

<b>PROFESOR</b>	<b>DR. D. ALFONSO MÉNDIZ-NOGUERO</b>
Universidad	<b>UNIVERSIDAD DE MÁLAGA</b>
Categoría	PROFESOR TIRULAR DE UNIVERSIDAD
Titulación académica	DOCTOR EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Quinquenios de Docencia	4
Sexenios de investigación	1

### PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Título del proyecto: ESTANDARIZACIÓN DE PROTOCOLOS EN LA COMUNICACIÓN DE PROXIMIDAD MEDIANTE BLUETOOTH

Entidad financiadora: Agencia IDEA de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía

Entidades participantes: Empresa Dinacom

Duración: 01/01/2011 A 31/12/2013

Investigador principal: Rafael Zaragoza Pardo

Número de investigadores participantes: 14

Importe total del proyecto: 45.240 euros

Título del proyecto: CALIDAD EN LOS PROTOCOLOS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

Entidad financiadora: Empresa Dinacom

Entidades participantes: Diario Sur, Asociación Cominteractiva (G-93218972) y Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga

Duración: 01/01/2011 A 31/12/2013

Investigador principal: Miguel Delgado de Mira

Número de investigadores participantes: 14

Importe total del proyecto: 6.000 euros

Título del proyecto: DESARROLLO DE UN MODELO DE EFICACIA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA DEL TERCER SECTOR EN LAS REDES SOCIALES

Entidad financiadora: Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (Plan Nacional de I+D+i). Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN)

Entidades participantes: ONG Movimiento por la Paz

Duración: 1/01/2009 a 31/12/2012

Investigador principal: Isidoro Arroyo Almaraz

Número de investigadores participantes: 11

Importe total del proyecto: 15.200 euros



## TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS

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

Doctorando/a: Salve Márquez Sánchez

Universidad: Málaga

Facultad: Ciencias de la Comunicación

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Fecha: 18 de febrero de 2012

Distinción: DOCTORADO CON MENCIÓN INTERNACIONAL

Título: La comunicación organizacional en las PYMES de Andalucía

Doctorando/a: Antonio-Abad Hidalgo Pérez

Universidad: Málaga

Facultad: Ciencias de la Comunicación

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Fecha: 19 de diciembre de 2011

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

Doctorando/a: Ana María Casado Molina

Universidad: Málaga

Facultad: Ciencias de la Comunicación

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Fecha: 29 de junio de 2011

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

Doctorando/a: Ana María Medina Heredia

Universidad: Málaga

Facultad: Ciencias de la Comunicación

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Fecha: 17 de junio de 2011

Título: Publicidad y discurso de la moda: La hibridación entre publicidad e información en los contenidos de las revistas femeninas de alta gama: Glamour, Vogue, Marie Claire, Elle, Cosmopolitan, Telva y Woman

Doctorando/a: Carmen Cristófol Rodríguez

Universidad: Málaga

Facultad: Ciencias de la Comunicación

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Fecha: 14 de diciembre de 2010

Título: Brand placement del sector del automóvil en el cine norteamericano contemporáneo



Doctorando/a: Alicia Martín García  
Universidad: Málaga  
Facultad: Ciencias de la Comunicación  
Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad  
Fecha: 20 de septiembre de 2010

## **PUBLICACIONES CIENTÍFICAS**

### **LIBROS**

Autor/es: MÉNDIZ, A.  
Título del libro: TEORÍA DE LA PUBLICIDAD  
Editorial: PASIÓN POR LOS LIBROS  
Lugar de publicación: VALENCIA  
ISBN: 978-84-15649-75-5  
Páginas: 280  
Año publicación: 2013

Autor/es: MÉNDIZ, A.  
Título del libro: HISTORIA DE LA PUBLICIDAD; FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS Y PERSPECTIVAS DE ANÁLISIS  
Editorial: PASIÓN POR LOS LIBROS  
Lugar de publicación: VALENCIA  
ISBN: 978-84-15649-80-9  
Páginas: 110  
Año publicación: 2013

### **REVISTAS CIENTÍFICAS DE PRESTIGIO INTERNACIONAL**

#### **REVISTA: RAZÓN Y PALABRA**

Autor/es: MÉNDIZ, A.; VICTORIA, J. S.; ARROYO, I.  
Título del artículo: The effectiveness of social advertising on social networks. An online experiment with young users  
Revista: RAZÓN Y PALABRA  
Volumen: Nº 82  
Páginas: 1-20  
Año: 2013  
ISSN: 1605-4806  
País: MEXICO

#### **REVISTA: COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD**

Autor/es: CASADO, A. M.; MENDIZ, A. Y PELAEZ, J. I.  
Título del artículo: The evolution of Dir-Com: from communication manager to reputation strategist  
Revista: COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD  
Volumen: XXVI (1)  
Páginas: 49-68  
Año: 2013  
ISSN: 0214-0039  
País: ESPAÑA

#### **REVISTA: PENSAR LA PUBLICIDAD**

Autor/es: MEDINA, A. M.; MENDIZ, A.  
Título del artículo: La representación de la infancia en la publicidad: panorama por el marco deontológico español  
Revista: PENSAR LA PUBLICIDAD  
ISSN: 1887-8598

Volumen: VI (1)	Páginas: 231-253	Año: 2012	País: ESPAÑA
<b>REVISTA: COMUNICAZIONI SOCIALI</b>			
Autor/es: MENDIZ, A.			
Título del artículo: Il doppio adattamento di 'Amadeus' dalla storia al teatro e dal teatro al cinema			
Revista: COMUNICAZIONI SOCIALI		ISSN: 0392-8667	
Volumen: XXXIII (3)	Páginas: 251-269	Año: 2011	País: ITALIA
<b>REVISTA: COMUNICAR</b>			
Autor/es: MENDIZ, A.; AGUILERA, M. Y BORGES, E.			
Título del artículo: Actitudes de los jóvenes ante la Televisión Móvil			
Revista: COMUNICAR		ISSN: 1134-3478	
Volumen: XVIII (36)	Páginas: 77-85	Año: 2011	País: ESPAÑA
<b>REVISTA: ICONO 14</b>			
Autor/es: MENOR, J.; AGUILERA, M.; BORGES, E.; MARTINEZ, M.A.. Y MENDIZ, A.			
Título del artículo: La televisión móvil. El estado de la cuestión			
Revista: ICONO 14		ISSN: 1697-8293	
Volumen: VIII (3)	Páginas: 265-287	Año: 2010	País: ESPAÑA
<b>REVISTA: ICONO 14</b>			
Autor/es: MENDIZ, A.			
Título del artículo: Advergaming: Concepto, tipología, estrategias y evolución histórica			
Revista: ICONO 14		ISSN: 1697-8293	
Volumen: VIII (1)	Páginas: 37-58	Año: 2010	País: ESPAÑA
<b>CAPÍTULOS DE LIBROS</b>			
Autor/es: VICTORIA, J.S.; MÉNDIZ, A. Y ARJONA, B.			
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 (F. SEGADO, COORD.)			
Editorial: MCGRAW HILL		Páginas: 371-396	
Lugar de publicación: MADRID		Año publicación: 2013	
ISBN: 978-84-941032-5-4			
Autor/es: MÉNDIZ, A. & CASTELLÓ, A.			
Título del capítulo: GREEN E-BRANDING: THE SPANISH EXPERIENCE ( MARINO CAVALLO, PIERGIORGIO DEGLI ESPOSTI & KOSTAS KONSTANTINOU , EDS.)			
Título del libro: HANDBOOK OF GREEN COMMUNICATION AND MARKETING			
Editorial: FRANCO ANGELI		Páginas: 103-122	
Lugar de publicación: MILÁN (ITALIA)		Año publicación: 2012	



ISBN: 978-88-568-4937-0

Autor/es: CASADO, A. M.; PELÁEZ, J. I. Y MÉNDIZ, A.

Título del capítulo: EL CHIEF REUPTATION OFFICER (CRO): UNA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN EL MANAGEMENT CORPORATIVO DEL SIGLO XXI

Título del libro: LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y LA GESTIÓN DE LOS INTANGIBLES EN ESPAÑA Y LATINOAMÉRICA. INFORME ANUAL 2012 (JUSTO VILLAFÁÑE, DIR.)

Editorial: PEARSON EDUCACIÓN

Páginas: 165-194

Lugar de publicación: MADRID

Año publicación: 2012

ISBN: 978-84-1555-209-3

Autor/es: MÉNDIZ, A. & CASTELLÓ, A.

Título del capítulo: E-BRANDING VERDE

Título del libro: LOS DESAFÍOS DE LAS EMPRESAS ANTE LA SOSTENIBILIDAD: DIAGNÓSTICO, REFLEXIONES Y PROPUESTAS (ANNA BAJO Y NURIA VILLAGRA, EDS.),

Editorial: UNIVERSIDAD DE COMILLAS

Páginas: 67-96

Lugar de publicación: MADRID

Año publicación: 2012

ISBN: 978-84-8468-459-6

Autor/es: MÉNDIZ, A.

Título del capítulo: TRES MUJERES: MARGARET MITCHELL, VIVIEN LEIGH Y ESCARLATA O'HARA (LO QUE EL VIENTO SE LLEVÓ: DE LA NOVELA A LA PANTALLA)

Título del libro: MUJERES DE CINE: 360º ALREDEDOR DE LA CÁMARA

Editorial: BIBLIOTECA NUEVA

Páginas: 183-207

Lugar de publicación: MADRID

Año publicación: 2011

ISBN: 978-84-9940-243-7

Autor/es: MÉNDIZ, A.

Título del capítulo: ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL EN LOS NIÑOS: EL ADVERGAMING

Título del libro: E-BRANDING VERDE (V. ROS, COORD..)

Editorial: DYKINSON

Páginas: 87-110

Lugar de publicación: MADRID

Año publicación: 2010

ISBN: 978-84-9849-914-8