

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA 30/09/2022

Nombre y apellidos	Nuria Villagra García		
Núm. identificación del/de la investigador/a	WoS Researcher ID (*)	J-9764-2015	
	SCOPUS Author ID(*)		
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) **	orcid.org/0000-0002-2613-1530	

(*) Al menos uno de los dos es obligatorio

(**) Obligatorio

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Complutense de Madrid		
Dpto./Centro	Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada. Facultad de Ciencias de la Información		
Dirección	Avda. Complutense, s/n. Ciudad Universitaria. 28040-Madrid		
	correo electrónico	nuriavillagra@ucm.es	
Categoría profesional	Profesora Titular de Universidad	Fecha inicio	01/04/2008
Palabras clave	Gestión de marca, comunicación corporativa, identidad y valores corporativos, Responsabilidad Social Corporativa		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciada en Ciencias de la Información	Universidad Complutense de Madrid	1999
Doctora en Ciencias de la Información	Universidad Complutense de Madrid	2002

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

Sexenios: 2 sexenios de investigación (periodo 2005-2010 y 2011-2016), fecha de concesión del último sexenio: 19/06/2017. Y un sexenio de transferencia (periodo 2006-2011).

Acreditación de Catedrática de Universidad por parte de la ANECA con fecha 22 de septiembre de 2022.

Tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años: 4

- Título de la tesis: Influencia del entorno en la gestión y comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial en Bolívar (Colombia), con enfoque de desarrollo sostenible. Doctoranda: Gina Claudette Romero González. Fecha de defensa: 31/05/2021. Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude por unanimidad.
- Título de la tesis: Modelos de gestión de marca y su aplicación en el ámbito de las ciudades. Doctoranda: María Herranz Arcones. Fecha de defensa: 01/02/2016. Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude por unanimidad.
- Título de la tesis: Propuesta de un modelo de planificación de medios cualitativa en televisión a partir del "Elaboration likelihood model". Doctoranda: María Luisa Sarget Tarifa. Fecha de defensa: 11/09/2014. Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude por unanimidad.
- Título de la tesis: Gestión de marca en empresas con fundación corporativa. Un análisis de la presencia fundacional en la construcción de valores socialmente responsables y de RSC. Doctorando: Abel Monfort de Bedoya. Fecha de defensa: 26/09/2013. Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude por unanimidad.

Índice h (Google Scholar): 12

Citas totales (Google Scholar): 596

Citas totales últimos 5 años (Google Scholar): 372



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

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, y Profesora Titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Cuenta con la Acreditación de Catedrática de Universidad de la ANECA.

En sus 22 años de carrera docente e investigadora ha impartido docencia en licenciatura, grado, posgrado y máster en diversas universidades (Universidad de Montevideo, Erasmus University College de Bélgica, Shanghai International Studies University, Universidad de Málaga, Universidad de Sevilla, EOI, ESIC Business and Marketing School, Centro Universitario Villanueva y Universidad Autónoma de Barcelona). Asimismo ha sido visiting scholar del Center for Business Ethics en Bentley University (Waltham, Massachusetts) y Fellow del Real Colegio Complutense en Harvard University (Cambridge, Massachusetts). Ha publicado artículos en revistas científicas de impacto (El Profesional de la Información, Communication & Society, Corporate Governance Journal o Revista Latina de Comunicación Social entre otras) y ha presentado sus investigaciones en congresos de ámbito nacional e internacional. Desde el año 2012, codirige las jornadas especializadas en gestión de marca "Branding Days" que se realizan en la Facultad de Ciencias de la Información.

Ha participado como autora, coautora o editora de diversos libros relacionados con la gestión de marca, la Responsabilidad Social Corporativa y la comunicación en editoriales de prestigio como McGrawHill, Gedisa o Tecnos.

Cuenta con dos sexenios de investigación reconocidos (periodo 2005-2010 y 2011-2016) y un sexenio de transferencia (periodo 2006-2011). Es investigadora de la Cátedra Iberdrola de Ética Económica y Empresarial (Universidad Pontificia Comillas de Madrid) y codirectora del grupo de investigación de Gestión de Marca y Comunicación Integrada (Universidad Complutense de Madrid). Asimismo, desde el año 2017 codirige el Máster de Producción Audiovisual (Universidad Complutense de Madrid).

Ha participado o dirigido proyectos de investigación financiados por instituciones públicas y privadas (Banco Santander, Unión Europea, Comunidad de Madrid, CICYT, etc.). El último proyecto que codirige, denominado "Green Activism", fue concedido en 2021 por la Unión Europea, con ref.: 2021-1-ES02-KA220-YOU-000029048.

Ha sido Vicedecana de Política Académica y Planificación Institucional de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Con anterioridad a este cargo ha sido miembro electo en Junta de Facultad y Vicedecana de Profesorado e Investigación.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Artículos

VILLAGRA, N., MONFORT, A. y MÉNDEZ-SUÁREZ, M. (2021). Firm value impact of corporate activism: Facebook and the stop hate for profit campaign. *Journal of Business Research*, 137, 319-326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.052>

VILLAGRA, N., CLEMENTE-MEDIAVILLA, J., LÓPEZ-AZA, C., y SÁNCHEZ-HERRERA, J. (2021). When polarization hits corporations: the moderating effect of political ideology on corporate activism. *Profesional De La Información*, 30(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.02>

VILLAGRA, N., MONFORT, A. y SÁNCHEZ, J. (2021) The mediating role of brand trust in the relationship between brand personality and brand loyalty. *Journal of Consumer Behaviour. An international research review*

MONFORT, A., VILLAGRA, N. y SANCHEZ, J. (2021) Economic Impact of Corporate Foundations: an event analysis approach, *Journal of Business Research*, 122. 159-170

MONFORT, A. y VILLAGRA, N. (2016) "The roles of CSR and corporate foundations in building responsible brands, *EPI*, Septiembre-octubre de 2016, 25 (5), 767-777.

VILLAGRA, N., CÁRDABA, M.A.M. y RUIZ SAN ROMÁN, J.A. (2016) "Communicating Corporate Social Responsibility: re-assessment of classical theories about fit between CSR actions and corporate activities". *Communication & Society*, 29 (2), 133-146.



VILLAGRA, N. y LÓPEZ, B. y MONFORT, A. (2015) "The management of intangibles and corporate branding: Has anything changed in the relationship between business and society?" *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 793-812.

VILLAGRA, N. y LÓPEZ, B., (2013) "Analysis of values and communication of the Responsible Brands. Corporate Brand strategies for sustainability" en: *Communication and Society/Comunicación y Sociedad*, 26 (1), 201-226.

CLEMENTE, J. y VILLAGRA, N., (2012) "Nuevos desarrollos en el campus virtual UCM: estudio exploratorio sobre las plataformas e-learning en los estudios de comunicación audiovisual y publicidad" en: *Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 13 (1), 395-411.

Capítulos de libro

VILLAGRA, N. (2015), "La gestión de marcas responsables", en BENAVIDES, J. y MONFORT, A. (Coords.) *Comunicación y empresa responsable*, EUNSA, Pamplona, pp. 227-245. ISBN: 978-84-313-3063-7

VILLAGRA, N. (2015), "La gestión de intangibles y la dirección de comunicación", en ENRIQUE, A.M y MORALES, F. (Coords.) *Somos estrategias. Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*, Gedisa, Barcelona, pp. 61-84. ISBN: 978-84-9784-974-6

BENAVIDES, J. y VILLAGRA, N. (2012), "El discurso de los ciudadanos sobre el terrorismo y su negociación de los contenidos de los medios", en CUESTA, U., CANEL, M.J. y GURRIONERO, M.G. (Coords.) *Comunicación y terrorismo*, Tecnos, Madrid, pp. 246-261. ISBN: 978-84-309-5446-9

Libros

MONFORT, A. y VILLAGRA, N. (2014). *Claves para entender la marca corporativa*. Madrid:Fe d'Erratas. ISBN: 978-84-15890270

C.2. Proyectos

Referencia del proyecto: 2021-1-ES02-KA220-YOU-000029048

Título: Green Artivism

Entidad financiadora y convocatoria: Unión Europea

Nombre del investigador principal: Dimitrina Jivkova Semova, Jorge Clemente y Nuria Villagra García. Universidad Complutense de Madrid.

Fecha de inicio y de finalización del proyecto 01/11/2021 al 01/11/2023

Cuantía de la subvención: 119.921 euros

Tipo de participación: Investigadora principal.

Referencia del proyecto: PR87/19-22686

Título: La marca como fenómeno social: activismo corporativo, confianza y percepciones

Entidad financiadora y convocatoria: Banco Santander

Nombre del investigador principal: Nuria Villagra García. Universidad Complutense de Madrid.

Fecha de inicio y de finalización del proyecto 13/12/2019 al 12/09/2021

Cuantía de la subvención: 12.000 euros

Tipo de participación: Investigadora principal.

Referencia del proyecto: CSO2013-46410-R

Título: Nuevos Escenarios de Comunicación de Marca en las Empresas e Instituciones

Entidad financiadora y convocatoria: Ministerio de Economía y Competitividad (2013)

Nombre del investigador principal: Juan Benavides Delgado. Universidad Complutense de Madrid.

Fecha de inicio y de finalización del proyecto 01/01/2014 al 31/12/2016

Cuantía de la subvención: 54.450 euros

Tipo de participación: Investigador.

Referencia del proyecto: 281

Título. Universidad y Sociedad: Comunicación e integración en empresas e instituciones públicas y organizaciones no lucrativas.



Entidad financiadora y convocatoria. Proyectos de Innova-Doctencia. Universidad Complutense de Madrid (2016)
Nombre del investigador principal. Teresa Pintado.
Fecha de inicio y finalización del proyecto. 01/01/2016-31/12/2016
Cuantía de la subvención. 750,00€
Tipo de participación. Investigador.

Referencia del proyecto: SEJ2005-06690.
Título: Terrorismo Post 11M y medios de comunicación: efectos cognitivos y emocionales en la población.
Entidad financiadora y convocatoria: Ministerio de Educación y Ciencia (2005)
Duración: 2005-2008.
Director: Ubaldo Cuesta.
Cuantía de la subvención: 60.000 euros
Tipo de participación: Investigador.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Proyectos Artículo 83 de la L.O.U:

Título: Innovación en comunicación: observatorio de tendencias.
Vigencia del proyecto 26/12/2011 al 13/04/2012
Empresa/administración financiadora: Punto de Fuga
Nombre del investigador principal: Juan Benavides y Nuria Villagra
Importe: 6.000 euros

Título: Gestión y comunicación de las marcas en los contextos de cambio e innovación.
Vigencia del proyecto 19/11/2010 al 18/11/2011
Empresa/administración financiadora: Telefónica
Nombre del investigador principal: Juan Benavides y Nuria Villagra
Importe:3.000 euros

Título: La Dirección de Comunicación como palanca clave para la consecución de los objetivos corporativos de la empresa del siglo XXI
Vigencia del proyecto 15/01/2010 al 15/04/2010
Empresa/administración financiadora: BBVA
Nombre del investigador principal: Nuria Villagra
Importe:12.000 euros

Título: La Comunicación Empresarial y la Gestión de los Intangibles en España y Latinoamérica
Vigencia del proyecto 03/03/2010 al 03/03/2011
Empresa/administración financiadora: Adif
Nombre del investigador principal: Justo Villafañe
Importe:15.000 euros

Título: La inmigración Latina y la Publicidad en España
Vigencia del proyecto: 07/04/2008 al 09/12/2008
Empresa/administración financiadora: Asociación de la Comunicación Publicitaria ACP
Nombre del investigador principal: Xosé Antón Álvarez Ruíz y Sonia Carcelén García
Importe 4.000 euros

Título: La eficacia de las campañas institucionales de la Comunidad de Madrid
Vigencia del proyecto 01/02/2008 al 31/12/2008
Empresa/administración financiadora: Consejería de Inmigración y Cooperación de la Comunidad de Madrid
Nombre del investigador principal: Sonia Carcelén García
Importe 9.000 euros

C.4. Patentes



C.5 Estancias de investigación

- 2010-2014 Visiting Scholar, Center for Business Ethics at Bentley University (Waltham, MA). Estancia de investigación durante los meses de julio, agosto y septiembre.
- 2011-2012 Research Fellow, RCC at Harvard University (Cambridge, MA). Estancia de investigación durante los meses de Julio, agosto y septiembre.

C.6 Premios

Premio a la Mejor Comunicación presentada en el Congreso Internacional Brand Trends (2009) con el título “Valor de la Marca y sus formatos en televisión, ¿utilidad o ineficacia?”. Autores: Juan Benavides y Nuria Villagra.

C.7 Cargos de gestión académica

- 13/06/2017- 13/06/2021 Vicedecana de Política Académica y Planificación Institucional.
- 01/10/2016-12/06/2017 Vicedecana de Profesorado e Investigación.

C.8. Otros

- 2018-Actualidad: Codirectora del Grupo Complutense de Gestión de Marca y Comunicación Integrada (Universidad Complutense de Madrid).
- 2017-Actualidad: Codirectora del Máster de Producción Audiovisual (Universidad Complutense de Madrid).
- 2019-Actualidad: Miembro del Comité Científico del Congreso Académico Internacional de Publicidad, TAD
- 2010-2018: Investigadora del grupo de investigación Gestión de las Marcas y Procesos de Comunicación (Universidad Complutense de Madrid).
- 2012-2015: Codirectora de las jornadas Branding Days organizadas anualmente en la Facultad de Ciencias de la Información en colaboración con Interbrand.
- 2005-Actualidad: Investigadora de la Cátedra Iberdrola de Ética Económica y Empresarial y miembro de su comité asesor (Universidad Pontificia Comillas de Madrid)
- 2010: Miembro del comité científico en el II Taller de Doctorandos en Ética Empresarial, RSE y Gobierno Corporativo, organizado por la Cátedra Javier Benjumea de Ética Económica y Empresarial, celebrado los días 7 y 8 de julio de 2010 en Madrid.
- 2003-2010: Coordinadora del “Seminario Permanente” desarrollado anualmente por la Cátedra Javier Benjumea (Focus-Abengoa) de Ética Económica y Empresarial (UPCO).
- 2004-2008: Miembro del Comité Científico del Foro Universitario de Investigación en Comunicación.