

PROFESOR/A	DR./DRA. Juan Salvador Victoria Mas
Universidad	Universidad de Málaga
Categoría/Cargo/Nivel contractual	Profesor Titular
Titulación académica	Publicidad y RRPP
Quinquenios de Docencia	4
Sexenios de investigación	2

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (Desde 2012 y no más de 5)

Título del proyecto: **DESARROLLO DE UN MODELO DE EFICACIA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA DEL TERCER SECTOR EN LAS REDES SOCIALES (CSO2009-11203)**

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación

Entidades participantes: Universidad de Málaga- Universidad Rey Juan Carlos

Duración: 2008-2013

Investigador principal: Isidoro Arroyo Almaraz

Número de investigadores participantes: 20

Importe total del proyecto: 12.000

Título del proyecto: **NUEVAS FORMAS PUBLICITARIAS Y NUEVA ECONOMÍA (SEJ-396)**

Entidad financiadora: Universidad de Málaga

Entidades participantes:

Duración: Desde 2002 hasta la actualidad

Investigador principal: Juan Salvador Victoria Mas

Número de investigadores participantes: 12

Importe total del proyecto: 12.000

Título del proyecto: **ESTANDARIZACIÓN DE LOS PROTOCOLOS EN LA COMUNICACIÓN DE PROXIMIDAD (BLUETOOTH) (Incentivo 7SU0150760)**

Entidad financiadora: Agencia Idea

Entidades participantes: Dinacom Consulting-Universidad de Málaga

Duración: 2007-13

Investigador principal: Juan Salvador Victoria Mas

Número de investigadores participantes: 7

Importe total del proyecto: 30.000

Título del proyecto: **SINERGIA DOCENTE (PIE 13-169)**

Entidad financiadora: Universidad de Málaga

Entidades participantes: Facultad de Comunicación, FEST y Ciencias de la Salud

Duración: 2014-2016

Investigador principal: Elena Becerra Muñoz

Número de investigadores participantes: 7

Importe total del proyecto: 1.500

Título del proyecto: **COMUNICACIÓN MULTIMEDIA, MÁRketing EXPERIENCIAL Y PUBLICIDAD (PROCOMM) (Gdl-13)**

Entidad financiadora: Universidad Internacional de la Rioja

Entidades participantes: Facultad de Comunicación, Universidad de Málaga
 Duración: Desde 2015 hasta la actualidad
 Investigador principal: Inmaculada Berlanga Fernández
 Número de investigadores participantes: 6
 Importe total del proyecto: 7.000

TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS (Desde 2012 y no más de 6)

Título: El discurso de los medios digitales. Principios de retórica clásica en las redes sociales.
 Doctorando/a: Inmaculada Berlanga Fernández
 Universidad: Universidad de Granada
 Facultad: CC de la Comunicación
 Departamento: Documentación y CAV
 Fecha: 30 de octubre 2012

Título: Marketing móvil de Proximidad en España
 Doctorando/a: Alicia Gómez Tinoco
 Universidad: Universidad de Málaga
 Facultad: CC de la Comunicación
 Departamento: CAV y Publicidad
 Fecha: 2013

Título: La formación especializada del *community manager* en el ámbito del estado español: análisis y propuestas
 Doctorando/a: Álvaro Ortega Maldonado
 Universidad: Universidad Complutense
 Facultad: CC de la Información
 Departamento: CAV y Publicidad II
 Fecha: 2015

Título: La comunicación en el sector de las empresas biotecnológicas.
 Doctorando/a: María Luisa García Hernández
 Universidad: Universidad de Granada
 Facultad: CC de la Comunicación
 Departamento: Documentación y CAV
 Fecha: 20 de julio de 2016

Título: La gestión de la comunicación cultural-museística en el contexto de la marca ciudad.
 Doctorando/a: Lucía Pérez Pérez
 Universidad: Universidad de Málaga
 Facultad: CC de la Comunicación
 Departamento: CAV y Publicidad
 Fecha: 2016



PUBLICACIONES CIENTÍFICAS

LIBROS (Desde 2012 y no más de 5)

Autor/es: Victoria, JS; Gómez Tinoco, A; Arjona, JB
Título del libro: *Comunicación Slow (Y la Publicidad como excusa)*
Editorial: Fragua Páginas:
Lugar de publicación: Madrid Año publicación: 2012
ISBN: 978-84-7074-519-5

REVISTAS CIENTÍFICAS DE PRESTIGIO INTERNACIONAL (Desde 2012 y no más de 10)

REVISTA:

Autor/es: Victoria, JS y Galmés, M
Título del artículo: Experiencia y eventos. La creación de 'experiencia de marca' a partir de la organización de eventos. El caso español (2010)
Revista: aDResearch ESIC ISSN: 1889-7304
Volumen:5 Páginas: 64-79 Año: 2012 País: España

REVISTA:

Autor/es: Victoria JS y Galmés M
Título del artículo: La organización de eventos en el contexto de las Comunicaciones Integradas de Márketing (IMC): el valor de la experiencia
Revista: Pensar la Publicidad (PLP). Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias ISSN: 1887-8598
Volumen: 6 (1) Páginas: 15-34 Año: 2012 País: España

REVISTA:

Autor/es: Victoria, JS; Méndiz, A; Arjona, JB
Título del artículo: El nacimiento del emplazamiento de producto en el contexto de la IGM
Revista: Historia y Comunicación Social (HyCS) ISSN: 1137-0734
Volumen: 18 Páginas: 139-145 Año: 2013 País: España

REVISTA:

Autor/es: Berlanga, I; García, F; Victoria, JS
Título del artículo: Ethos, pathos y logos en Facebook
Revista: Comunicar ISSN: 1134-3478
Volumen: 41 Páginas: 127-135 Año: 2013 País: España

REVISTA:

Autor/es: Victoria, JS; García, ML
Título del artículo: La web corporativa en las empresas biotecnológicas de los PTA (2013)
Revista: Historia y Comunicación Social ISSN: 1137-0734
Volumen: 18 Páginas: 61-73 Año: 2013 País: España

REVISTA:

Autor/es: Méndiz, A; Victoria, JS y Arroyo I
Título del artículo: La eficacia de la publicidad social en las redes sociales. Un experimento online
Revista: Razón y Palabra ISSN:1605-4806
Volumen: 82 (marzo-mayo)
Páginas: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/25_MendizVictoriaArroyo_V82.pdf Año: 2013País: España



REVISTA:

Autor/es: Becerra, E; Reina, J; Victoria, JS
Título del artículo: Comunicación e imagen de los servicios sanitarios
Revista: Prisma Social ISSN: 1989-3469
Volumen: 14 Páginas: 0-28 Año: 2015 País: España

REVISTA:

Autor/es: Victoria, JS; Arjona, JB; De Aguilera, M
Título del artículo: Cyborgs y creación musical: la expresión de la hibridación posmoderna
Revista: Opción ISSN: 1012-1587
Volumen: 3 Páginas: Año: 2015 País: Venezuela

REVISTA:

Autor/es: Victoria, JS; Arjona, JB; Repiso, R
Título del artículo: El paradigma del Neuromarketing a la luz de la producción científica
Revista: Enlace ISSN: 26-40
Volumen: 12,2 Páginas: 26-40 Año: 2015 País: Venezuela

REVISTA:

Autor/es: García, ML; Martínez, E; Victoria, JS
Título del artículo: Empresas biotecnológicas y divulgación de la ciencia
Revista: Arbor ISSN: 0210-1963
Volumen: 191/71 Páginas: Año: 2015 País: España

REVISTA:

Autor/es: García, ML; Martínez, E y Victoria, JS
Título del artículo: Comunicación corporativa-RSC_Divulgación científica. Propuesta de 'triángulo' virtuoso' para las empresas biotecnológicas
Revista: Observatorio (OBS*) Journal ISSN: 1646-5954/ERC123483
Volumen: 10 (4) Páginas: 056-076 Año: 2016 País: España

REVISTA:

Autor/es: García, ML; Martínez, E y Victoria JS
Título del artículo: Empresas biotecnológicas y divulgación de la ciencia. El caso de las pymes biotecnológicas asentadas en parques tecnológicos de Andalucía. .
Revista: Arbor Revista CSIC ISSN: L: 0210-1963. Doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2016.779n3013>
Volumen: 192 (779): a323 Páginas: Año: 2016 País: España

REVISTA:

Autor/es: Berlanga, I; Victoria, JS; Alberich, J
Título del artículo: Facebook y la metáfora
Revista: Signa ISSN: 2254-9307
Volumen: 25 Páginas: Año: 2016 País: España

REVISTA:

Autor/es: Galmés, M; Berlanga, JS; Victoria, JS
Título del artículo: Advertising from the perspective of festivals
Revista: Communication & Society ISSN: 0214-0039
Volumen: 29(2) Páginas: 81-100 Año: 2016 País: España

REVISTA:

Autor/es: García, ML; Martínez, E y Victoria, JS
 Título del artículo: Corporate Social Responsibility, scientific dissemination and biotechnological SMEs. A starting point proposal
 Revista: Universia Business Review ISSN: 1698-5117
 Volumen: First Quarter Páginas:108-127 Año: 2017 País: España

REVISTA:

Autor/es: Arjona, B y Victoria, JS
 Título del artículo: Web-Based Video Services. A Quantitative and Descriptive Study
 Revista: El Profesional de la Información ISSN: 1699-2407
 Volumen: 27(1) Páginas:75-85 Año: 2017 País: España

REVISTA:

Autor/es: Calleja, MA; Paniagua, FJ y Victoria, JS
 Título del artículo: Herramientas digitales y Comunicación de Crisis: El papel de las redes sociales según la voz de los expertos (2015)
 Revista: Estudios sobre el Mensaje Periodístico ISSN:
 Volumen: 24 (2) Páginas: Año: 2018 País: España

CAPÍTULOS DE LIBROS (Desde 2012 y no más de 5)

Autor/es: Victoria, JS
 Título del capítulo: Slow: la cultura del cariño
 Título del libro: *Comunicación Slow (Y la Publicidad como excusa)*
 Editorial: Fragua Páginas: 41-94
 Lugar de publicación: Madrid Año publicación: 2012
 ISBN: 978-84-7074-519-5

Autor/es: Victoria, JS
 Título del capítulo: Prólogo
 Título del libro: *Comunicación y gestión de la imagen en el sector sanitario*
 Editorial: Editorial Académica Española Páginas: 1-6
 Lugar de publicación: Madrid Año publicación: 2012
 ISBN: 978-3-8473-5043-9.

Autor/es: Victoria, JS; García, ML
 Título del capítulo: Las pymes biotecnológicas y su comunicación en la web
 Título del libro: *Comunicación 2.0 y 3.0*
 Editorial: Vsiión Libros Páginas: 437-458
 Lugar de publicación: Madrid Año publicación: 2013
 ISBN:

Autor/es: Victoria, JS; Méndiz, A; Arjona, JB
 Título del capítulo: Comunicación viral: fundamentos para la investigación de la publicidad y el marketing
 Título del libro: *Persuasión audiovisual. Formas, soportes y nuevas estrategias*
 Editorial: Furtwangen McGraw Hill - Educación Páginas: 373-398
 Lugar de publicación: Madrid Año publicación: 2013
 ISBN: 978-84941032-5-4

Autor/es: Victoria, JS; Lozano, P

Título del capítulo: The organization of events as experiential marketing tool: Proposed model for application and evaluation

Título del libro: Languages and Persuasion: New Narrative Creations

Editorial: Journal of Alternative Perspectives in the Social Science Press (JAPSS Press) Páginas:407-422

Lugar de publicación: Palm Beach-Florida (USA) Año publicación: 2014

ISBN: 978-1-312-18811-2. Traducido al castellano y al portugués

Autor/es: Gutiérrez, MD; Victoria, JS

Título del capítulo: Los valores a través de la publicidad iberoamericana

Título del libro: *Comunicación y Sociedad Civil para el Cambio Social*

Editorial: Fragua Páginas:

Lugar de publicación: Madrid Año publicación: 2015

ISBN: 978-84-70746-94-9

OTRAS CONTRIBUCIONES O ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA

(Patentes, desarrollo de software, otros resultados de protección de la propiedad industrial o intelectual con registro, derechos de autor, y otras actividades similares):

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

Dos sexenios de investigación reconocidos (2001-2006 y 2008-2013).

10 tesis doctorales dirigidas con la máxima calificación por unanimidad.

En cuanto a la calidad y difusión de los resultados de la actividad investigadora, según Researchgate, el RG Score de 58 publicaciones es de 10,56: 3 h-index, 1775 vistas y 25 citas:

www.researchgate.net/profile/Juan_Victoria.

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres)

Licenciado en Ciencias de la Información (y Diplomado en Guión y Producción Audiovisual) en la Universidad de Navarra (1993). Becario FPU del Ministerio de Educación en el Departamento CAV y Publicidad de la Universidad de Málaga (1996). Doctor en Publicidad y RRPP (1999). Profesor Ayudante (1999). Y Profesor Titular (2002).

Estancias internacionales de investigación en distintas universidades, siendo especialmente relevantes las estancias en dos Departamentos de Publicidad y Comunicación de Marketing en Estados Unidos: Advertising Department in University of Illinois at Urbana Champaign (1997) y Department of Integrated Marketing Communications (IMC) in Northwestern University (1999).

Miembro académico del Communication Institute of Greece desde 2017.

Director, desde 2015, del Master Propio en Neurociencias Aplicadas a la Comunicación, Facultad de CC de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Organización desde el Master de dos Jornadas de Divulgación Científica de Neurociencias:

- I Jornadas de Neuromarketing: Dos hemisferios, un consumidor, 2 de diciembre de 2016.

- II Jornadas de Neuromarketing: La comunicación a través de los cinco sentidos, 27 de abril de 2017.

Presidente del Tribunal de Premio Extraordinario de Doctorado y de la Comisión de Garantía de la Calidad del Programa Interuniversitario en Comunicación en la Universidad de Málaga (desde 2016).

Evaluador para la acreditación de títulos oficiales de la Comunidad de Madrid, Fundación Madrid+d (desde 2015).

Congresos:

1. Victoria, JS (2018): "Prospectiva en investigación de la Comunicación", Jornadas Doctorales en Comunicación, Universidad de Cadiz, Jerez de la Frontera, 16 de marzo.

2. Victoria, JS y Calleja, MA (2018): "Big data challenge for emergency responders: The crowdsourcing platforms in emergencies and disasters", 4th Annual International Conference on Communication and

Management (ICCM2018), Atenas 23-26 de abril.

3. Victoria, JS y Calleja, MA (2017): "Twitter como herramienta para comunicar desastres, crisis o riesgo: El caso de las inundaciones de Málaga 2016", Madrid, 25 y 26 de octubre, Libro de Actas CUICIID 2017, ISBN: 978-84-697-4542-7.

4. Becerra, E; García, ML y Victoria, JS (2016): "La comunicación de la innovación en las empresas de biotecnología de los principales parques tecnológicos de Andalucía", Actas Icono 14/AESIC – I Congreso Internacional de Cine e Imagen Científica, 30 de noviembre-2 de diciembre, Ronda-Málaga. 152-166.

5. Victoria, JS y Lozano, P (2014): "Aplicación y evaluación de la organización de eventos como herramienta de comunicación experiencial", Facultad de CC de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, 28 y 29 de abril. Libro de Actas del Congreso de la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana, ISBN: 978-84-9949-601-6.

6. Victoria, JS; Gómez, A y Arjona, B (2011): "Uso de las TIC en la comunicación interna de la Universidad de Málaga". Buenas prácticas con TIC para la investigación y la docencia (Coordinadores: Ruiz Palmero, J. y Sánchez Rodríguez, J.). ISBN: 978-84-694-7901-8.

7. Victoria, JS y Arjona, B (2011): "WebTV: Una propuesta de conceptualización y categorización para las televisiones en Internet", Servicios y contenidos en abierto para los ciudadanos: García García, F., Gértrudix Barrio, M. (coords.) y Gértrudix Barrio, F., (ed. li.) Edita: Asociación científica de Investigación de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación, Icono 14. ISBN: 978-84-938070-2-3.

8. Victoria, JS (2011): "La Sociedad Digital que entretiene y divierte" (p. 6), Espacios para la Interactividad y la Inmersión. Volumen I (Dirección: Francisco García García). ISSN: 1697-8293. ISBN: 978-84-939077-5-4.

9. Victoria, JS y Berlanga, I (2011): "Facebook, nuevo ágora en un contexto de posmodernidad", Estrategias de alfabetización mediática, UAB, Barcelona, 11-13 mayo. ISBN: 978-84-938802-0-0.

10. Victoria, JS; Méndiz, A y Arjona B (2011): "La eficacia de la publicidad social en el ámbito de las redes sociales", V Conferencia Internacional de Redes Sociales, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.