



Máster en Comunicación de las Organizaciones (Mast.CO)

FOTO

Nombre: José Luis Arceo Vacas

Categoría profesional: Catedrático de Universidad

Universidad de Licenciatura y Doctorado: Universidad Complutense de Madrid.

Email: jlarceo@ucm.es

Despacho y horario de tutorías:

PRIMER CUATRIMESTRE:

107. JUEVES, DE 16 a 18 horas, y de 20 a 21 horas. VIERNES, DE 18 a 21 horas.

SEGUNDO CUATRIMESTRE:

107. JUEVES, DE 16 a 18 horas, y de 21 a 22 horas. VIERNES, DE 17 a 20 horas.

Resumen académico-profesional (200 palabras): Licenciado (con Primer Premio Extraordinario) en Ciencias de la Información por la UCM, cursó un posgrado - en inglés- en Sociología en la Universidad de Oslo. Doctor en Publicidad y RRPP por la UCM (con la máxima calificación), con una tesis acerca de la imagen en política.

Asignaturas, actualmente, en la UCM: Comunicación Institucional e Imagen Pública; Nuevas Tendencias en Comunicación Política y Electoral. También ha impartido Psicología de la Publicidad y las Relaciones Públicas, Psicología de la Comunicación, Psicología de la Comunicación Audiovisual, Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas, y muchas otras más en dicha línea.

También en UCM: ha dirigido Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial, y Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Director de varios Magísteres posgrado (Comunicación Corporativa y Publicitaria, Comunicación de Instituciones Públicas y Políticas, y Psicología de la Comunicación Persuasiva).

Director, autor o coautor de más de cincuenta publicaciones científicas sobre comunicación aplicada, ha sido miembro del Editorial Board del Journal of Public Relations Research de la University of Maryland, y ahora con cargo equivalente en varias de las revistas científicas de vanguardia relativas a comunicación.

Experiencia de más de treinta años en comunicación aplicada y marketing, incluyendo funciones de director, en áreas privada, pública y política, llegando a dirigir dos agencias de comunicación y con un altísimo número de investigaciones y campañas sobre el particular. Fue secretario general y director de comunicación de la Fundación Antonio Machado.

Organizador y conferenciante en congresos y otras reuniones internacionales y nacionales acerca de comunicación. Fundador y presidente de la Asociación de Doctores y Licenciados en Publicidad y RRPP, incluyéndose asimismo otras asociaciones internacionales de comunicación de primer orden.

Competencia profesional completa en inglés, francés e italiano, con conocimientos básicos de alemán.

Líneas de investigación (máximo 75 palabras):

- Técnicas argumentativas, persuasivas y creativas de de los mensajes publicitarios y de rpp, así como el contenido y el discurso de los mismos.
- Formación y perfiles profesionales en Publicidad y las RRPP.
- Proceso de planificación de la Comunicación de Organizaciones (Publicidad y RRPP).
- Implicaciones que tienen los efectos de los medios para la comunicación de organizaciones (Publicidad y RRPP).
- Diagnóstico, evaluación y gestión de “intangibles” de las organizaciones (Publicidad y RRPP): marca, responsabilidad social corporativa, liderazgo y reputación.

Investigaciones (máximo 3 con 75 palabras):

“Estudio acerca de las Aparentes Estrategias y Objetivos de una Muestra de la Publicidad Institucional de los Últimos Cuatro Años de la Generalitat de Catalunya y del Ajuntament de Barcelona”.

Generalitat de Catalunya. 2003.

“Estudio acerca de las Aparentes Líneas Creativas de una Muestra de la Publicidad Institucional de los Últimos Cuatro Años de la Generalitat de Catalunya y del Ajuntament de Barcelona”. *Generalitat de Catalunya. 2003.*

Dictamen Técnico Acerca de las Campañas de Comunicación Publicitaria del Destino Turístico Islas Canarias en Soporte de Radio, Internet y Televisión en una Cadena de Información Económica para el Ámbito Península y Baleares del 2009. PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A. 2009.

Publicaciones más relevantes (máximo 7):

Cómo Ganar unas Elecciones. Tratamiento Teórico y Práctico de la Imagen de los Políticos.

REF. REVISTA/LIBRO: Madrid: Fomento de Bibliotecas, 1982.

Fundamentos para la Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas.

REF. REVISTA/LIBRO: Barcelona: ESRP-PPU, 1988.

Campañas Electorales y 'Publicidad Política' en España (1976-1991).

REF. REVISTA/LIBRO: Barcelona: ESRP-PPU. Asociación de Doctores y Licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas, 1993.

Tratado de Publicidad y Relaciones Públicas (director y coautor). Madrid: Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial de la U.C.M., y Asociación de Doctores y



Máster en Comunicación de las Organizaciones (Mast.CO)

Licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas, 1999.

Perfil de los Profesionales de la Comunicación Persuasiva en España (director y coautor), pp. 23-39. Madrid: Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial de la U.C.M., 2003.

Las Relaciones Públicas en España (Coord. y coautor). Madrid: McGraw-Hill, 2004.

Arceo, J. L. (Coord.), Arceo, A., Castro, A. y Sánchez, J. A. : *Debates Electorales*

Televisados. El Caso de Madrid, 2003. La Coruña: Netbiblo, 2007.

Otros méritos (75 palabras): Pionero en la investigación, docencia y práctica de las campañas electorales y de otras campañas de índole político/públicas en España.