

PROFESOR	DR. JUAN REY
Universidad	UNIVERSIDAD DE SEVILLA
Categoría	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
Titulación académica	DOCTOR EN COMUNICACIÓN (SECCIÓN PUBLICIDAD)
Quinquenios de Docencia	5
Sexenios de investigación	2

TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS (Desde 2008 y no más de 6)

Título: La eficacia de la publicidad audiovisual personalizada a través del teléfono móvil

Doctorando/a: José Antonio Muñoz Velázquez

Universidad: Sevilla

Facultad: Comunicación

Departamento: Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura

Fecha: 2009

Título: El videoclip como herramienta comercial del sector fonográfico (Premio Extraordinario de Doctorado)

Doctorando/a: David Selva Ruiz

Universidad: Sevilla

Facultad: Comunicación

Departamento: Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura

Fecha: 2009

Título: Contextualización y conceptualización del tráiler

Doctorando/a: Javier Lozano Delmar

Universidad: Sevilla

Facultad: Comunicación

Departamento: Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura

Fecha: 2012

PUBLICACIONES CIENTÍFICAS

REVISTAS CIENTÍFICAS DE PRESTIGIO INTERNACIONAL (Desde 2010 y no más de 10)

REVISTA: ICONO 14

Autor/es: Juan Rey

Título del artículo: Publicidad de productos alimentación y productos vigoréticos

Revista: Icono 14

ISSN: 1697-8293

Volumen: Extra Páginas: 143-169 Año: 2010 País: España

REVISTA: TRÍPODOS

Autor/es: Juan Rey

Título del artículo: Evolución de la redacción publicitaria en el siglo XX. Estudio de la longitud de la frase y la extensión del cuerpo de texto en la publicidad en castellano

Revista: Trípodos

ISSN: 1138-3305

Volumen: 27 Páginas: 141-158 Año: 2010 País: España



Autor/es: Juan Rey
Título del artículo: Interculturalidad, medios de comunicación y publicidad
Revista: Contexto ISSN: 1888-0924
Volumen: 2 Páginas: 73-84 Año: 2010 País: España

Autor/es: Juan Rey
Título del artículo: La imagen de Marruecos en los carteles turísticos del Protectorado español
Revista: Magriberia ISSN:
Volumen: 5 Páginas: 235-248 Año: 2012 País: Marruecos

Autor/es: Juan Rey
Título del artículo: Revisión crítica de la historia de la retórica desde los postulados de la comunicación
Revista: Ámbitos ISSN: 1139-1979
Volumen: 21 Páginas: 333-360 Año: 2012 País: España

Autor/es: Juan Rey
Título del artículo: Publicidad y cambio alimentario. Estudio de las razones de compra utilizadas en la publicidad de alimentación española
Revista: Doxa Comunicación ISSN: 1696-019X
Volumen: 15 Páginas: 87-102 Año: 2012 País: España

Autor/es: Manuel Garrido Lora, Juan Rey y Marina Ramos Serrano
Título del artículo: Incidencia de la crisis económica en la evolución y desarrollo del eslogan publicitario
Revista: Pensar la Publicidad ISSN: 1887-8598
Volumen: VI-2 Páginas: 35-58 Año: 2012 País: España

Autor/es: Juan Rey y David Selva Ruiz.
Título del artículo: El glamour de la moda y la pasarela
Revista: Revista de Estudios de Juventud ISSN: 0211-4364
Volumen: 96 Páginas: 165-179 Año: 2012 País: España

CAPÍTULOS DE LIBROS (Desde 2010 y no más de 5)

Autor/es: Juan Rey y Manuel Garrido
Título del capítulo: El cuerpo de la televenta o la negación del cuerpo
Título del libro: Todos los cuerpos. El cuerpo en televisión como obsesión hipermoderna.
Editorial: Babel Editores Páginas: 353-371
Lugar de publicación: Argentina Año publicación: 2010
ISBN: 978-987-1520-38-1