



Máster en Comunicación de las Organizaciones (Mast.CO)



Nombre: FRANCISCO MUÑOZ ROMERO

Categoría profesional: Profesor Asociado

Licenciatura y doctorado:

Licenciado en Ciencias de la Información (Comunicación Audiovisual) por la Universidad Complutense de Madrid. 1992.

Master en Comunicación Corporativa y Publicitaria por el Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial de la UCM. 1996.

Experto en el Análisis de Datos para la Investigación Social y de Mercados por la Escuela Universitaria de Estadística de la UCM. 2002.

Experto en Protocolo y Ceremonial de Estado e Internacional por la Escuela Diplomática de Madrid y la Universidad de Oviedo. 2004.

Email:

francisco.munoz@ccinf.ucm.es

Web:

<http://portal.ucm.es/web/esavicom>

www.vinklum.es

@vinklum

Despacho y horario de tutorías:

Despacho 535-A

Jueves y viernes de 11 a 14 horas

Resumen académico-profesional:

En 1997 comienza su actividad profesional con Director del Gabinete de Prensa e Imagen del Excmo. Ayuntamiento de Alcalá de Henares. Desde entonces toda su trayectoria profesional ha estado vinculada directamente a la gestión estratégica de las relaciones públicas y a la ejecución de programas de comunicación aplicada, habiendo trabajado en diversos sectores y desde las posiciones tanto de cliente como de agencia.



Ha sido Director de Comunicación de varias administraciones públicas, Director de Cuentas en sectores de urbanismo comercial (centros comerciales y de ocio), consumo (óptica, salud, restauración...) o B2B; Director de Marketing y Comunicación de la multinacional Soltour-Grupo Piñero, formador de directivos para grandes grupos industriales y formador de profesores para el Ministerio de Educación. Ha participado y/o coordinado numerosas campañas de asuntos públicos y más recientemente ha sido Director de Comunicación de la Consejería de Trabajo y Formación y coordinador de la Oficina del Portavoz del Govern Balear.

En la actualidad es Director de Proyectos en la Agencia Vinklum.

Líneas de investigación:

1. Responsabilidad Social Corporativa

La RSE y las Relaciones Públicas. Conceptos, fundamentos y programas.

2. Comunicación Política e Institucional

Dirección y gestión de programas de comunicación pública excelente.

3. Aplicaciones 2.0 de los programas de relaciones públicas

Blogs y redes sociales en los programas de relaciones públicas

Publicaciones más relevantes:

TÍTULO: Relaciones Públicas y Medios de Comunicación Propios

REF. REVISTA/LIBRO: Las Relaciones Públicas en España (2004). CLAVE: CL

TÍTULO: Lanzamiento y Posicionamiento de Natuzzi en el Mercado Español del Mueble

REF. REVISTA/LIBRO: Las Relaciones Públicas en España (2004). CLAVE: CL

TÍTULO: Función y características del Portavoz

REF. REVISTA/LIBRO: El Portavoz en la Comunicación de las Organizaciones: fundamentos teórico-prácticos (2012). CLAVE: CL