



PROFESOR/A	DR./DRA. Gloria Jiménez-Marín
Universidad	Sevilla
Categoría/Nivel contractual	Contratada Dra. (Acreditada TU)
Nº de sexenios de investigación	2
Año concesión último sexenio	2018

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

Título del proyecto: Representación mediática de la imagen corporal no saludable. Desarrollo de una Herramienta de prevención en niños y niñas de 5 a 8 años: "mi cuerpo me gusta"
Referencia: (CSO2014-58220R)
Entidad financiadora: Ministerio de Economía y competitividad
Entidades participantes: UPF, US, URJC, UAB, UOC, UIC, ULoyola, UCA.
Duración: 2015/2018
Investigador principal: Dra. Mònika Jiménez Morales
Número de investigadores participantes: 17
Importe total del proyecto:

Título del proyecto: Comunicación Online de Destinos Turísticos
Referencia: (CSO 2011-22691)
Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia y Educación
Entidades participantes: UPF, UOC, US, UPO
Duración: 2012/2014
Investigador principal: Dr. José Fernández-Cavia
Número de investigadores participantes: 8
Importe total del proyecto:

TESIS DOCTORALES DEFENDIDAS (Periodo 2012-2018)

Título:
Doctorando/a:
Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):
Línea de investigación del PD:
Universidad: Fecha:
Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:
Calificación:

Título:
Doctorando/a:
Codirector/-es (indicar universidad a la que se adscriben):
Línea de investigación del PD:
Universidad: Fecha:

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:
Calificación:

TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS (Periodo 2012-2018)

Título: Community Manager: Identificación, definición y situación en el panorama socio-mediático actual.

Doctorando/a: Carmen Silva Robles

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

Línea de investigación del PD:

Universidad: Universidad de Sevilla

Fecha: Enero de 2016

Proyecto de Investigación del que deriva la Tesis:

Calificación: Sobresaliente Cum Laude por unanimidad

Título:

Doctorando/a:

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

Línea de investigación del PD:

Universidad:

Fecha de inicio:

Título:

Doctorando/a:

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

Línea de investigación del PD:

Universidad:

Fecha de inicio:

PUBLICACIONES CIENTÍFICAS (Periodo 2012-2018)

REVISTAS INDEXADAS CON ÍNDICE DE CALIDAD RELATIVO

- 2018 Jiménez-Marín, G. y Elías Zambrano, R. (2018): "Marketing sensorial: merchandisig a través de las emociones para llegar al consumidor. Análisis de un caso". En *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. 235-253. Universitat Jaume I. ISSN impreso: 2174-0992. ISSN electrónico: 2254-2728. DOI: 10.6035/2174-0992.2018.15.12.
- 2018 Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. y García-Medina, I. (2018): "El modelo de Hulten, Broweus y Van Dijk de marketing sensorial aplicado al retail español. Caso textil". En *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9 (I), año 2018. PP. 401-409. Universidad de Alicante. ISSN: 1989-872X. DOI: <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.25>
- 2017 Jiménez-Marín, G., García-Medina, I. Bellido-Pérez, E. (2017): "La publicidad en el punto de venta: influencia en la imagen corporal infantil". En *RLCS- Revista Latina de Comunicación Social*. Universidad de La Laguna. Nº 73, ISSN: 1138-5820. DOI: 10.4185/RLCS-2017-1202



- 2014 Jiménez-Marín, G.; Pérez, C.; Elías, R. (2014): "Del valor educativo de los medios de comunicación: una aproximación al caso audiovisual". En *Revista Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, n.25, año 2014, segundo trimestre (verano), pp. 22-36. ISSN-e: 1139-1979.
- 2014 Jiménez-Marín, G.; Elías, R.; Silva, C. (2014): "Innovación docente y su aplicación al EEES: Emprendimiento, TIC, y Universidad" En *Revista Historia y Comunicación Social*. Vol 19 (2014), pp. 187-196. Madrid, UCM. ISSN 1137-0734. ISSN-e: 1988-3056. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45125
- 2013 Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2013): "Estrategias publicitaria y promocional de las series televisivas: Breaking Bad en los medios de comunicación". *Questiones Publicitarias*, Nº19, pp. 82-97. ISSN: 1133-6870. Universidad de Sevilla.
- 2013 Jiménez-Marín, G. (2013): "Communication strategies: Audiovisual and creativity advertising applied to the city as a tool for attracting tourists. Case Study". En *Review of Journalism and Mass Communication*, pp. 123-135. ISSN: 2333-5742. El Monte – USA. June, 2013.
- 2013 Jiménez-Marín, G.; Elías Zambrano, R. (2013): "Cine y publicidad. La intertextualidad en las campañas de Volkswagen". En *Arte, individuo y sociedad*. UCM. Vol. 25, Nº1, pp. 153-167. ISSN: 1131-5598. ISSN-e 1988-2408. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ARIS.2013.v25.n1.41170.
- 2013 Díaz Luque, P. y Jiménez-Marín, G. (2013): "La web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos. Análisis y modelos". En *Questiones Publicitarias*. Volumen I. Número 18, Año 2013, pp. 39-55. MAECEI, Universidad de Sevilla. ISSN: 1988-8732.
- 2012 Jiménez-Marín, G.; Elías, R.; Silva, C. (2012): "Creatividad publicitaria y audiovisual a través de la web: proyectos de formación aplicada en el seno de la universidad". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Vol. 18 (2012), pp. 551-558. ISSN-e: 1988-2696. ISSN: 1134-1629. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40934
- 2012 Silva, C.; Jiménez-Marín, G. y Elías, R. (2012): "De la sociedad de la información a la sociedad digital. Web 2.0 y redes sociales en el panorama mediático actual". En *Revista F@ro, Nº15* (2012). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha Valparaíso, Chile. ISSN-e 0718-4018.
- 2012 Pulido, P. y Jiménez-Marín, G. (2012): "Label de calidad e indicaciones geográficas protegidas como estrategia empresarial: El caso Brandy de Jerez desde una perspectiva de las RR.PP.". *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. Vol, 4, pp. 171-198. Universitat Jaume I. ISSN: 2174-0992. ISSN-e: 2254-2728. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.11>.
- 2012 Jiménez-Marín, G.; García Benítez, M.C. (2012): "La intertextualidad en televisión: cine y publicidad." En *Razón y palabra. Primera revista digital en Iberoamérica especializada en Comunicología*. N 79. Mayo-Julio 2012. ISSN: 1605-4806.
- 2012 Silva Robles, C.; Elías Zambrano, R. y Jiménez-Marín, G. (2012): "Creatividad y producción audiovisual en la red: el caso de la serie andaluza *Niña Repelenté*". En *Fonseca Journal of Communication*, Nº 4 (2012), pp.1-22. Universidad de Salamanca. ISSN: 2172-9077.
- 2012 Jiménez-Marín, G. y Elías Zambrano, R. (2012): "Publicidad en 35 películas: el cine como instrumento para la formación en la universidad". En *Aularia, revista digital de Educomunicación*, Vol. 1(2), pp. 163-169. Grupo Comunicar. ISSN: 2253-7937.
- 2012 Jiménez-Marín, G.; Polo, D. y Jódar, J. (2012): "La televisión pública en 2011. TVE sin publicidad". En *Revista Mediterránea de Comunicación*, Año 3 (2012), pp. 14-30. Universidad de Alicante. ISSN: 1989-872X.

REVISTAS NO INDEXADAS O SIN ÍNDICE DE CALIDAD RELATIVO

- 2018 Jiménez-Marín, G. (2018): "Shopping as a selling strategy for tourism: combination of marketing mix tools". En *IROCAMM – International Review Of Communication And Marketing Mix*. Pp. 74-93. Universidad de Sevilla. ISSN: 2605-0447.

LIBROS Y CAPÍTULOS DE LIBRO:

- Jiménez Marín, Gloria (editora) (2017): *La gestión profesional del merchandising*. Barcelona, Ed. UOC. ISBN: 978-84-9116-997-0
- Jiménez Marín, Gloria (2016): *Merchandising & Retail: Comunicación en el punto de venta*. Sevilla, Advook. ISBN: 978-84-942969-3-2.
- Jiménez Marín, Gloria (2012): *Arte y Publicidad. Análisis de campañas publicitarias apoyadas en el uso del arte.*, Ed. EAE. ISBN: 978-3-659-02410-8.
- Jiménez-Marín, G. (2018): "Distribución comercial, retail y marketing mix. Las nuevas variables" en Mut Camacho, M. y Camarero Calandria, E. (coord.): *Nuevos tratamientos informativos y persuasivos*. Madrid, Tecnos. ISBN: 978-84-309-7376-7. Pp. 113-120.
- Elías Zambrano, R.; Jiménez-Marín, G. and Silva Robles, C. (2017): "Media audiovisual communication in the current context of education". En Caldevilla, D. (2017): *Languages and persuasion: new narrative creations*. Florida, The journal of alternative perspectives in the social sciences. PP. 117- 126. ISBN: 978-1-312-18811-2.
- Jiménez-Marín, G; Bellido Pérez, E; García Medina, I. (2017): "Diseño de experiencias en retail: Análisis de caso de comunicación en el punto de venta aplicado a una marca" / *Retail design: Case analysis of communication at the point of sale applied to a brand*. En AA.VV. (2017): *Creative industries*. Colección Mundo digital. ISBN: 978-953-51-5654-3. Pp. 135-143.
- Jiménez-Marín, G; Elías Zambrano, R. y Bellido Pérez, E. (2017): "*The entrepreneurship in communication as an educational-learning method. University teaching and educommunication*". En AA.VV. (2017): *Entrepreneurship*. Rijeka, InTechOpen. ISBN: 978-953-51-3760-3. ISBNe: 978-953-51-3761-0. Pp. 363-376. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.71369>
- Jiménez-Marín, G. (2017): "Prólogo" y "Preface" En Garica-Medina, I. y Tur, V. (2017): *Diálogos bilaterales entre investigadores de la Glasgow Caledonian University (Scotland) y la Universidad de Alicante (España). Estudios interdisciplinarios - Bilateral dialogues between researchers from Glasgow Caledonian University (United Kingdom) and University of Alicante (Spain). Interdisciplinary studies*. Alicante, Mundo Digital. ISBN: 978-84-617-9388-4. Pp. 5-9. DOI: 10.14198/MEDCOM/2017/10_cmd.
- Bellido Pérez, E.; Jiménez Marín, G.; García Medina, I. (2017): "Arte y propaganda en el Barroco sevillano: La construcción de la marca de la Iglesia católica" y "Art and propaganda in the Sevillian Baroque: The construction of the

Catholic Church 's brand" En García-Medina, I. y Tur, V. (2017): *Diálogos bilaterales entre investigadores de la Glasgow Caledonian University (United Kingdom) y la Universidad de Alicante (España). Bilateral dialogues between researchers from Glasgow Caledonian University (United Kingdom) and University of Alicante (Spain). Interdisciplinary studies.* Alicante, Mundo Digital. ISBN: 978-84-617-9388-4. Pp. 59-68.

- Jiménez-Marín, G. (2016): "El cuerpo infantil en venta: publicidad y merchandising para niños en el punto de venta". En Camarero Calandria, E. y Rodríguez Terceño, J. (2016): *Estrategias de comunicación y su evolución en los discursos.* Madrid, McGraw Hill. ISBN: 978-84-48612528. Pp. 377-389.

- Rodrigo Elías Zambrano, R.; Jiménez Marín, G. y Silva Robles, C. (2017): "Meios de comunicação audiovisual no contexto atual da Educação" en Caldevilla Domínguez, D. (2017): *Linguagens e Persuasão: Novas Criações Narrativas.* Ramada, Formalpress –Publicações e Marketing. ISBN: 978-989-729-091-6 pp: 147-158.

- Jiménez Marín, G; Elías Zambrano, R. y Pérez Curiel, C. (2016): "A case of educommunication: communication (policy) through film" en Rodríguez Terceño, J. (2016): *Current audiovisual productions. Journal of alternative perspectives in the social sciences,* Palm Beach – San José – Bangkok. ISBN: 978-1-312-18803-7. Pp. 159-168.

- Elías Zambrano, R. y Jiménez Marín, G. (2016): Capítulo III LA EDAD CONTEMPORÁNEA - YOU PRESS THE BUTTON, WE DO THE REST / KODAK (1888). En Ramírez Alvarado, M. M. y Martínez García, M. A. (2016): *Historia de la comunicación Imago Mundi.* Ed. Tirant Humanidades, Valencia. 978-84-16786-12-1.

- Jiménez Marín, G; Silva Robles, C. y Elías Zambrano, R. (2014): "Docencia universitaria y proyectos de evaluación aplicados. El emprendimiento como modelo de evaluación y aprendizaje". En Rodríguez Terceño, J. (2014): *Nuevas perspectivas modales para la enseñanza superior.* Ed. Vision Libros, Madrid. ISBN: 978-84-15965-94-7. Pp. 77-94.

- Jiménez Marín, G; Silva Robles, C. y Elías Zambrano, R. (2014): "Medios de comunicación audiovisual en el contexto actual de la educación". En Caldevilla Domínguez, D. (2014): *Lenguajes y persuasión. Nuevas creaciones narrativas.* Ed. ACCI, Madrid. ISBN: 978-84-15705-20-8

- Jiménez Marín, G; Elías Zambrano, R. y Pérez Curiel, C. (2014): "Un caso de educomunicación: comunicación (política) a través del cine. en Caldevilla Domínguez, D. (2014): *Producciones audiovisuales actuales.* Ed. ACCI, Madrid. ISBN: 978-8415705-15-4.

- Ramos Serrano, M. y Jiménez Marín, G. (2014): "Blogs y Moda: cuando los usuarios crean las tendencias" en Fernández-Quijada, D. y Ramos Serrano, M.: *Tecnologías de la persuasión. Uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas.* Barcelona, UOC. ISBN: 9788490644713. pp. 131-143.

- Jiménez Marín, G. y Elías Zambrano, Rodrigo (2012): "Caza y captura del espectador: Publicidad y promoción de la serie Juego de Tronos en EE.UU. y España en medios convencionales" en Lozano del Mar, J; Raya, I; y López, F. J.: *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de tronos.* Madrid, Fragua. ISBN: 978-84-7074-568-3 y 978-84-7074-569-0 (e-book).

- Jiménez Marín, G; Silva Robles, C. y Elías Zambrano, R. (2012): "Generación de ideas a través de la web social: educación por y para los estudios en Comunicación" en Caldevilla Domínguez, D. (2012): *Aplicaciones del EEES a partir de la web 2.0 y 3.0.* Ed. Vision Libros, Madrid. ISBN: 978-84-9011-494-0.

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):