

<b>PROFESOR/A</b>	<b>DR. ALFONDO MÉNDIZ NOGUERO</b>
Universidad	<b>UMA / UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CATALUÑA</b>
Categoría/Nivel contractual	CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD
Nº de sexenios de investigación	2
Año concesión último sexenio	2013

**PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN relacionados con las líneas de investigación del PD**  
(Periodo 2012-2018)

Título del proyecto: Nuevas Formas Publicitarias y Nueva Economía  
Referencia: SEJ 396  
Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía  
Entidades participantes:  
Duración: 2010-18  
Investigador principal: Alfonso Méndiz Noguero / Juan Salvador Victoria Mas  
Número de investigadores participantes: 11  
Importe total del proyecto: 12.138 €.

Título del proyecto: Desarrollo de un Modelo de Eficacia de la Comunicación persuasiva del Tercer Sector en las Redes Sociales.  
Referencia: CSO2009-11203(subprograma CPOL)  
Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia  
Entidades participantes:  
Duración: 2010-13  
Investigador principal: Isidoro arroyo  
Número de investigadores participantes: 14  
Importe total del proyecto: 18.150 €.

Título del proyecto: Estandarización de protocolos en la Comunicación de Proximidad mediante Bluetooth  
Referencia: 7SU0150760  
Entidad financiadora: Agencia IDEA de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía.  
Entidades participantes: Empresa Dinacom  
Duración: 2011-13  
Investigador principal: Rafael Zaragoza Pardo.  
Número de investigadores participantes: 17  
Importe total del proyecto: 45.240 €.

Título del proyecto: Proyecto de Actividades sobre Vulnerabilidad Digital (PROVULDIG)  
Referencia: H2015/HUM-3434  
Entidad financiadora: Consejería de Educación, Juventud y Deporte de la Comunidad de Madrid.  
Entidades participantes: Grupo CEICIN, Grupo GICOMSOC  
Duración: 2015-2017  
Investigador principal: Ignacio Blanco.  
Número de investigadores participantes: 19  
Importe total del proyecto: 174.592 €.

### TESIS DOCTORALES DEFENDIDAS (Periodo 2011-2018)

Título: *Publicidad e Infancia: La imagen del niño en los spots televisivos (España, 2007)*

Doctorando/a: Ana María Medina Heredia

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 17/06/2011

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *El Chief Reputation Officer (CRO): Un nuevo modelo para la Reputación Corporativa*

Doctorando/a: Ana María Casado Molina

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben): José Ignacio Peláez (Universidad de Málaga)

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 29/06/2011

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *La comunicación organizacional en las PYMES de Andalucía*

Doctorando/a: Antonio-Abad Hidalgo Pérez

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 19/12/2011

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *El legado pedagógico, intelectual y estético musical de un gran maestro: Genrich Gustavovic Nejgauz (1888-1964)*

Doctorando/a: Salve Márquez Sánchez

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 18/02/2012

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *Deporte y Comunicación: La comunicación organizacional en los Clubes de Fútbol profesionales*

Doctorando/a: Gema María Lobillo Mora

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 18/10/2013

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *Influencia de la Publicidad Televisiva en los menores. Análisis de las campañas 'Vuelta al cole' y 'Navidad'*

Doctorando/a: Susana Teruel Benítez

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 10/12/2014

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *La construcción periodística del relato de la corrupción. Análisis del tratamiento informativo del Caso Malaya*

Doctorando/a: Marta Cristina Sánchez Esparza

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 30/01/2015

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *Comic y Brand Placement: Análisis de la presencia y estrategia de las marcas comerciales en el comic literario y cinematográfico*

Doctorando/a: Daniel Guerrero Navarro

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 5/06/2015

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *El podcast como herramienta de comunicación empresarial*

Doctorando/a: Virginia Aguayo López

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 22/06/2015

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *Lenguaje y valores sociales en la publicidad impresa. Análisis de los valores manifiestos en el léxico de los anuncios de XL Semanal durante 2012*

Doctorando/a: M<sup>a</sup> Dolores Gutiérrez Guerrero

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 19/10/2015

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *Publicidad y Comunicación de las marcas de moda en los egoblogs de estilo, moda y tendencias*

Doctorando/a: M<sup>a</sup> Carmen Parra Roperó

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Málaga

Fecha: 29/01/2016

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

Título: *Branding tipográfico en los grupos de música independiente. La identidad visual corporativa dinámica en el caso Pearl Jam*

Doctorando/a: Andrea Bertola Garbellini

Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):

Línea de investigación del PD: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad: Universidad de Sevilla

Fecha: 12/07/2017

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente cum laude

## PUBLICACIONES CIENTÍFICAS (Periodo 2012-2018)

### REVISTAS INDEXADAS CON ÍNDICE DE CALIDAD RELATIVO

**REVISTA:** *Methaodos. Revista de Ciencias sociales*

Autor/es: Alfonso Méndiz

Título del artículo: **La representación del menor en la publicidad infantil. De la inocencia a la sexualización**

Volumen: 6 Páginas: 125-137

ISSN: 2340-8413

Año: 2018 País: España

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Área: Ciencias Sociales

Posición: N° de revistas en el área:

DOI: 10.17502/m.rcs.v6i1.231

**REVISTA:** *Revista Mediterránea de Comunicación*

Autor/es: M. Dolores Gutiérrez, Alfonso Méndiz y Rafael Repiso

Título del artículo: **Los valores en la publicidad impresa. Análisis de 'XL Semanal'**

ISSN: 10.14198/MEDCOM2018.9.1.26

Volumen: 9 Páginas: 411-422

Año: 2018 País: España

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Área: Ciencias Sociales

Posición: N° de revistas en el área:

DOI: 10.14198/MEDCOM2018.9.1.26

**REVISTA:** *Revista Electrónica Complutense de Investigación en Educación Musical*

Autor/es: Salve Márquez y Alfonso Méndiz

Título del artículo: **Heinrich Neuhaus: intuición y método en la enseñanza del piano**

ISSN: 1698-7454

Volumen: 14 Páginas: 285-304

Año: 2017 País: España

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Área: Humanidades

Posición: N° de revistas en el área: :

DOI: 10.5209/RECIEM.53915

**REVISTA:** *Feminismo/s*

Autor/es: A. Oliva y A. Méndiz

Título del artículo: **Estereotipos femeninos en la evolución del género bélico. El nuevo rol de la «mujer soldado» en la Guerra de Irak**

Volumen: 27 Páginas: 15-35

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Posición: N° de revistas en el área :

ISSN: 1989-9998

Año: 2016 País: España

Área: Ciencias Sociales

DOI: 10.14198/fem.2016.27.02

**REVISTA:** *Revista de Musicología*

Autor/es: S. Márquez y A. Méndiz

Título del artículo: **Heinrich Neuhaus, escritor: claves de su pensamiento musical en sus artículos para la prensa**

Volumen: 38 Páginas: 191-218

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Posición: N° de revistas en el área :

ISSN: 0210-1459

Año: 2015 País: España

Área: Humanidades

DOI: 10.2307/24878250

**REVISTA:** *Pensar la Publicidad*

Autor/es: A. Méndiz

Título del artículo: **Estrategias de «city placement» (emplazamiento de ciudades en el cine) en la promoción del turismo español. El caso de *Zindagi Na Milegi Dobara* (*Sólo se vive una vez, 2011*)**

Volumen: 8 Páginas: 215-232

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Posición: N° de revistas en el área :

ISSN: 1887-8598

Año: 2015 País: España

Área: Ciencias Sociales

DOI: 10.5209/rev\_PEP.2014.v8.n2.50734

**REVISTA:** *Feminismo/s*

Autor/es: A. Oliva y A. Méndiz

Título del artículo: **Estereotipos femeninos en la evolución del género bélico. El nuevo rol de la «mujer soldado» en la Guerra de Irak**

Volumen: 27 Páginas: 15-35

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Posición: N° de revistas en el área :

ISSN: 1989-9998

Año: 2016 País: España

Área: Ciencias Sociales

DOI: 10.14198/fem.2016.27.02

**REVISTA:** *Revista Mediterránea de Comunicación*

Autor/es: C. Cristófol y A. Méndiz

Título del artículo: **Análisis del *brand placement* en las revistas femeninas. Hibridación de discursos: informativo, publicitario y de la moda**

Volumen: 6 Páginas: 7-25

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Posición: N° de revistas en el área :

ISSN: 1989-872X

Año: 2015 País: España

Área: Ciencias Sociales

DOI: 10.14198/MEDCOM2015.6.1.02

**REVISTA:** *Comunicazioni sociali*

Autor/es: A. Méndiz

Título del artículo: **The “cusp of life” in Science Fiction Films. The meaning of human existence in *Blade Runner***

Volumen: 36 Páginas: 265-276

ISSN: 0392-8667

Año: 2014 País: Italia

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Área: Ciencias Sociales

Posición: Nº de revistas en el área: :

DOI:

**REVISTA:** *Historia y Comunicación Social*

Autor/es: A. Méndiz

Título del artículo: **Cómo se ha escrito la ‘Historia de la Publicidad’: Fundamentos historiográficos y esquema de periodización**

Volumen: 19 Páginas: 195-207

ISSN: 1134-0734

Año: 2014 País: España

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Área: Ciencias Sociales

Posición: Nº de revistas en el área: :

DOI: 10.5209/rev\_HICS.2014.v19.44951

**REVISTA:** *Síneris. Revista de Musicología*

Autor/es: A. Méndiz y S. Márquez

Título del artículo: **La vida de Beethoven en el cine. Perfiles complementarios de un mito fílmico**

Volumen: 27 Páginas: 15-35

ISSN: 2254-3643

Año: 2014 País: España

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Área: Humanidades

Posición: URL: [http://www.sineris.es/la\\_vida\\_de\\_beethoven\\_en\\_el\\_cine.html](http://www.sineris.es/la_vida_de_beethoven_en_el_cine.html)

**REVISTA:** *Historia y Comunicación Social*

Autor/es: J. S. Victoria, A. Méndiz y B. Arjona

Título del artículo: **El nacimiento del ‘Emplazamiento de producto’ en el contexto de la I Guerra Mundial: Hollywood y el período 1913-1920 como marcos de referencia**

Volumen: 18 Páginas: 139-155

ISSN: 1134-0734

Año: 2013 País: España

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Área: Ciencias Sociales

Posición: Nº de revistas en el área: :

DOI: 10.5209/rev\_hics.2013.v18.43419

**REVISTA:** *Razón y Palabra*

Autor/es: A. Méndiz, J. S. Victoria e I. Arroyo

Título del artículo: **The effectiveness of social advertising on social networks. An online experiment with young users**

Volumen: 18 Páginas:

ISSN: 1605-4806

Año: 2013 País: México

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Área: Ciencias Sociales

Posición: :: URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199525737034>

**REVISTA:** *Comunicación y Sociedad*

Autor/es: A. M. Casado, A. Méndiz y J. I. Peláez

Título del artículo: **The evolution of Dir-Com: from communication manager to reputation strategist**

Volumen: XXVI Páginas: 49-68

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Posición: Nº de revistas en el área :

ISSN:

Año: 2013 País: España

Área: Ciencias Sociales

URL: <http://hdl.handle.net/10171/35431>

**REVISTA:** *Pensar la Publicidad*

Autor/es: A. M. Medina y A. Méndiz

Título del artículo: **La representación de la infancia en la publicidad: panorama por el marco deontológico español**

Volumen: 6 Páginas: 231-253

ÍNDICE DE IMPACTO en que se encuentra:

Posición: Nº de revistas en el área :

ISSN: 1887-8598

Año: 2012 País: España

Área: Ciencias Sociales

DOI: 10.17502/m.rcs.v6i1.231

**LIBROS Y CAPÍTULOS DE LIBRO:**

Autor/es: A. Méndiz e I. García

Título del libro: *Nuevas narrativas. Entre la ficción y la información: desde la desregulación a la integración transmedia*

Título del capítulo: “La hibridación de narrativas (*transmedia* y *branded content*) en el actual *storytelling* publicitario”.

Editor/-es del libro: E. de la Cuadra (Coord.)

Editorial: Ediciones de la UAB

Páginas: 343-356

Lugar de publicación: Barcelona

Año publicación: 2017

ISBN: 978-84-947521-8-6

Autor/es: A. Méndiz

Título del libro: *Nuevos tratamientos informativos y persuasivos*

Título del capítulo: “*City placement*: concepto, literatura científica y método de análisis”

Editor/-es del libro: E. Camarero y M. Mut (Coords.)

Editorial: Tecnos

Páginas: 234-242

Lugar de publicación: Madrid

Año publicación: 2017

ISBN: 978-84-309-7376-7

Autor/es: A. Méndiz

Título del libro: *Retos docentes universitarios como desafío curricular*

Título del capítulo: “La investigación sobre la Historia de la Publicidad (1968-2015)”

Editor/-es del libro: . Rodríguez Torres (coord.)

Editorial: McGraw Hill Educación

Páginas: 123-148

Lugar de publicación: Madrid

Año publicación: 2017

ISBN: 978-84-48612-69-6

Autor/es: A. Méndiz y A. Callejón

Título del libro: *Los condicionantes al desarrollo de la responsabilidad social empresarial*

Título del capítulo: “La persona como eje y fundamento de la RSE. Estudio de dos campañas de True Move”

Editor/-es del libro: A. Bajo y N. Villagra (eds.)

Editorial: Universidad de Comillas

Páginas: 165-176

Lugar de publicación: Madrid

Año publicación: 2016

ISBN: 978-84-8468-658-3

Autor/es: A. Méndiz y A. Callejón

Título del libro: *La gestión de valores en la empresa como aportación de valor*

Título del capítulo: “Identidad y valores de una marca en sus campañas publicitarias. Estudio del caso IKEA”

Editor/-es del libro: A. Bajo y N. Villagra (eds.)

Editorial: Universidad de Comillas

Páginas: 197-220

Lugar de publicación: Madrid

Año publicación: 2015

ISBN: 978-84-8468-604-0

Autor/es: M. Martín y A. Méndiz

Título del libro: *Comunicación y empresa responsable*

Título del capítulo: “La Ética de la Comunicación Comercial”

Editor/-es del libro: J. Benavides y A. Monfort (Coords.)

Editorial: EUNSA

Páginas: 335-357

Lugar de publicación: Pamplona

Año publicación: 2015

ISBN: 9788431330637

Autor/es: A. Méndiz

Título del libro: *La historia y su comunicación persuasiva*

Título del capítulo: “Planteamientos historiográficos de la primera ‘Historia de la Publicidad’: 1874-1968”

Editor/-es del libro: M<sup>a</sup> Helena Del Valle (Coord.)

Editorial: Visión Libros

Páginas: 271-296

Lugar de publicación: Madrid

Año publicación: 2014

ISBN: 978-84-15965-88-6

Autor/es: A. Méndiz y A. Callejón

Título del libro: *Nuevos diálogos y relaciones entre la empresa y la sociedad*

Título del capítulo: “La comunicación de valores en la publicidad como forma de RSE. El caso de la publicidad de Danone”



Editor/-es del libro: A. Bajo y N. Villagra (eds.)  
Editorial: Universidad de Comillas      Páginas: 201-222  
Lugar de publicación: Madrid      Año publicación: 2014  
ISBN: 978-84-8568-562-3

Autor/es: J. S. Victoria, A. Méndiz y B. Arjona  
Título del libro: *Persuasión Audiovisual. Formas, soportes y nuevas estrategias*  
Título del capítulo: “Comunicación viral: Fundamentos para la investigación de la publicidad y el marketing”  
Editor/-es del libro: F. Segado y M. Barquero (eds.)  
Editorial: Mc Graw Hill Education      Páginas: 373-398  
Lugar de publicación: Madrid      Año publicación: 2013  
ISBN:

Autor/es: A. Méndiz  
Título del libro: *Teoría de la Publicidad*  
Editorial: Pasión por los libros      Páginas: 280 págs.  
Lugar de publicación: Valencia      Año publicación:  
ISBN: 978-84-15649-75-5

Autor/es: A. Méndiz  
Título del libro: *Historia de la Publicidad: Fundamentos epistemológicos y perspectivas de análisis*  
Editorial: Pasión por los libros      Páginas: 110 págs.  
Lugar de publicación: Valencia      Año publicación:  
ISBN: 978-84-15649-80-9

Autor/es: A. Méndiz y A. Castelló  
Título del libro: *Green marketing per le aree industriali. Metodologie, strumenti e pratiche*  
Título del capítulo: “E-Branding verde: l'esperienza spagnola”  
Editor/-es del libro: M. Cavallo, P.G. Degli Esposti & K. Konstantinou (coords.)  
Editorial: Franco Angelli      Páginas: 114-133  
Lugar de publicación: Milano (Italia)      Año publicación: 2012  
ISBN: 978-88-204-0978-4

Autor/es: A.M. Casado, J.I. Peláez y A. Méndiz  
Título del libro: *La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica*  
Título del capítulo: “El Chief Reputation Officer (CRO): Una dirección estratégica en el management corporativo del siglo XXI”

Editor/-es del libro: Justo Villafañe (dir.)

Editorial: Pearson Educación S.A.

Lugar de publicación: Madrid

ISBN: 978-84-1555-209-3

Páginas: 165-194

Año publicación: 2012

Autor/es: A. Méndiz y A. Castelló

Título del libro: *Los desafíos de las empresas ante la sostenibilidad: Diagnóstico, reflexiones y propuestas*

Título del capítulo: "E-Branding verde"

Editor/-es del libro: Anna Bajo y Nuria Villagra (eds.)

Editorial: Universidad de Comillas

Lugar de publicación: Madrid

ISBN: 978-84-8468-459-6

Páginas: 67-96

Año publicación: 2012