

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA 27/01/2025

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Gloria		
Apellidos	Jiménez-Marín		
Sexo (*)		Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI/NIE/Pasaporte			
URL Web			
Dirección Email			
Open Researcher and Contributor ID (ORCID)			

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrática de Universidad		
Fecha inicio	Universidad de Sevilla		
Organismo / Institución	Universidad de Sevilla		
Departamento / Centro	Dpto. Comunicación AV y Publicidad / Fac. Comunicación		
País	España	Teléfono	
Palabras clave	Audiovisual; cine; comunicación; consumo; emprendimiento; merchandising; publicidad; Salud Pública.		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2006-2023	PDI / Universitat Oberta de Catalunya / España
2007-2009	PDI / Universidad de Cádiz / España
2007-2009	PDI / Universidad de Huelva / España
2005-2009	Sector Publicidad / Régimen General de Trabajadores Autónomos / España

A.3. Formación Académica

A.3. Formación Académica

Grado / Máster / Tesis	Universidad / País	Año
Licenciatura en Periodismo	Universidad de Sevilla / España	2002
Licenciatura en Publicidad y RR.PP.	Universidad de Sevilla / España	2003
Doctorado en Comunicación	Universidad de Sevilla / España	2008
M. U. En Comunicación de la salud	Universidad Rey Juan Carlos / España	2025

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios)

B.1. Aportaciones científicas más relevantes

- Tres sexenios de investigación: 2006-2011 / 2012-2017 / 2018-2023
- Google Scholar: 1700 citas; Índice H: 22; Índice i10: 51.
- WoS: 47 publicaciones; índice H: 9; citas totales: 182.
- Scopus: 37 publicaciones; índice H: 9; citas totales: 202.
- Award for the best paper of the 5th International Academic and Professional Congress on happiness
- I Premio ATIC de investigación-Dirección: Mejor Tesis Doctoral.
- Dirección de 6 tesis doctorales y 77 Trabajos Fin de Máster.

B.2. Aportaciones a la sociedad:

- Premio del III Concurso de Iniciativas empresariales e innovar con la Universidad de Sevilla - Modalidad: Empresas Innovadoras.
- Finalista en el III Concurso de emprendedores universitarios de Bancaja.
- Primer Accésit en el III Concurso de emprendedores Universitarios EOI/Joly.
- Tercer Accésit en el III Concurso de iniciativas empresariales de Sevilla. Diputación de Sevilla.

B.3. Aportaciones a la formación de jóvenes investigadores:



- Directora de la Beca de Colaboración de la estudiante Laura Hernández Arquimbau. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla. 2023-2024.
- Diploma al mejor profesor de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad de Sevilla.
- Directora de la beca de Personal Investigador en Formación del estudiante José Vázquez-González. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla. 2022-2026.
- Responsable de la Beca Margarita Salas para la PDI Dolores Rando Cueto, de Universidad de Málaga. Universidad de Sevilla. Noviembre 2022 – octubre 2024.
- Responsable de la Estancia Académica Virtual del investigador en formación Jaime Humberto Caldera Chacón, de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez en Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad – Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. Junio-julio 2022.
- Directora de la beca de Personal Investigador en Formación de la estudiante Elena Bellido Pérez. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla. 2016-2020.
- Directora de la Beca de Iniciación a la Investigación de la estudiante Elena Bellido Pérez. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla. 2013-2014.

B.4. Otras aportaciones:

- 6 registros en Oficina Española de Patentes y Marcas.
- Socia fundadora de empresa resultado de convocatoria OTRI - US.
- Creadora y codirectora de servicios a la sociedad para el emprendimiento (PrEmCom y OAE).

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES

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

Libros:

- AC: 1/2. *Emprender en Comunicación*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4634-8.
- AC: 1/3. *La publicidad. Estructura de la industria en España. Del cliente a la agencia (y viceversa)*. Madrid: Pirámide.
- AC: 1/2. *Teoría y práctica del consumo*. Madrid: Síntesis. ISBN: 978-84-1357-114-0
- AC: 1/4. *Entrepreneurship for Rural Start-ups*. New York & London: Routledge. ISBN: 978-0-367-52266-7 (hbk) - ISBN: 978-1-003-05723-9 (ebk)
- 3/3. The impact of crypto art in the digital culture: a comparative review of the NFT market in Lithuania and Spain. En *Caer en la red con Inteligencia (Artificial)*. Marcial Pons, pp. ISBN: 978-84-1381-793-4.
- 2/3. Feminismo, ilustración, transmedialidad y engagement. Una generación de creadoras que dibujan y desdibujan modelos de mujer. En S. D'Agosto Fortaleza; F. Infante del Rosal; J. Leñador (eds). *El trazo abierto. Mujeres creadoras y dibujo expandido*. Visor, pp. 289-301 ISBN: 978-84-9895-619-1.
- AC: 1/2. Imagen institucional y e identidad en redes de los partidos políticos a través de sus militantes mujeres: Teresa Rodríguez en Instagram. En Alcaide Lara, E.R.; Núñez Domínguez, T. (eds.). *Mujer, mujeres andaluzas: proyectando imágenes sociales y narrativas*. EUS, pp. 103-127. ISBN: 978-84-472-2475-3.
- AC: 1/2. La imagen de la mujer en la estructura publicitaria empresarial española. De #MásMujeresCreativas al Club de Creativos. En Alcaide Lara, E.R.; Hernández Flores, N. (eds.). *Identidad, imagen y condicionamientos socioculturales en el discurso institucional sobre la mujer*. Peter Lang., pp. 195-218. ISBN: 978-3-631-90491-6.
- 2/3. Discursos, comunicación y publicidad, en femenino: la configuración de la imagen social de la mujer política en redes sociales. En Santiago-Guervós, J. de; Fernández Ulloa, T.; Soler Gallo, M. (eds.). *El discurso como herramienta de control social*. Peter Lang, pp. 481-490. ISBN: 978-3631-88515-4
- 3/3. Hibridación, transmedialidad y feminismo en la comunicación social de María Hesse: marca persona y perfil en Instagram. En Álvarez-Chávez, M. P.; Rodríguez-Garay, G. O.; Husted Ramos, S. (coords.). *Comunicación y pluralidad en un contexto divergente*. Pp. 544-572. Dykinson. ISBN: 978-84-1377-923-2
- AC: 1/3. Cisne negro, cisne blanco: El lago de los cisnes como metáfora del uso de publicidad en la consecución de la felicidad. Una perspectiva social. En Ravina-Ripoll, R.; Tobar-Pesantez, L.X.; Galiano-Coronil, A.; Ahumada-Tello, E. (ed.). *El Happiness Management. Un cisne amarillo que vuela hacia el marketing social, la inteligencia empresarial y el bienestar*. Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-19376-34-3, pp. 129-148.
- AC: 1/1. El techo de cristal en las agencias de publicidad. En Jiménez-Marín, G.; Simancas-González, E.; González-Oñate, C. (ed.). *La publicidad. Estructura de Estructura de la industria en España. Del cliente a la agencia (y viceversa)*. Madrid: Pirámide. ISBN: 978-84-368-4612-6, pp. 19-22.

Revistas:

- AC: 1/2 (2024). Communication, digital marketing and health. The image of the influencer with a social-health purpose. *Visual Review*, 16(2), 217-227. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5229>.
- 2/3. (2024). Treinta años de la producción audiovisual en la región andaluza. Un análisis desde la estructura política de la comunicación. *Revista de Estudios Regionales*, 127. <https://lc.cx/qa2PkA>



- AC: 1/2. (2024). Communication, digital marketing and health. The image of the influencer with a social-health purpose. *Visual Review*, 16(2), 217-227. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5229>
- 2/3. (2023). Social media strategies for gender activism: A generation of feminist Spanish women illustrator influencers. *Information & Media*, 98, 23-52. <https://doi.org/10.15388/im.2023.98.61>.
- 2/3. (2023). La estructura de la producción televisiva en Andalucía como base del tejido empresarial regional. *Investigaciones Regionales*, 56(2), 91-107. <https://doi.org/10.38191/iirr-jorr.23.012>.
- 2/2. (2023). Donde todos conocen tu nombre. La ficción como identidad de marca. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 20(2), 1-14. <https://doi.org/10.5209/tekn.85393>.
- 3/4. (2023). Exploring the Domain of Relationship Between Happiness Management in Organizations and the Environment. *Management Decision*, 61(1), 1-25. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2022-1495>.
- 2/3. (2023). Una Vespa para Luca. La incursión de marcas reales en el cine de Pixar. *Fotocinema*, 26, 355-382. DOI: <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2023.vi26.15527>.
- AC: 1/3. (2023). Advertising and Public Relations degrees: profiles and the glass ceiling in the Spanish labour market. *Anàlisi*, 67, 87-104. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3555>. eISSN: 2340-5236
- 2/3. (2023). Estrategias de marketing social y comunicación de la slow fashion como herramienta de happiness management. *Anduli – Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 23, 99-116. <http://doi.org/10.12795/anduli.2023.i23.06>.
- 3/3 (2023). Imagen y representación de estereotipos y arquetipos en la ficción audiovisual televisiva española: de *Cites* a *El Pueblo* como casos de educomunicación en series. *Revista Mediterránea de Comunicación*. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1), 165-187. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23322>.
- AC: 1/3. (2022). Igualdad de género y lenguaje inclusivo en la comunicación corporativa. *IC – Información y Comunicación*, 19, 183-213. E-ISSN: 2173-1071. <https://dx.doi.org/10.12795/IC.2022.119>.
- AC: 1/3. (2022). Eficacia e impacto de la publicidad del cáncer en España. Efectos de la publicidad emocional como herramienta en pro de la salud pública. *Revista de Comunicación y Salud*, 13, 42-62. <https://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e310> ISSN: 2173-1675.
- 2/3. (2022). Relaciones públicas y *fake news* en la comunicación corporativa. Una revisión de la literatura. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 12(23), 93-116. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-23-2022-06-93-116>.
- AC: 1/3. (2022). Organizational communication and social marketing strategies targeting Spanish consumers of fashion. Sustainability as a form of happiness management. *Corporate Governance*, 22(3), pp. 506-523. <https://doi.org/10.1108/CG-05-2021-0187>
- AC: 1/3. (2021). Aplicación y uso del Modelo de Resonancia o Customer-Based Brand Equity (CBBE). Estudio de la lealtad de marca a través de la figura del influencer. *methados.revista de ciencias sociales*, 9(2), 200-218. <http://dx.doi./10.17502/mrcs.v9i2.471>.
- AC: 1/3. (2021). Organizational communication and social marketing strategies targeting Spanish consumers of fashion. Sustainability as a form of happiness management. *Corporate Governance*. <https://doi.org/10.1108/CG-05-2021-0187>.
- 1/3. (2021). La competencia creativa entre el alumnado de los grados en Publicidad y Relaciones Públicas en España y su adecuación a las demandas del sector profesional. *Icono* 14, 19(2), 66-92. <https://doi.org/10.7195/ri14.v19i2.1604>.
- AC: 1/3. (2021). Publicidad en Instagram y riesgos para la salud pública: el *influencer* como prescriptor de medicamentos. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 12(1), 43-57. <https://doi.org/10.20318/recs.2021.5809>
- AC: 1/4 (2021). Brand management from social marketing and happiness management binomial of in the age of Industry 4.0. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(1), 1-10.
- AC: 1/3. Uso de *smartphones* en la infancia y seguimiento del código PAOS por parte de anunciantes de alimentación. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(3), 67-86. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(3\)](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(3)).
- 2/3 (2020). Consumo televisivo y nivel de interacción y participación social en redes sociales: Análisis sobre las audiencias millenials en la campaña electoral de España. *Profesional de la información*, 29(5), e290524. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.24>.

C.2. Congresos

- Advertising, brands, consumption and wellbeing. Making happiness (and health) happen through emotional marketing. *8th International Academic and Professional Congress on Happiness: "Communication, happiness, economy and innovation: Analysis of entrepreneurial ecosystems with a gender perspective"*. Universidad de Málaga – Red Universitaria de la Felicidad. Noviembre de 2024.
- Diseño y nostalgia en la publicidad y promoción del marketing de ciudades: el caso de la reutilización de la mascota Curro (Expo '92) como imagen actual de la ciudad de Sevilla. *X Encuentro Internacional de Investigación en Diseño Gráfico y Publicidad. Symposium Grafica_QP*. Grafica - Questiones Publicitarias - l'Observatori Europeu de la Comunicació - Universitat Europea – Universitat Autònoma de Barcelona. Universitat Ramon Llull - Universitat de



Barcelona - Col·legi Oficial de Disseny Gràfic de Catalunya - Col·legi de Publicitaris y Relacions Públiques de Catalunya. Barcelona, septiembre 2024.

- Educomunicación para la reducción del consumo de antibióticos como forma de sostenibilidad en los sistemas sanitarios. IX Congreso Internacional de la AE-IC. AE-IC - Universidad de Murcia. Murcia, mayo 2024.
- Campañas de comunicación y marketing para la inclusión y salud mental a través de redes: El influencer con finalidad social. V Congreso Internacional de Comunicación y Redes en la Sociedad de la Información. Universidad Pontificia de Salamanca y Universidad Complutense de Madrid. Salamanca, abril 2024.
- Consumo, retail y publicidad. Creación de espacios digitales y branding de ciudades en el comercio local. Una comparativa entre España e Irlanda. X Jornadas Internacionales Arte y Ciudad. UCM, abril 2024.
- Prescripción online y consumo: revisión, conceptos, técnicas y aplicación. IV Congreso H de Comunicación, medios audiovisuales y análisis. ESIC – Universidad Austral – Universidad La Laguna – Universidad de Cádiz – IIGG / UBA - ULS. Lanzarote, febrero 2024.
- Felicidad en el ámbito laboral: los perfiles profesionales publicitario y relacionista desde el happiness management y con perspectiva de género. 7th International Academic and Professional Congress on Happiness: "The triple helix of Social Well-being: Organizational communication, social marketing and happiness management". Universidad de Sevilla – International University Network on Happiness. Noviembre 2023.
- Emprender, gestionar y desarrollar una revista científica de comunicación. Los casos de Ámbitos, IROCAMM y Cuadernos del Audiovisual. I Congreso Iberoamericano de Revistas Científicas de Comunicación. UA. Nov. 2023.
- Digital culture and the NFT phenomenon: A comparative study between Lithuania and Spain. XV Congreso Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna. Noviembre de 2023.
- The happiness image in advertising: strategy, creativity and art direction through consumer campaigns aimed at women. 6th International Academic and Professional Congress on Happiness. Universidad de Salamanca – Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, noviembre de 2022.

C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado

- Investigadora en el Proyecto de Investigación "Lobby y Comunicación en la Unión Europea. Análisis de sus estrategias de comunicación" (PID2020-118584RB-I00). Ministerio de Economía. Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Comunicación. 2020-2023.
- Investigadora en el Proyecto de Investigación "REDIG - Retos comunicativos de las instituciones andaluzas: configuración de la imagen social de la mujer en Andalucía (interfaz instituciones-discurso-ciudadanía)" (p20_00554). Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación. Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad. Junta de Andalucía. 21-23.
- Proyecto. 4630/0666, "Novel CO2-Based Electrothermal Energy and Geological Storage System- CEEGS". European Commission. Chacartegui Ramírez, Ricardo. 01/11/2022- 31/10/2025. 401.250 €.
- Proyecto. US-1381061, Discurso institucional e imagen de la mujer: impacto comunicativo y social en Andalucía (Dislma). Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad. Alcaide Lara, Esperanza Rocío. 01/01/2022-31/05/2023. 54.900 €.
- Proyecto. P20_00554, Retos comunicativos de las instituciones andaluzas: configuración de la imagen social de la mujer en Andalucía (interfaz instituciones-discurso-ciudadanía). Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad. Alcaide Lara, Esperanza Rocío. 05/10/2021-31/03/2023. 38.620 €.
- Contrato. Alumni US 2024. Fundación Bancaria La Caixa. Barroso Castro, Carmen. 08/04/2024-08/02/2025. 10.000 €.
- Contrato. Proyecto Alumni US Fundación La Caixa. Barroso Castro, Carmen. 25/03/2023- 25/03/2024. 10.000 €.

C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados

- Contrato. Alumni US 2024. Fundación Bancaria La Caixa. 08/04/2024-08/02/2025. 10.000 €.
- Contrato. Proyecto Alumni US. Fundación La Caixa. 10.000 €.
- Registro de Marca "Ecolosofía". OEPM. 2022.
- Registro de Marca "Nutrifelicidad". OEPM. 2021.
- Registro de Marca "IROCAMM". OEPM. 2018.
- Registro de Marca "Marengo". OEPM. 2019.
- Registro de Propiedad Intelectual "Sello de calidad: Rutas culturales felices". 2021.
- Creadora y codirectora de la PrEmCom – Preincubadora de Empresas de Comunicación. SCET - US. 2014/2018.
- Creadora y codirectora de la Oficina de Apoyo al Emprendedor en la Facultad de Comunicación. SCET - Universidad de Sevilla. Resultados: "Iniciación y cursos para el fomento del emprendimiento" – Guía de emprendimiento" – "Acercamiento al emprendimiento". 2014/2018.