

|               |            |
|---------------|------------|
| Fecha del CVA | 20/11/2024 |
|---------------|------------|

## Parte A. DATOS PERSONALES

|                                            |                     |                     |  |
|--------------------------------------------|---------------------|---------------------|--|
| Nombre                                     | Ana                 |                     |  |
| Apellidos                                  | Castillo Díaz       |                     |  |
| Sexo                                       | Mujer               | Fecha de Nacimiento |  |
| DNI/NIE/Pasaporte                          |                     |                     |  |
| URL Web                                    |                     |                     |  |
| Dirección Email                            |                     |                     |  |
| Open Researcher and Contributor ID (ORCID) | 0000-0002-3650-2964 |                     |  |

## RESUMEN NARRATIVO DEL CURRÍCULUM

**Licenciada en Publicidad** (Universidad de Sevilla), **Doctora en Comunicación** (Universidad de Extremadura).

Ha impartido **docencia** en **Universidad de Extremadura** (2004-2015) en la Licenciatura de Comunicación Audiovisual, Grado de Comunicación Audiovisual, Grado semipresencial de Información y Documentación, Doctorado en Comunicación y Documentación, Máster Universitario de Investigación en Ciencias Sociales y Máster en Gestión de la Información Digital. Desde octubre de 2015 imparte docencia en la **Universidad de Málaga**: Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación y Máster en Investigación sobre Medios, Audiencias y Prácticas Profesionales. Desde 2017 forma parte del programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación (universidades de Sevilla, Huelva, Cádiz y Málaga).

En 2015 obtuvo el **premio de reconocimiento de excelencia docente** dentro del marco Docentia-Universidad de Extremadura.

Ha participado como investigadora o investigadora principal en **más de una decena de proyectos de innovación docente** y ha realizado **estancias docentes** en distintas universidades europeas como Bolonia (Italia), Bourgogne (Francia), Aveiro (Portugal), Nantes (Francia), Trier (Alemania), Lozd (Polonia), Reikiavik (Islandia) y Galway (Irlanda).

Entre 2018 y 2020 **coordinó el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Málaga** y desde 2017 es **coordinadora académica de movilidad** con las universidades de Stendhal (Grenoble, Francia) y Aguascalientes (México). Desde 2021 es **subdirectora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga**.

En la Universidad de Extremadura ha ejercido los cargos de coordinación de calidad del Grado de Comunicación Audiovisual y del Máster Universitario de Iniciación a la Investigación en Ciencias Sociales. También ha sido miembro de numerosas comisiones del Departamento de Información y Comunicación de la Universidad de Extremadura.

En el apartado de investigación cuenta con más de una veintena de **artículos** publicados en revistas nacionales e internacionales, de impacto, relacionados con la comunicación empresarial e institucional.

Autora de casi una decena de **libros** y más de veinte **capítulos de libros** pertenecientes a editoriales como Pearson Educación, McGraw Hill Educación, Prentice Hall, IGI Global, Thomson Reuters Aranzadi, La Crujía, Babel o Fragua, entre otros.

Ha presentado multitud de comunicaciones en **congresos** nacionales e internacionales como International Association for Media and Communication Research Congress (IAMCR), European Communication Research and Education Association Conference (ECREA), International Conference on Research in Advertising (ICORIA), o los congresos de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC).

Ha dirigido **siete tesis doctorales**. Todas ellas con la calificación de sobresaliente y seis con mención cum laude.

Ha formado parte de más de una decena **proyectos de investigación**, de entre los que destacan diversos proyectos pertenecientes al Plan Nacional de Investigación Científica e Innovación Tecnológica. En la actualidad es IP del proyecto FEDER "La participación

ciudadana en Andalucía a través de canales digitales: estudio de la adaptación a la ley de participación ciudadana y propuestas de mejoras”.

Ha realizado **estancias de investigación** en las universidades de Illinois (Chicago), Instituto Politécnico de Lisboa y Portsmouth. En 2010 recibió una **beca José Castillejo** mediante la cual realizó otra estancia de investigación en la Universidad de Portsmouth (Reino Unido).

Cuenta con **dos sexenios de investigación** reconocidos por la ANECA .

## **1. ACTIVIDAD INVESTIGADORA, DE TRANSFERENCIA E INTERCAMBIO DEL CONOCIMIENTO**

### **1.1. PROYECTOS Y CONTRATOS DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA E INTERCAMBIO DEL CONOCIMIENTO**

#### **1.1.1. Proyectos**

- 1 Proyecto.** Observatorio de los gabinetes de comunicación en Andalucía. Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación –PAIDI 2020. (Universidad de Málaga). 2020-2023.
- 2 Proyecto.** La participación ciudadana en Andalucía a través de canales digitales: estudio de la adaptación a la Ley de Participación ciudadana y propuestas de mejora. Programa Operativo FEDER. Ana Castillo Díaz. (Universidad de Málaga). 2020-2022.
- 3 Proyecto.** Lobby y comunicación en España. Análisis de las estrategias de comunicación. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Antonio Castillo Esparcia. (Universidad de Málaga). 30/12/2016-29/12/2019. 24.805 €.
- 4 Proyecto.** Universidades españolas en los medios de comunicación (MECU-ESP). Estrategias metodológicas y herramienta web para el estudio y la clasificación de la difusión de noticias de las universidades españolas. Agencia Estatal de Investigación. (Universidad de Málaga). Desde 2024. 87.500 €.
- 5 Proyecto.** Lobby y comunicación en la Unión Europea. Análisis de sus estrategias de comunicación. Ministerio de Ciencia e Innovación. Investigación. (Universidad de Málaga). Desde 2020.

### **1.2. RESULTADOS Y DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA Y DE TRANSFERENCIA E INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO**

#### **1.2.1. Actividad investigadora**

AC: Autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición firma solicitante / total autores. Si aplica, indique el número de citaciones

- 1 Artículo científico.** Ana; Belén. 2024. Campaña electoral andaluza 2022. Análisis de las relaciones entre interés, seguimiento informativo y participación ciudadana. Estudios sobre el Mensaje Periodístico.
- 2 Artículo científico.** Paloma; Guadalupe; Ana; Enrique Vergara. 2024. La investigación científica sobre el uso de influencers en la gestión de las marcas: estado de la cuestión. Icono 14. 22-1.
- 3 Artículo científico.** Javier; Ana. 2023. ¿Cómo evaluar al dircom?: El caso de las organizaciones feriales de Iberoamérica afiliadas a AFIDA. Revista Internacional de Relaciones Públicas. 13-25. ISSN 2174-3681.
- 4 Artículo científico.** Ana Castillo Díaz; Miguel de Aguilera Moyano; Yolanda Ortiz de Guinea Ayala; Justo Villafañe Gallego. 2022. Reputación mediática en Europa. Análisis empírico de la reputación de la prensa en papel, prensa digital, radio y televisión en diez países europeos. Profesional de la Información. 31-1.
- 5 Artículo científico.** Ana Castillo Díaz; Antonio Castillo Esparcia. 2021. Interest, media use, and participation in the 2019 Spanish election campaign. Profesional de la Información. 30-6.

- 6 **Artículo científico.** Antonio Castillo Esparcia; Elisabet Castellero Ostio; Ana Castillo Díaz. 2020. Los think tanks en España. Análisis de sus estrategias de comunicación digitales. Revista Latina de Comunicación Social. 77.
- 7 **Capítulo de libro.** Tania Blanco Sánchez; Ana. 2022. Research in Public Relations in Spain Through the State Research Plans 2013-2020. Cases on Developing Effective Research Plans for Communications and Information Science. IGI Global.
- 8 **Capítulo de libro.** María Victoria Carrillo Durán; Ana Castillo Díaz. 2021. TOMS: "We Are in Business to Improve Lives". Cause-Related Marketing. Case Studies From a Global Perspective. Springer. 11, pp.139-152. ISSN 2662-2866, ISBN 978-3-030-65454-2.

### 1.2.2. Transferencia e intercambio de conocimiento y actividad de carácter profesional

#### Actividad de carácter profesional

**Profesora Titular de Universidad:** Universidad de Málaga. 2018- actual. Tiempo completo.

### 3. LIDERAZGO

#### 3.2. DIRECCIÓN DE TESIS DOCTORALES Y TRABAJOS FIN DE MASTER

- 1 : Medición y evaluación de comunicación estratégica. Propuesta de componentes para la medición y evaluación de la gestión de comunicación estratégica para las organizaciones feriales iberoamericanas afiliadas a AFIDA. 2024.
- 2 : ¡Log in! La comunicación institucional de las universidades cubanas en el entorno digital. 2022.
- 3 : La comunicación interna y su relación con la felicidad laboral en el seno de las organizaciones. El caso español. 2021. Mención Calidad .Sobresaliente cum laude.
- 4 **Tesis Doctoral:** Los gabinetes de comunicación de las universidades españolas. Propuesta de modelo y análisis de las salas de prensa virtuales universitarias. 21/12/2015. Sobresaliente Cum Laude.
- 5 **Tesis Doctoral:** La marca y otros recursos intangibles (identidad, imagen, reputación, responsabilidad social) en la comunicación de las principales cadenas hoteleras españolas a través de sus sedes web. 14/12/2015. Sobresaliente cum laude.
- 6 **Tesis Doctoral:** La comunicación online de las marcas universitarias españolas en sus sedes webs. 29/05/2014. Sobresaliente Cum Laude.
- 7 **Tesis Doctoral:** Estrategias de comunicación online de las empresas portuguesas del sector de la moda. 28/05/2014. Sobresaliente.
- 8 **Tesis Doctoral:** La comunicación de la marca en las pymes a través de sus sedes webs. El caso de las pymes extremeñas. 16/02/2012. Apto cum laude.