

6.1 Personal académico disponible

En la siguiente tabla en la que se especifica del total de profesores sus categorías, su nivel de formación universitaria y los porcentajes aproximados de docencia por tipos de profesores:

	% en el total de profesores	% en la categoría que son doctores	% de horas impartidas
Catedráticos	2	100	7,5
Titulares/Agregados	10	100	32,5
Contratados Doctores/Adjuntos	3	100	10
Asociados	15	20	50

A continuación se incluye los doctores de la Facultad de Comunicación sobre los que descansa la mayoría de la docencia del máster con sus líneas de investigación y algunas publicaciones recientes.

Relación de Doctores de la Facultad de Comunicación con más experiencia de docencia en el Máster Universitario en Gestión de Empresas de Comunicación (MGEC)

Doctores: apellidos y nombre	Departamento	Categoría
Arrese Reca, Ángel	Empresa Informativa	Titular
Medina Laverón, Mercedes	Empresa Informativa	Titular
Nieto Tamargo, Alfonso	Empresa Informativa	Catedrático
Orihuela Colliva, José Luis	Cultura y Comunicación Audiovisual	Agregado
Portilla Manjón, Idoia	Empresa Informativa	Contratada Doctora
Sánchez-Tabernero Sánchez, Alfonso	Empresa Informativa	Catedrático
Pardo Fernández, Alejandro	Comunicación y Cultura Audiovisual	Titular
Pérez Latre, Fco. Javier	Empresa Informativa	Titular
Salaverría Aliaga, Ramón	Proyectos Periodísticos	Titular
Artero Muñoz, Juan Pablo	Empresa Informativa	Contratado Doctor
Sádaba Chalezquer, Charo	Empresa Informativa	Adjunta
Mateo Dueñas, Ricardo	Empresa	Titular

PROFESOR: ARRESE RECA, ÁNGEL

Líneas de Investigación en las que trabaja

- Prensa y periodismo económico
- Economía y gestión de medios de comunicación: análisis de mercados especializados
- Marketing de contenidos informativos

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

AUTORES (p.o. de firma): A. Arrese

TITULO: Prensa económica. De la Lloyd's list al wsj.com

REF. REVISTA/LIBRO: Eunsa, Pamplona, 2002

CLAVE: L

AUTORES (p.o. de firma): A. Albarran y A. Arrese (eds.)

TITULO: Time and Media Markets

REF. REVISTA/LIBRO: Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 2003

CLAVE: L (E)

AUTORES (p.o. de firma): A. Arrese y M. Medina

TITULO: Competition between New and Old Media in Economic and Financial News Markets

REF. REVISTA/LIBRO: Picard, R. (ed.), Media Firms: Structures, Operations and Performance, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 2002, págs. 59-75

CLAVE: CL

AUTORES (p.o. de firma): A. Arrese

TITULO: Información económica y de negocios

REF. REVISTA/LIBRO: Fernández del Moral, Javier (ed.), Periodismo especializado, Ariel, Barcelona, 2004, pp. 285-315.

CLAVE: CL

AUTORES (p.o. de firma): A. Arrese

TITULO: Economía y medios de comunicación en la década de los setenta

REF. REVISTA/LIBRO: Revista Comunicación y Sociedad, Vol. XIII, N° 2, 2000,

págs. 9-51..

CLAVE : A

Proyecto subvencionado

TITULO DEL PROYECTO: La difusión de ideas económicas a través de la prensa: la interrelación entre fuentes, medios de comunicación y públicos

ENTIDAD FINANCIADORA: PIUNA (Universidad de Navarra)

DURACIÓN: DESDE:2004 HASTA: 2007

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Prof. Dr. D. Ángel Arrese

Ponencia invitada

AUTORES: A. Arrese

TITULO: Not all media are equal: Corporate Governance and News Governance in Economic and Financial Media

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia invitada

CONGRESO: Conference on Corporate Governance of Media Companies

PUBLICACIÓN: (Próxima publicación. Picard, R. (ed.). Corporate Governance of Media Companies, Lawrence Erlbaum, 2005).

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School, Stockholm (Suecia)

AÑO: 2004

Contrato con empresas o instituciones

TITULO DEL CONTRATO: Análisis del mercado de las Telecomunicaciones por Cable en Navarra

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: Telefónica S.A.

DURACIÓN DESDE:1998 HASTA: 2000

INVESTIGADOR RESPONSABLE: Prof. Dr. D^a Mercedes Medina Laverón

PROFESOR: MEDINA LAVERÓN, MERCEDES

Líneas de Investigación en las que trabaja

- Análisis del mercado audiovisual en Europa y América.
- Valores de calidad en televisión.
- Dirección de empresas de televisión.

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

TÍTULO: "Time Management and CNN Strategies (1980-2000)"

AUTORES: Mercedes Medina Laverón

LIBRO (CL): ALBARRAN, Alan y ARRESE, Angel (ed.), Time and Media Management, pp. 81-94.

EDITORIAL: Erlbaum, New Jersey

AÑO: 2003

TÍTULO: "Audiencias y programas de televisión. Alternativas a la audimetría"

AUTORES: Mercedes Medina Laverón

LIBRO (CL): ARRESE, Angel (ed.), Empresa Informativa y Mercados de la Información: Estudios en honor del prof. Alfonso Nieto Tamargo, pp. 227-258.

EDITORIAL: EUNSA, Pamplona

AÑO: 2003

TÍTULO: Quality: Competition between New and Old Media in Economic and Financial News Markets

AUTORES: Medina, Mercedes y Angel Arrese

LIBRO (CL): PICARD, Robert (ed.), Media Firms: Structures, Operations, Performance, pp. 59-76

EDITORIAL: Erlbaum, New Jersey

AÑO: 2002

TÍTULO: "New forms of Globalization: expansion of Spanish Communication Groups in Latin America"

AUTORES: Mercedes Medina Laverón

LIBRO (CL): DEMERS, David (ed.) (2004), Terrorism, Globalization and Mass

Communication: Papers Presented at the 2002 Center for Global Media Studies Conference, pp.131-139

EDITORIAL: Spokane, WA: Marquette Books Año 2004

TÍTULO: "Ética en televisión: compromiso por la calidad"

AUTORES: Mercedes Medina Laverón

LIBRO (CL): *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la Comunicación*. CODINA, Mónica, (ed.), pp. 89-100.

EDITORIAL: EUNSA. Pamplona Año: 2001

Proyecto subvencionado

TÍTULO DEL PROYECTO: Valores empresariales y temáticos en las series familiares de televisión en España

ENTIDAD FINANCIADORA: PIUNA (Plan de investigación de la Universidad de Navarra

DURACIÓN DESDE: 2004 *HASTA*: 2007

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Mercedes Medina Laverón

Ponencia invitada

AUTORES: Mercedes Medina Laverón

TÍTULO: New Forms of Globalization. Expansion of the Spanish Media Market

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia

CONGRESO: The Future and Implications of Global Mass Media, organizado por el Center for Global Media Studies, Edward R. Murrow School of Communication, Spokane

LUGAR CELEBRACIÓN: Washington (USA), 12-13 julio, 2003

Contrato con empresas o instituciones

TÍTULO DEL CONTRATO: Análisis del mercado de las Telecomunicaciones por Cable en Navarra

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: Telefónica S.A.

DURACIÓN DESDE:1998 *HASTA*: 2000

INVESTIGADOR RESPONSABLE: Prof. Dr. D^a Mercedes Medina Laverón

PROFESOR: NIETO TAMARGO, ALFONSO

Líneas de Investigación en las que trabaja

- Fundamentos de la comunicación institucional
- Teoría de la empresa informativa

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

AUTOR: Alfonso Nieto

TITULO: Time and the Information Market: The Case of Spain

EDITORIAL: Media Markets Monographs, Eunsa, 2000

*CLAVE:*L

AUTORES: Alfonso Nieto; Francisco Iglesias

TITULO: La Empresa Informativa", 2ª edición revisada.

EDITORIAL: Ariel, Barcelona, 2000.

*CLAVE:*L:

AUTOR: Alfonso Nieto

TITULO: Economia della comunicazione istituzionale.

EDITORIAL: Pontificia Universitas, Roma 2003.

*CLAVE:*L

AUTOR: Alfonso Nieto

TITULO: Mercado de tiempo

LIBRO: Estudios de Empresa Informativa. Homenaje al Profesor José Tallón.

Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 2000, pp. 471-502.

*CLAVE:*CL

AUTOR: Alfonso Nieto

TITULO: *Economía de la apariencia y mercado de la información.*

REVISTA: *Revista Comunicación y Sociedad, Pamplona, Vol. XIV, Diciembre 2001, pp. 117- 142.*

CLAVE: A

Proyecto subvencionado

TITULO DEL PROYECTO: *Estructura y características del mercado de información económica en la Unión Europea*

ENTIDAD FINANCIADORA:PIUNA (Universidad de Navarra)

DURACION DESDE:1998 HASTA:2001

INVESTIGADOR PRINCIPAL: *Prof. Dr. D. Alfonso Nieto Tamargo*

Ponencia invitada

AUTORES: *Nieto, Alfonso*

TITULO: *Media Markets as Time Markets: The Case of Spain*

TIPO DE PARTICIPACIÓN: *Conferencia inaugural*

CONGRESO: *2000 World Media Economics Conference*

LUGAR DE CELEBRACIÓN: *Pamplona (España)*

AÑO: *2000*

Contrato con empresas o instituciones

TITULO DEL CONTRATO:

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA:

DURACIÓN Desde: hasta:

INVESTIGADOR RESPONSABLE:

PROFESOR: ORIHUELA COLLIVA, JOSÉ LUIS

Líneas de Investigación en las que trabaja

- Impacto social de las nuevas tecnologías (sociedad/cultura/educación/comunicación)
- Nuevos modos y nuevos medios de comunicación (ficción interactiva/información interactiva/educación interactiva)

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

Autores (p.o. de firma): J.L. Orihuela

Título: Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 Principles of the New Media Scenario

Clave: CL Volumen: BlogTalks Páginas, inicial: 255 final: 265 Fecha: 2004

Editorial (si libro): Zentrum für Wissenschaftliche Forschung und Dienstleistung, Viena

Autores (p.o. de firma): J.L. Orihuela y M.L. Santos

Título: Guía para el Diseño y Evaluación de Proyectos de Comunicación Digital

Clave: CL Volumen: Comunicar para crear valor Páginas, inicial: 397 final: 416 Fecha: 2004

Editorial (si libro): Eunsa, Pamplona

Autores (p.o. de firma): J.L. Orihuela

Título: eCommunication: the 10 paradigms of media in the digital age

Clave: CL Volumen: Towards New Media Paradigms Páginas, inicial: 129 final: 135 Fecha: 2004

Editorial (si libro): Eunate, Pamplona

Autores (p.o. de firma): J.L. Orihuela y M.L. Santos

Título: Introducción al Diseño Digital

Clave: L Volumen: Páginas, inicial: final: Fecha: 1999

Editorial (si libro): Anaya multimedia, Madrid

Autores (p.o. de firma): J.L. Orihuela

Título: Innovación tecnológica

Clave: CL Volumen: El futuro de la televisión en España
Páginas, inicial: 53 final: 66 Fecha: 1999

Editorial (si libro): Facultad de Comunicación-Arthur Andersen, Madrid

Proyecto subvencionado

TÍTULO: The impact of the Internet on the mass media in Europe

ENTIDAD FINANCIADORA: COST - European Cooperation in the field of Scientific and Technical Research

DURACIÓN DESDE: 2001 HASTA: 2006

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Ramón Salaverría Aliaga y Charo Sádaba Chalezquer

Ponencia invitada

TÍTULO: Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 Principles of the New Media Scenario

AUTORES: José Luis Orihuela Colliva

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Conferencia Plenaria

CONGRESO: BlogTalk: A European Weblog Conference

LUGAR DE CELEBRACION: Viena AÑO: 2003

Contrato con empresas o instituciones

TÍTULO:

ENTIDAD FINANCIADORA:

DURACIÓN DESDE: HASTA:

INVESTIGADOR PRINCIPAL:

PROFESOR: PORTILLA MANJÓN, IDOIA

Líneas de Investigación en las que trabaja

- Efecto de internet en la audiencia de otros medios de comunicación y el uso que se hace de ellos.
- Uso de los medios de comunicación en el hogar, con especial atención sobre los niños y adolescentes y las nuevas tecnologías.
- Medición de audiencias (especialmente de televisión e internet): sistemas utilizados, problemática de la investigación de audiencias y uso de las nuevas tecnologías para tal medición.

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

TITULO: Estadística Descriptiva para Comunicadores. Aplicaciones a la Publicidad y las Relaciones Públicas.

AUTORES: Idoia Portilla

EDITORIAL: EUNSA, Pamplona.

AÑO: 2004.

TITULO: "Internet and audiences: Are we building correctly the new advertising medium?".

AUTORES: Charo Sádaba, Idoia Portilla y Javier Díaz-Noci

LIBRO: Towards New Media Paradigms. Content, producers, organisations and audiences. II COST A20 International Conference Proceedings. Ramón Salaverría y Charo Sádaba (Editores). Ediciones Eunat. Pamplona, 2004, pp. 701 a 722.

TITULO: "La lucha por el tiempo: el efecto de internet en la dedicación de la audiencia a otros medios".

AUTORES: Idoia Portilla

LIBRO: Empresa Informativa y Mercados de la Comunicación. Estudios en Honor del Prof. Alfonso Nieto Tamargo, Angel Arrese (coordinador). EUNSA, Pamplona, 2003, pp. 275 a 304.

TITULO: Impacto de las Tecnologías de la Comunicación en la Juventud Navarra 2001.

AUTORES: Concepción Naval, Sonia Lara, Idoia Portilla y Charo Sádaba

EDITORIAL: Edita Instituto Navarro de Deporte y Juventud, Gobierno de Navarra. Pamplona, 2002.

AÑO: 2002.

TITULO: "Hogar y consumo de televisión en España"

AUTORES: Idoia Portilla

REVISTA: *Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC* N° 7, Septiembre 2000, pp. 137 a 178.

Proyecto subvencionado

TÍTULO DEL PROYECTO: El impacto de Internet en los medios de comunicación en España - Medios impresos

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia y Tecnología. N° de ref. BSO2002-04206-C04-01

DURACIÓN: 2002 - 2005

INVESTIGADOR PRINCIPAL: D. Ramón Salaverría Aliaga.

Ponencia invitada

TÍTULO: "Los usuarios de internet, ¿dejan de consumir otros medios?"

AUTORES: Idoia Portilla y Carlos Zufía

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia.

CONGRESO: 7º Seminario de Medios. 95º Seminario AEDEMO. Organizado por la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO).

LUGAR DE CELEBRACION: Valencia. *AÑO:* 2000.

Contrato con empresas o instituciones

TÍTULO DEL CONTRATO:

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA:

DURACIÓN Desde: hasta:

INVESTIGADOR RESPONSABLE:

PROFESOR: SÁNCHEZ-TABERNERO SÁNCHEZ, ALFONSO

Líneas de Investigación en las que trabaja

- Dirección y liderazgo en empresas de comunicación
- Efectos de la concentración en el sector de los medios de comunicación
- Análisis de la estructura de mercados informativos

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

TÍTULO: Dirección estratégica de empresas de comunicación, Cátedra, 2000

AUTORES: Alfonso Sánchez-Tabernero Sánchez

EDITORIAL: Cátedra

AÑO: 2000.

TÍTULO: Media Concentration in the European Market: new trends and challenges

AUTORES: Alfonso Sánchez-Tabernero Sánchez y Miguel Carvajal

EDITORIAL: Media Market Monographs, Eunsa

AÑO: 2002

TÍTULO: The future of Media Companies: Strategies for an Unpredictable World

AUTORES: Alfonso Sánchez-Tabernero Sánchez

REVISTA: JIBS Research Reports, 2004

TÍTULO: Leadership, an Essential Requirement For Effecting Change in Media Companies: an Analysis of The Spanish Market

AUTORES: Alfonso Sánchez-Tabernero Sánchez y Fco. Javier Pérez Latre

REVISTA: The International Journal on Media Management, Vol. XII-XIII, 2003.

TÍTULO: El crecimiento de las empresas de comunicación y sus efectos en el sistema político

AUTORES: Alfonso Sánchez-Tabernero Sánchez

CAP. EN LIBRO: Sociedad del trabajo y sociedad del conocimiento en la era de la

globalización

EDITORIAL: Pearson

AÑO: 2003

Proyecto subvencionado

TITULO DEL PROYECTO: Nuevas tendencias y desafíos de la concentración de empresas de comunicación en Europa

ENTIDAD FINANCIADORA: PIUNA (Universidad de Navarra)

DURACIÓN: 2000-2002

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Alfonso Sánchez-Tabernero

Ponencia invitada

AUTORES: Alfonso Sánchez-Tabernero Sánchez

TITULO: Globalization and Concentration in the European Media Industry: The Leader's Market Shares

CONGRESO: 5th World Media Economics Conference

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Turku (Finlandia) *AÑO:* 2002

Contrato con empresas o instituciones

TITULO DEL CONTRATO:

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA:

DURACIÓN Desde: hasta:

INVESTIGADOR RESPONSABLE:

PROFESOR PARDO FERNÁNDEZ, Alejandro

Líneas de Investigación en las que trabaja

- Relación entre Europa y Hollywood en la era de la globalización:
- Estándares de producción en la industria del cine y la televisión en España
- Implicaciones creativas y éticas del productor

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

TITULO: La grandeza del espíritu humano: el cine de David Puttnam

AUTORES: PARDO, Alejandro

EDITORIAL: Ediciones Internacionales Universitarias, Pamplona, 2003.

TITULO: El oficio de producir películas

AUTORES: PARDO, Alejandro

EDITORIAL: Ariel, Barcelona, 2003

TITULO: Diccionario de creación cinematográfica

AUTORES: SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (Coord.); Francisco José MUÑOZ, Juan ORELLANA, Alfonso PALAZÓN, Alejandro PARDO, Miguel P. GILABERTE, Eduardo R. MERCHÁN, Virginia G. DE LUCAS y José VINADER.

EDITORIAL: Ariel, Barcelona, 2003

TITULO: The Audiovisual Management Handbook

AUTORES: Written by: Peter DALLY, Ángel DURÁNDEZ, Luis JIMÉNEZ, Alberto PASQUALE y Christophe VIDAL. Edited by Alejandro PARDO

EDITORIAL: Media Business School, Madrid, 2002

TITULO: "La producción televisiva: un sector en alza"

AUTORES: PARDO, Alejandro

LIBRO: La nueva era de la televisión, Academia de la Televisión y Corporación Multimedia, Madrid, 2002, pp. 41-50

Proyecto subvencionado

TÍTULO DEL PROYECTO: Valores empresariales y temáticos en las series familiares de televisión en España

ENTIDAD FINANCIADORA: Universidad de Navarra

DURACIÓN: Octubre 2004-Octubre 2007

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Prof. Dr. D^a Mercedes Medina Laverón

Ponencia invitada

TÍTULO: "Produzione cinematografica e i valori culturali"

AUTORES: Alejandro PARDO

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Mesa redonda

CONGRESO: Ripartire dal primo: i dieci comandamenti nella cultura cinematografica del terzo millenio

LUGAR DE CELEBRACION: Pontificia Università della Santa Croce (Roma)

AÑO: . 2002

Contrato con empresas o instituciones

*TÍTULO DEL CONTRATO: Diseño y coordinación editorial de la publicación *The Audiovisual Management**

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: Fundación Cultural MEDIA - Media Business School

DURACIÓN Desde: 1997 hasta: 2002

INVESTIGADOR RESPONSABLE: Alejandro Pardo

PROFESOR: PÉREZ LATRE, FRANCISCO JAVIER

Líneas de Investigación en las que trabaja

- Comunicación Institucional y Liderazgo.....
- Gestión de Empresas de Comunicación....
- Análisis de Mercados de la Comunicación....

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

TÍTULO: Planificación y gestión de medios publicitarios

AUTORES: Fco. Javier Pérez latre

EDITORIAL: Ariel, Barcelona

AÑO: 2000

TÍTULO: "Spain"

AUTORES: Fco. Javier Pérez Latre

LIBRO (CL): The Advertising Age Encyclopedia of Advertising. Editors John McDonough and the Museum of Broadcast Communications and Karen Egolf

EDITORIAL: Advertising Age, Fitzroy Dearborn, New York-London

AÑO: 2003

TÍTULO: Quality: A New Approach to Ethical Teaching in Advertising

AUTORES: Fco. Javier Pérez Latre

REVISTA: Media Ethics, Volume 12, Number 1, pages 9, 24-25 (Fall, 2000).

TÍTULO: Leadership, an Essential Requirement for Effecting Change in Media Companies: an Analysis of The Spanish Market

AUTORES: Alfonso Sánchez Tabernero y Fco. Javier Pérez Latre

REVISTA: The International Journal on Media Management, Vol. 5, No. III, Autumn 2003, 199-208

TÍTULO: "Advertising and Internet Usage: A Perspective from Time and Media Planning"

AUTORES: Fco. Javier Pérez Latre

LIBRO (CL): Albarran, Alan y Arrese, Angel, Editors. Time and Media Markets, pp. 113-126

EDITORIAL: Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah (New Jersey)

AÑO: 2003

Proyecto subvencionado

TÍTULO DEL PROYECTO: La enseñanza de la Comunicación Comercial en Europa.

ENTIDAD FINANCIADORA: *European Association of Communication Agencies*

DURACIÓN: 1999-2001

INVESTIGADOR PRINCIPAL: *Juan de los Angeles*

Ponencia invitada

TÍTULO: "Teaching Leadership in the Basics Course"

AUTORES: Francisco Javier Pérez Latre

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponente

CONGRESO: European Media Management Association (EMMA) Conference

LUGAR DE CELEBRACION: Mainz (Alemania). *AÑO:* 2004.

PROFESOR: SÁDABA CHALEZQUER, MARÍA ROSARIO

Líneas de Investigación en las que trabaja

- Impacto de internet en los medios de comunicación en Europa.
- Juventud y tecnologías de la información y de la comunicación: impacto y consecuencias.

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

TITULO: 'Interactivity and Analogue Commercial Television in Spain'

AUTORES (p.o. de firma): Sádaba, C.

REF. LIBRO: en Colombo, F. , Fausto (ed.), *Tv and Interactivity in Europe, Mythologies, Theoretical Perspectives, Real Experiences*, Ed. Vita & Pensiero, Milan 2004

TITULO: Towards New Media Paradigms

AUTORES (p.o. de firma): Salaverría, R. y Sádaba C (editores)

REF. LIBRO: Ed. Eunate, 2004 Pamplona

TITULO: "Marketing en la era de la interactividad"

AUTORES: Sádaba, C.

REF. LIBRO: Arrese, A. (edi.), "Empresa Informativa y Mercados de la Comunicación". Eunsa, Pamplona 2003, pp.495-515

TITULO: "Advertising in digital television. The spanish case"

AUTORES (p.o. de firma): Sádaba, C.

REF. REVISTA: Javnost, The Public, vol 9(4), pp35-48

TITULO: Juventud Navarra y Nuevas tecnologías

AUTORES (p.o. de firma): Naval, C., Sádaba, C., Lara, S., Portilla, I. y Bringué, X

REF. LIBRO: Libro electrónico, editado por el Instituto Navarro de Deporte y Juventud, Pamplona 2004.

Proyecto subvencionado

TÍTULO DEL PROYECTO: Impacto de Internet en los medios de comunicación en España: la prensa

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia y Tecnología

DURACION Desde:2002 hasta: 2005

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Javier Díaz Noci

Ponencia invitada

TÍTULO: How to increase advertisers' interest (and money!), on digital television

AUTORES: Sádaba Chalezquer, Maria Rosario

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Comunicación

CONGRESO: I COST A20 International Conference

LUGAR DE CELEBRACION: Tromso, Noruega. *AÑO:* 2002

Contrato con empresas o instituciones

TÍTULO DEL CONTRATO:

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA:

DURACIÓN Desde: hasta:

INVESTIGADOR RESPONSABLE:

PROFESOR SALAVERRÍA, RAMÓN

Líneas de Investigación en las que trabaja

- "El impacto de Internet en los medios de comunicación en España"
- "Revisión crítica de la teoría de los géneros periodísticos"

5 Publicaciones relevantes en los últimos 5 años

TITULO: Redacción periodística en internet.

AUTORES (p.o. de firma): Salaverría, R.

LIBRO: Eunsa, Pamplona, 2005. (En prensa).

TITULO: An Immature Medium: Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11

AUTORES (p.o. de firma): Salaverría, R.

REVISTA: Gazette: The International Journal for Communication Studies, vol. 67, issue 1, February 2005: 69-86

TITULO: Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y navarra

AUTORES (p.o. de firma): Salaverría, R.; Cores, R.; Díaz Noci, J.; Meso, K.; Larrondo, A.

REVISTA: Comunicación y Sociedad, vol. XVII, nº 1, junio 2004: 161-189

TITULO: Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences

AUTORES (p.o. de firma): Salaverría, R.; C. Sádaba (eds.)

LIBRO: Ediciones Eunata, Pamplona, 2004.

TITULO: Manual de redacción ciberperiodística

AUTORES (p.o. de firma): C. Díaz Noci; Salaverría, R.

LIBRO: Ariel, Barcelona, 2003.

Proyecto subvencionado

TITULO DEL PROYECTO: El impacto de Internet en los medios de comunicación en España – medios impresos

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia y Tecnología

DURACION Desde:2002 hasta: 2005

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Ramón Salaverría

Ponencia invitada

TÍTULO: "Del 11S al 11M. Lecciones aprendidas (y olvidadas) por la prensa digital"

AUTORES: Ramón Salaverría

TIPO DE PARTICIPACIÓN: Ponencia

CONGRESO: Internet Global Congress 2004

LUGAR DE CELEBRACION: Barcelona. *AÑO:* 2004