1) para la Renovación de la Acreditación del título Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla.

Actualmente, soy miembro de la subcomisión de calidad del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Sevilla (2023).

También he dirigido dos proyectos de innovación docente en la Universidad de Sevilla.

También he sido **evaluadora ANEP para la convocatoria 2015 del Programa Estatal de Investigación y Desarrollo e Innovación orientada a Retos de la Sociedad.**

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Artículos de investigación

- García-Gordillo, Mar, Ramos-Serrano, Marina y Rivas-de-Roca, Rubén (2023). Beyond Erasmus. Communication of European Universities alliances on social media. *El profesional de la Información*, 32 (4). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.04>
- Ramos-Serrano, Marina, Miguélez-Juan, Blanca, Hernández-Santaolalla, Víctor (2022): Entre gueto de terciopelo y un techo de cristal, *Cuadernos.info*, 23, 273-294.
- Ramos-Serrano, Marina, Macías-Muñoz, Gema y Rueda-Treviño, Antonio (2022): Branded content y moda de lujo: análisis de los contenidos audiovisuales en YouTube (2008-2019). *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(1), 147-164. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.20643>
- Ramos-Serrano, Marina, Fernández Gómez, Jorge David y Pineda, Antonio (2018): Follow the closing of the campaign on streaming': The use of Twitter by Spanish political parties during the 2014 European elections. *New Media & Society*. Vol.20. Núm. 1, págs.122-140. ISSN-e: 14617315.
- Herrero-Diz, Paula, Ramos-Serrano, Marina y Nó, Javier (2016): Los menores como usuarios creadores en la era digital: del *prosumer* al creador colaborativo. Revisión teórica 1972-2016. *Revista Latina de Comunicación Social*, Núm.71, pp. 1.301 a 1.322. ISSN: 1138-5820.
- Ramos-Serrano, Marina y Herrero-Diz, Paula (2016): Unboxing and brands: youtubers phenomenon through the case study of evantubehd. *Prisma Social*, Núm. 37, pp. 90-107. ISSN: 1989-3469.
- Ramos-Serrano, Marina y Martínez-García, Ángeles (2016): Personal style bloggers: The most popular visual composition principles and themes on instagram. *Observatorio (OBS)*. Vol. 10, Núm. 2, págs. 89-109. ISSN-e: 1646-5954.
- Muñiz Velázquez, José Antonio y Ramos-Serrano, Marina (2012). La comunicación móvil. Análisis desde una perspectiva psicosocial. *Telos Cuadernos de Comunicación e Innovación*. Núm. 93, pp. 97-105. ISSN: 0213-084X.
- Ramos-Serrano, Marina, Lozano, Javier y Hernández-Santaolalla, Víctor (2012). Fanadvertising y series de televisión, *Comunicación, Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*. Núm. 10, Vol.1, pp. 1211-1223. ISSN: 1989-600X.
- Lozano Delmar, Javier, Hernández-Santaolalla, Víctor y Ramos-Serrano, Marina (2013). Fandom-generated content: An approach to the concept of fanadvertising. *Participations. Journal of Audiences and Reception Studies*, Vol. 10. Núm. 1, pp. 351-356. ISSN: 1749-8716.



- Jiménez Marín, Gloria y Ramos-Serrano, Marina (2007). Jóvenes y móviles. Estrategias de los operadores de telefonía en España. *Comunicar, Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, núm 29, pp. 121-128. ISSN: 1134-3478.

Capítulos de libros

- Ramos-Serrano, Marina, & Herrero-Diz, Paula (2015). Publicidad y niños: del *User Generated Content* al *User Generated Branding*. En Álvarez-Ruiz, Antón, y Núñez, Patricia (Coords.), *Claves de la comunicación para niños y adolescentes* (pp. 277-304). Madrid: Fragua. ISBN: 978-84-7074-668-0.
- Ramos-Serrano, Marina y Jiménez-Marín, Gloria (2014). Blogs y moda. Cuando los usuarios crean tendencia. En Fernández-Quijada, David y Ramos-Serrano, Marina (Coords.), *Tecnologías de la persuasión. El uso de las TICs en Publicidad y Relaciones Públicas*. Barcelona: UOC. ISBN: 9788490644713.
- Ramos-Serrano, Marina (2011). Publicidad e Internet: una oportunidad para conversar con el usuario. En López García, Marcial, López, Mabel y Ruiz, María Jesús (Coords), *Medios de comunicación y cultura: ¿Cultura a medias?* (pp. 47-55). Barcelona: Libros de la Frontera. ISBN 978-84-8255-0-093-0.
- Pineda Cachero, Antonio y Ramos-Serrano, Marina (2009). La Propaganda e Internet: Mediación Tecnológica y Relación Comunicativa. En Ramos-Serrano, Marina, Garrido Lora, Manuel y Rodríguez Centero, Juan Carlos. *Publicidad y Comunicación Corporativa en la Era Digital* (pp. 155-183). Madrid: Pirámide. ISBN 978-84-368-2341-7.
- Ramos-Serrano, Marina (2008). *Software Social: Nuevas Herramientas en la Era de los Prosumidores*. En Martín Algarra, Manuel, Seijas Candelas, Leopoldo R. y Carrillo Durán, María Victoria: *Nuevos Escenarios de la Comunicación y la Opinión Pública*. (pp 45-51). Madrid: Edipo. ISBN: 84-88365-21-7.

C.2. Proyectos

- Participación como investigadora a tiempo parcial en el proyecto de I +D: Representación mediática de la Imagen Corporal (no) saludable. Desarrollo de una herramienta de prevención en niños y niñas de 6 a 9 años: "Mi cuerpo me gusta".», financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad I+D en su convocatoria Retos a la Investigación 2014. Investigadoras principales: Mònika Jiménez-Morales (UPF) & Pilar Medina-Bravo (UPF). Referencia del proyecto: CSO2014-58220-R.
- Participación como investigadora a tiempo completo en el proyecto de I+D: "Los Medios Audiovisuales en la Transición Española (1975-1985): Las Imágenes del cambio democrático". Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Entidades participantes: Universidad Carlos III de Madrid, Universidad Ramón Llull de Barcelona, y Universidad de Sevilla. Ejecución: del 1 de enero de 2010 al 31 de diciembre de 2012. IP: Dr. José Manuel Palacios Arranz. Tipo de convocatoria: Nacional. Financiación: € 39.930,00. Referencia del proyecto: CSO2009-09291
- Participación como investigadora a tiempo completo en el proyecto de I+D: "Estrategias de comunicación social de los organismos de estado a través de la publicidad institucional". Entidad organizadora: Ministerio de Educación y Ciencia. Entidades participantes: Universitat Pompeu Fabra y Universidad de Sevilla. Ejecución: del 1 de enero de 2004 al 31 de diciembre de 2007. IP: Dr. Xavier Ruiz Collantes. Tipo de convocatoria: Nacional. Financiación: € 35.880,00. Referencia del proyecto: SEJ2004-02451.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

- Participación como investigadora en el contrato de investigación: "Notoriedad e imagen de las entidades financieras y sus respectivas fundaciones y obras sociales". Entidad financiadora: Datacampo S.L. Entidades participantes: Universidad de Sevilla. Ejecución: del 14 de diciembre de 2005 al 14 de marzo de 2006.

C.4. Patentes



- Titulares: Simón Navarro Bustos, Marina Ramos Serrano, Carmen Higuera Vargas, Felix Lorente Herce, Juan Jesús Aranda Jiménez, y Jesús Taguas Ruiz. Patente de diseño de muñecos virtuales con el objetivo de comercializarlos en diferentes aplicaciones a través de Internet. Fecha: 16 de agosto de 2006. Renovado en 2011. País: España. Número de patente: D 0503490. Actualmente sin comercializar.

C.5. Estancias en centros de investigación y universidades.

- Estancia de investigación (financiada por el Centro Internacional de la Universidad de Sevilla) en la College of Mass Communications en Texas Tech University desde el 19 de julio de 2010 al 30 de agosto de 2010. Durante la estancia impartí charlas y conferencias sobre la nuevas formas de comunicación publicitaria en España. Además participé en el 93 Annual Conference of Association for Education in Journalism And Mass Communication, organizado por la Association for Education in Journalism and Mass Communication. Denver, Colorado (EE.UU). Del 4 al 7 de agosto de 2010.

- Estancia de investigación postdoctoral en el Grup de Reserca en Imatge so i Síntesis de la Universidad Autónoma de Barcelona. Desde el 31 de agosto al 3 de octubre de 2009, grupo de investigación especializado en la comunicación interactiva.

C.6. Otros méritos relacionados con la actividad investigadora.

- Evaluadora externa en calidad de doctora para la tesis doctoral "Análisis de la significación del videojuego: fundamentos teóricos del juegos, el mundo narrativo y la enunciación interactiva como perspectivas de estudio del discurso" del actual doctor Óliver Pérez Latorre de la Universidad Pompeu Fabra. Tesis que obtuvo la máxima calificación: Sobresaliente cum laude por unanimidad.

- Evaluadora externa de la *Revista de Cuadernos de Gestión*. Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea. Universidad de La Rioja. Revista indexada en Scopus entre otras bases de datos.

- Evaluadora externa de la *Revista Communication and Society* de la Universidad de Navarra, revista indexada en Scopus entre otras bases de datos.

- Evaluadora externa de la *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*. Indexación: European Reference Index for the Humanities (ERIHPlus); Latindex (Catálogo y directorio) (Folio: 19812) y cumple las 36 características de calidad para publicaciones electrónicas (básicas, de presentación, de gestión y política editorial y de contenido). Posición que ocupa la revista en el área: circ 2012 [b]; anep [c]; número de citas recibidas: google scholar (índice h=4).

- Evaluadora externa de la *Revista Icono 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*. Indexada en Emerging Citation Index de Thomson Reuters (2015)

C.7. Gestión universitaria.

- 2016/2021- Directora del secretariado de comunicación externa y redes sociales de la Universidad de Sevilla desde el 1 de febrero de 2016 hasta 8 de febrero de 2021. Las labores del puesto incluyen la creación y puesta en práctica de la estrategia de comunicación digital de la Universidad de Sevilla en las redes sociales.

- 2010/2014- Vicedecana de Relaciones Internacionales e Innovación Docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

- 2005/2006- Vicedecana Ordenación Académica y Planificación Educativa.

-2005/2009 Miembro del Claustro en representación del subsector B3