

6.- PERSONAL ACADÉMICO

6.1.- PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS Y DISPONIBLES PARA LLEVAR A CABO EL PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO

Todo el profesorado de la Universidad de Málaga está compuesto por doctores con dedicación permanente y vinculación permanente (catedráticos de universidad, titulares de universidad, contratados doctores). La mayoría del profesorado pertenece al Departamento de esta Universidad más estrechamente vinculado con las enseñanzas de este Máster (el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad),

La plantilla de profesores/as de la Universidad de Cádiz está conformada por doctores pertenecientes, en su mayoría, al Departamento de Marketing y Comunicación, contándose también con profesorado doctor de la Universidad de Málaga fundamentalmente.

6.1.1.- PERSONAL ACADÉMICO DISPONIBLE

La experiencia profesional de la plantilla queda avalada por el hecho de que se trata de las mismas personas que vienen cumpliendo estas labores hasta el momento. Su adecuación queda garantizada por el proceso de selección del personal, que se ajusta estrictamente a la normativa general aplicable a los empleados públicos. Asimismo, para fomentar la igualdad de oportunidades, la Universidad aplica el RD2271/2004, que regula el acceso al empleo público y la provisión de puestos de trabajo de las personas con discapacidad, sin perjuicio de la igualdad de condiciones de acceso que debe imperar entre los candidatos a la cobertura de puestos de empleo público.

Por otra parte, la Universidad se preocupa por mantener actualizados los conocimientos de su plantilla para lo que, desde el Servicio de Formación, se organizan cursos de adecuación y actualización.

Actualmente la Universidad dispone de los recursos humanos necesarios para impartir esta titulación, ya que cuenta con la plantilla especificada en este apartado. En el caso de que en un futuro la demanda fuera superior a lo previsto inicialmente, la Universidad estudiará la posibilidad de ampliar la plantilla docente para atender a ese incremento de la demanda.

La adecuación de la plantilla viene avalada por la experiencia acumulada, que en el caso de los docentes se concreta en los sexenios y quinquenios especificados en el apartado 6.1.1. Por otra parte, tanto el personal docente como el de administración y servicios, ha sido seleccionado conforme a la normativa vigente y con plena garantía de su adecuación a los perfiles exigidos para cada plaza.

La contratación del profesorado se realiza por los medios establecidos legalmente. Desde la Universidad, y en concreto desde el Vicerrectorado de Profesorado, Titulaciones, Ordenación Académica, Coordinación y Campus, se recomienda que las Comisiones de Valoración se constituyan y resuelvan respetando los principios generales recogidos en el artículo 3.5 del Real Decreto 1393/2007 (derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, según Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, Derechos Humanos y principios de accesibilidad universal, valores propios de una cultura de paz y valores democráticos), todo ello sin alterar los principios constitucionales de mérito y capacidad.

Asimismo, se adjuntará una previsión de calendario de incorporación del personal necesario no disponible, especificando su perfil global de forma similar a como se ha descrito el personal disponible.

Al ser un título Conjunto en los acuerdos se especificará la incorporación de profesorado de la Universidad de Málaga y de la Universidad de Cádiz.

Profesorado disponible:

Categoría Académica	Total %	Doctores %	Horas %
- Catedráticos de Universidad	14,81	100	15%

- Catedráticos de Escuela Universitaria			
- Profesores Titulares de Universidad	37,03	100	42%
- Profesores Titulares de Escuela Universitaria			
- Profesores Contratado Doctor	14,81%	100	19%
- Otros	33,35%	70	24%
Tipo de vinculación	Profesores con vinculación permanente (81,48 %). Profesores con vinculación temporal (18,51 %).		

Universidad de Málaga

Experiencia docente

De 5 a 10 años		De 10 a 15 años		De 15 a 20 años		De 20 a 25 años		De 25 a 30 años		De 30 a 35 años	
Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%
		4	23,5	7	41,1	2	11,7	1	5,8	3	17,6

Experiencia investigadora

1 sexenio		2 sexenio		3 sexenio		4 sexenio		5 sexenio		6 sexenio	
Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%
4	23,5	5	29,4	1	5,8			1	5,8	1	5,8

Universidad de Cádiz

Experiencia docente

De 5 a 10 años		De 10 a 15 años		De 15 a 20 años		De 20 a 25 años		De 25 a 30 años		De 30 a 35 años	
Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%
		4	40	2	20	2	20	1	10	1	10

Experiencia investigadora

1 sexenio		2 sexenio		3 sexenio		4 sexenio		5 sexenio		6 sexenio	
Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%	Nº Prof.	%
		3	30	1	10						

Publicaciones:

El personal docente que impartirá la docencia en las diferentes materias posee publicaciones en revistas y libros de editoriales prestigiosas.

El profesorado que impartirá docencia en el Máster son los siguientes: Bernardo Díaz Nosty, Miguel

de Aguilera, Alfonso Méndiz, Carlos de las Heras, Marcial García, Antonio Castillo, Ana Almansa, Inmaculada Postigo, Elena Becerra, Ana Jorge Alonso, Alfonso Cortés, Rocío Chamizo, Mercedes Cancelo.

PUBLICACIONES RELEVANTES:

Becerra-Muñoz, E. y Domínguez, B. (2014): Museos, comunicación y jóvenes: la comunicación y sus efectos en la población de referencia del museo. *Historia y Comunicación social*. ISSN: 1137-0734.

Becerra-Muñoz, E. y Domínguez, B (2013): El museo como configurador de la identidad colectiva: Estudio local de la relación entre los jóvenes y los museos de su ciudad. En Caldevilla (coord): *Parámetros actuales de evaluación para la comunicación persuasiva*, (pp. 49-62). Madrid: Visión libros.

Becerra-Muñoz, E. (2012): *Comunicación y gestión de la imagen en el sector sanitario. Estudio de los procesos, revisión de políticas y propuesta de comunicación*. Alemania, Editorial Académica Española. ISBN: 978-3-8473-5043-9.

Becerra-Muñoz, E (2012): El hospital: pequeña gran urbe dentro de la ciudad. En García (coord.) *Actas científicas Revista ICONO 14*. ISBN: 978-84-939077-6-1.

Becerra-Muñoz, E. (2010): El escaparate online de la empresa: un nuevo espacio para la comunicación corporativa”, en *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías Icono 14*, Vol. 8, nº15, 207-219. ISSN: 1697-8293.

Cortés González, A y Marcial García López (eds.) (2012): Comunicación y cultura de paz · Colección Eirene · Universidad de Granada · Clave: Libro · ISBN: 978-84-338-5410-0

Cortés González, A (2012): Título: “La comunicación es una herramienta estratégica en la construcción de Cultura de Paz” en Alfonso cortés González y Marcial García López (eds.): *Comunicación y cultura de paz* · Colección Eirene · Universidad de Granada · Clave: capítulo de libro · ISBN: 978-84-338-5410-0

Cortés González, A · Título: “La publicidad social y su contribución a los intereses empresariales” en GARCÍA LÓPEZ, M., LÓPEZ, M. Y RUÍZ M.J. (2011): *Medios de comunicación y cultura: ¿cultura a medias?* , Los libros de la Frontera, Barcelona. ISBN: 978-84-8255-0-093-0

Cortés González, A (2014) · Título: “Ideología en los contenidos mediáticos: Estudio sobre las series televisivas en España desde la perspectiva de la Cultura de Paz” en Miguel Hernández Communication Journal, nº4 · España. ISSN 1989-8681

Cortés González, A (2011) · Título: “Publicidad institucional en España. Una década en perspectiva” en *Razón y Palabra*, nº 75 · México. ISSN: 1605-4806

Cortés González, A (2009) · Título: “El conflicto del islote Perejil en la prensa española a través de información fotográfica”, en *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, nº15. Clave: Artículo de revista · ISSN papel: 1134-1629, ISSN electrónico: 1988-2696

Chamizo Sánchez, R. y Fernández Torres, M.J. (2013). Nuevos métodos de intervención en el aula y en el espacio virtual: glosario y juego de rol. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18. Número especial de diciembre. Págs. 753-764

Chamizo Sánchez, R. y Fernández Torres, M.J. (2013). Del aula al espacio virtual. Nuevas formas para el aprendizaje cooperativo. En Díaz Cuesta, J. (coord.), *Estrategias innovadoras para la docencia dialógica y virtual*. Madrid: Visión Libros.

Cancelo San Martín, M, Gadea Aldave, G. (2013). Empoderamiento de las redes sociales en las crisis institucionales. Publicado en la Revista Vivat, volumen XV, España, ISSN:1575-2844.

Cancelo San Martín, M. Gadea Aldave, G. (2013). Las nuevas tecnologías como instrumentos de legitimación de la imagen institucional. El programa de transparencia focalizada de la Procuraduría General de Justicia del estado de Tamaulipas en México. Publicado en la Revista Internacional de relaciones Públicas, Volumen 3, ISSN: 2174-3681

Cancelo San Martín, M. (2010). *Análisis del comportamiento comunicativo de los entes institucionales en situaciones de crisis sanitarias. Estudio de los casos de México y Argentina*. Publicado en Razón y Palabra, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, nº 71, México. ISSN: 1605-4806. Revista electrónica

Cancelo San Martín, M. (2014). *Fundamentos de Comunicación Institucional*. Málaga: ECSSIC. I.S.B.N: 84-615-5721-2.

Cancelo San Martín, M., Gómez de la Fuente, M. y González Duran, G. (2013). Estrategias de comunicación en instituciones públicas. El caso de Procuraduría de Justicia del Estado de Tamaulipas, Málaga: ECSSIC. I.S.B.N: 978-84-616-5749-0

Almansa Martínez, Ana (2011): La visión multidisciplinar de luhmann sobre los mass media, *Razón y Palabra*, 75, Itesm, México

Almansa Martínez, Ana y Fernández, María Jesús (2012): Estudio sobre la comunicación digital de las

- organizaciones sociales en España, Vivat Academia, 117E, 37-60, Universidad Complutense De Madrid, Madrid
- Almansa Martínez, Ana, Godoy, Francisco (2012). El community manager en las principales empresas de España: una aproximación a su formación y su situación laboral, *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 18, 57-65, Universidad Complutense De Madrid, Madrid
- Almansa Martínez, Ana, Fonseca, Óscar, Castillo, Antonio (2013): Redes sociales y jóvenes. Uso de facebook en la juventud colombiana y española, *COMUNICAR*, 40, 127-135, GRUPO COMUNICAR, Huelva
- Castillo-Esparcia, Antonio (2011): *Lobby y Comunicación*, Ed. Comunicación Social, Sevilla
- Castillo-Esparcia, Antonio y Ruiz, Mora (2010): "Social Responsibility in Spain: analysis of the major financial institutions", in Papanikos, G.: *International Essays on Small and Medium Sized Enterprises*, Athens Institute For Education and Research, Athens.
- Castillo-Esparcia, Antonio (2010): "Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España", en *Revista Comunicación y Sociedad*, Vol. XXIII, nº2, diciembre: 289-327.
- Castillo-Esparcia, Antonio (2010): "Think Tanks and Political Communication", en Oglesby, Rodney, Leblanc, H. Paul y Adams, Marjorie: *Business Research Yearbook*, Ed. International Academy of Business Disciplines, Maryland (USA): 285-292.
- Castillo-Esparcia, Antonio (2010) "Relaciones entre públicos y organizaciones en la sociedad digitalizada. Estudio de la implantación en las organizaciones", en Ramos, Marina; Garrido, Manuel y Rodríguez, Juan Carlos: *Publicidad y Comunicación Corporativa en la era Digital*, Ed. Pirámide, Madrid: 93-114.
- Castillo-Esparcia, Antonio (2009): "Um Panorama das Relações Públicas no Contexto Europeu", Krohling, M. *Relações Públicas e Comunicação Organizacional*, Difusao Editorial, Sao Paulo (Brasil): 165-181.
- Castillo-Esparcia, Antonio (2009) *Relaciones públicas. Teoría e historia*, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- García López, Marcial (coord.); García Galindo, Juan Antonio (coord.); Huerta Floriano, Miguel A.(coord.)v (2014): *El Papel de la universidad en los procesos de comunicación y cooperación para el desarrollo social y humano*, Ed. Fragua, Madrid
- García López, Marcial (2013): "Repensar la comunicación para la Paz y la solidaridad desde lo participativo. Claves y propuestas", *Revista Razón y palabra*, México
- De las Heras Pedrosa, C.; Nuño Ramírez, L. (2012). Analysis and design of a comprehensive quality management of international quality as proposed for convention bureaux in Mexico. *Tourism & Management Studies*. 1, pp. 156 - 169.
- De las Heras Pedrosa, C; Jambrino Maldonado, C. (2012). Building a model of "Corporate reputation observatory" for a tourist destination. *Tourism & Management Studies*. 1, pp. 66 - 76.
- Inmaculada Postigo Gómez, I (2007): Las comunidades virtuales: cómo crear espacios de Interacción social definidos por objetivos, en *Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura*, Edipo, España: 128-138
- Inmaculada Postigo Gómez, I, Martín Luís Chamizo Montero (2008): Música y semiótica: la producción de sentido en el texto musical en De Aguilera, M: *Comunicación y Música. Lenguaje y medios*, UOC-Press, Barcelona: 95-119
- Inmaculada Postigo Gómez, I (2011): Retórica y Publicidad. Hacia un análisis de las estrategias discursivas, en libro *Pragmática. Comunicação Publicitaira e Marketing*, LabCom, Portugal: 121-149
- Inmaculada Postigo Gómez, I; Ana Jorge Alonso (2013): La cooperación universitaria. Comunicación para el cambio social con perspectiva de género en Bolivia y Guatemala en el libro *El papel de la Universidad en los procesos de comunicación y cooperación al desarrollo social y humano*, Fragua, Madrid: 29-44
- Benítez Eyzaguirre, Lucía (Dir). *Revista redes.com. nº 9 Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*. 9, pp. 1 - 469. Sevilla, 2014.. ISSN 1135-8793
- Benítez Eyzaguirre, Lucía. *La recepción transnacional de la televisión en los proyectos migratorios. Un estudio de campo* en. pp. 1 - 447. Sevilla RTVA, 2013. ISBN 978-84-9050-228-0
- Lucía (Coord.) Benítez Eyzaguirre. *Comunicación y migración, ejes de desarrollo en el Estrecho*. pp. 1 - 204. Cádiz. Edita Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz y Fondos Feder Unión Europea, 2011. ISBN 978-84-694-8735-8
- Benítez Eyzaguirre, Lucía. *Mujeres africanas migrantes. Literatura, género, migración*. 2, pp. 1 - 167. Temuco.(Chile): Universidad de la Frontera., 2010.: ISBN 978-956-236-212-2
- Benítez Eyzaguirre, Lucía. *La dimensión transnacional de la ciudadanía digital*. En Sierra Caballero, Francisco (Coordinador): *Ciudadanía, tecnología y cultura Nodos conceptuales para pensar la nueva*

- mediación digital. pp. 79 - 119. Barcelona. Gedisa, 2013. ISBN 978-84-9784-738-4
- Benítez Eyzaguirre, Lucía. Representación audiovisual y red discursiva sobre las migraciones en el Estrecho de Gibraltar. En Granados Martínez, Antolín: Las representaciones de las migraciones en los medios de comunicación. Primera parte. pp. 99 - 114. Madrid. Trotta., 2013. ISBN 978-84-9879-361-1
- Lucía Benítez Eyzaguirre. Audiovisual y móviles en las revueltas sociales de Marruecos. ZER: Revista de Estudios de la Comunicación. 18 - 35, pp. 145 - 169. (España): Universidad del País Vasco, 2013. 542>. ISSN 1989-631X
- Comunicación y movilidad para el desarrollo y la democracia. Communication Papers. 2 - 3, pp. 38 - 50. Universidad de Gerona, 2013. ISSN 2014-6752
- Benítez Eyzaguirre, Lucía. Desencuentros, mutación de sentido y migraciones mentales en la comunicación TIC. Revista redes.com. 7, pp. 219 - 231. Sevilla Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo y Universidad de Sevilla, 2013. ISSN 1135-8793
- Marí, V., Participatory communication for development in practice: the case of community media (2013), *Development in Practice*, nº 23 (4),
- Marí, V., Building knowledge from the margins: Information, Knowledge and Social Movements (2012), *Journal Transinformação* (Campinas, Brasil)
- Marí, V., Reflexión crítica sobre los indicadores utilizados para la medición de los usos sociales de Internet (2012), en *Enl@ce: revista venezolana de información, Tecnología y Conocimiento*, vol. 9, nº 1, pp. 61-71 (revista incluida en Latindex, Scielo, CLASE).
- Marí, V., Conectados, endeudados, indignados: un análisis comunicacional del movimiento 15-M (2012), Foro Ignacio Ellacuría. Murcia. ISBN: 978-84-615-9990-5.
- Marí, V., Generación Net, Generación Debt: apuntes para un análisis provisional del movimiento de los indignados (2011), en *revista Crítica*, nº 61, pp. 70-74.
- Marí, V., Comunicar para transformar, transformar para comunicar. TIC desde una perspectiva de cambio social. (2011) Editorial Popular. Madrid. ISBN: 978-84-7884-493-7.
- Perujo, F., El flamenco, un modelo de comunicación institucional (2006). Biental de Flamenco de Málaga
- Perujo, F., La presencia del flamenco en los medios de comunicación de Granada (2006). Colección *Lo del Molino*. Diputación de Granada.
- Perujo, F., El flamenco marca la diferencia cultural de España (2013). Artículo publicado en "Retos acción exterior: Diplomacia Pública y Marca España". Colección Escuela Diplomática. Gobierno Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación.
- SELVA RUIZ, David & CARO CASTAÑO, Lucía (2012): "Videoclip musical y convergencia digital en los Chrome Experiments", en LEÓN, Bienvenido (coord.): *La televisión frente al reto de internet*. Sevilla, Comunicación Social, pp. 344-353.
- SELVA RUIZ, David (2009): "Rambo y Vietnam, o cómo la propaganda reaganista reescribe la historia", en FELIÚ, Emilio (coord.): *La comunicación: memoria, historia y modelos*. Madrid, Edipo, pp. 229-235.
- SELVA RUIZ, David (2012): "La visualización de la música en el videoclip", en *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, n. 21, pp. 101-115.
- REY, Juan & SELVA RUIZ, David (2012): "El glamour de la moda y la pasarela", en *Revista de Estudios de Juventud*, n. 96, pp. 165-179.
- SELVA RUIZ, David (2012): "La difusión del videoclip a través de internet: nuevos fenómenos en el entorno online", en *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, n. 90, pp. 0-0.
- SELVA RUIZ, David (2011): "Las compañías fonográficas como anunciantes en la producción del videoclip", en *Questiones Publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad*, n. 16, pp. 125-139.
- SELVA RUIZ, David & CARO CASTAÑO, Lucía (2011): "Estrategias de convergencia y desintermediación en la difusión del videoclip mediante autocomunicación de masas", en *Trípodos*, n. EXTRA 2011, pp. 155-163.
- SELVA RUIZ, David (2009): "El videojuego como herramienta publicitaria: una aproximación al concepto de *advergaming*", en *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, n. 7, pp. 141-166.

Otros:

--

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN:

- PROYECTO I+D: “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” (Ministerio de Ciencia e Innovación, código CSO2012-34066).
- PROYECTO I+D+I: “Ecologías del aprendizaje en contextos múltiples: análisis de proyectos de educación expandida y conformación de ciudadanía” (Ministerio de Economía y Competitividad, convocatoria 2014)
- “Observatorio del tratamiento informativo contra la violencia de género” (Junta de Andalucía. Proyectos de Excelencia. Convocatoria 2011).
- Sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de comunicación. Mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos. CSO2013-47933-C4-3-P .
- La Comunicación del Patrimonio Cultural de los Museos, Ministerio de Ciencia e Innovación, 2012-2014
- La Competencia Audiovisual De La Ciudadanía Andaluza: Estrategias De Alfabetización Mediática En La Sociedad Del Ocio Digital, Consejería De Innovación, Ciencia Y Empresa De La Junta De Andalucía. Convocatoria 2010 De Incentivos A Proyectos De Investigación De Excelencia En Equipos De Investigación, 2011-2013
- 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
- La influencia de los think tanks en el discurso hegemónico de la prensa sobre la crisis económica. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (MINECO). ECO2012-34490; (2013 - 2016).
- **Título del Proyecto:** *Fomento de la Creatividad y las Vocaciones científicas. Actividad: científica:* “Talleres de Ciencia con talento creativo- Mentorac” (Modalidad 2.1). *Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología FECYT, (FCT 13-6784) Ministerio de Economía y Competitividad. Convocatoria 2013.*
- **Título del Proyecto:** *Sinergia docente: Modelo de aprendizaje basado en el intercambio de contenidos de alumnos de distintos grados.*
- *Proyecto del Innovación Educativa (PIE 13-169). Universidad de Málaga. Convocatoria 2013-15.*
- Proyecto de investigación de I+D+i: La radio y la televisión local en Andalucía: situación actual e incidencia social. Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional de I+D+i Referencia del proyecto: CSO2011-29195

6.1.2.- PERSONAL ACADÉMICO NECESARIO (no disponible)

La Universidad de Málaga y la Universidad de Cádiz cuentan con el profesorado cualificado necesario para impartir la enseñanza propuesta.