



Nombre: M^a Luisa García Guardia

Categoría profesional: Titular de Universidad

Licenciatura y doctorado: 1987 Publicidad y RRPP, UCM. 2003, UCM.

Email: mluisagarcia@ccinf.ucm.es

Web: (personal, grupo de investigación, Twitter):

Despacho y horario de tutorías: martes (9:30 a 11), miércoles (11 a 13:30), jueves (10 a 11) y viernes (12 a 13).

Resumen académico-profesional:

Doctora desde el año 2003 (Programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas por la UCM) con calificación Sobresaliente Cum laude. Licenciada en la Facultad de CC. De la Información con la especialidad en Publicidad y Relaciones Públicas, UCM. En 2011 obtuvo la acreditación para la figura de Profesora Titular por la ANECA (expediente 2006/12594/0010), y en 2007 consiguió la acreditación Contratado Doctor por la ACAP (expediente 2006/12594/1/0010). En el año 2013 obtuvo por la CNAI el informe positivo sobre un tramo de investigación (sexenio 2007-2012). Coordinadora del Grado en Publicidad y RRPP en la Facultad de CC. De la Información, Universidad Complutense de Madrid.

Coordinadora Académica del Grado de Publicidad y RRPP. Miembro de la Comisión de Calidad. Miembro de la comisión de Estudios. Miembro de la Junta de Facultad de CC De la Información, UCM.

Líneas de investigación: Publicidad, Medios Publicitarios, Eficacia, Neurocomunicación y Sostenibilidad.

Investigaciones más relevantes:

Investigadora principal del grupo Complutense SOC MEDIA. Investigador principal Kairos (M^o Educación, Cultura y Deporte), Socmedia I+D (referencia CSO 2008-01496), Badacam (UEM 2004-UEM05), Terrorismo y Post 11M (CAM 06/HSE/0030/2004), Vivir la Historia Hoy (Ayuntamiento de Bailén 167-2006), Comunicación y Salud (UCM 238-2007 y 237 2007), Estudios y Competencias Socio-comunicativas (UCM-Santander GR69/06, GR74/07 y GR 58/08), Medialab Archivo Digital, M^o de Industria, Turismo y Comercio (Plan Avanza TSI-070100-2008-53), Investigador principal en Dinamización de Marcas en Redes Sociales (art. 83 UCM-Interacting), Investigador principal en "Inversión Publicitaria: Medición de su eficacia" (art. 83 UCM-Optimedia) e Investigador principal en "Las campañas publicitarias televisivas en el ámbito de la respuesta directa" (art. 83 UCM-Optimedia), materializada en la patente: M-008611/2005.

Publicaciones más relevantes (máximo 5):



AUTORES: Francisco García García, Carmen Llorente Barroso y Mª Luisa García Guardia.

Título: La construcción social globalizada del logo símbolo y la globalización de la marca a través del mismo.

Revista: Historia y Comunicación Social. Volumen 15. Páginas desde: 131 hasta: 156. Editorial servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Año de publicación 2010. ISSN 1137-0734.

AUTORES: Patricia Núñez Gómez, Mª Luisa García Guardia y Lourdes Ainhoa Hermida-Ayala.

Título: Tendencias de las relaciones sociales e interpersonales de los nativos digitales y jóvenes en la web 2.0.

Revista: La Latina de Comunicación Social. nº 67. Páginas desde: 1 hasta: 15. Editorial Universidad de la Laguna, Tenerife. Año de publicación 2012. ISSN 1138-5820.

AUTORES: Patricia Núñez Gómez, Sandrina Teixeira y Mª Luisa García Guardia.

Título: La profesión en el aula. Cómo investigar y mejorar el trabajo del futuro. El caso de Community Manager: diseño e investigación en TIC.

Revista: Estudios sobre el mensaje periodístico volumen 18. Páginas desde: 951 hasta: 957. Editorial Revista especializada en Comunicación. Año de publicación junio de 2012. ISSN 1134-1629 e ISSN-e 1988-2696.

AUTORES: María Tejerina Arreal, Pilar García Gómez y Mª Luisa García Guardia.

Título: Estructura de valores personales en una muestra de adolescentes españoles. Una comparación transversal con adolescentes norteamericanos.

Revista: Anales de Psicología, vol. 30, número 2. Páginas desde: 1 hasta: 6. Editorial Servicio de Publicaciones en la Universidad de Murcia. Año de publicación 2014. ISSN 0212-9728, en web 1695-2294.

AUTORES: Mª Luisa García Guardia y Carmen Llorente Barroso.

Título: An empirical study of the recreational-expressive and referential roles of the cell phone among young students and their potential applications to advertising.

PUBLICACIÓN (ISSN-ISBN): Publicado en Prisma Social. Páginas desde: X hasta: X. Editorial



Revista: Prisma Social. Páginas desde: x hasta: x. Editorial Fundación Is+D para la investigación social avanzada. Año de publicación 2016. ISSN 1989-3469.

Otros méritos (cursos, asesorías, comités científicos..., máximo 75 palabras):

Su experiencia profesional se inicia en 1983, aplicando las investigaciones académicas en el ámbito profesional, elaborando modelos para la optimización de la comunicación de la marca, productos y servicios para Renfe, Ifema, RTVE, Antena3, Optimedia, Diageo, etc. Por lo que se refiere a idiomas, habla, escribe y lee inglés y francés.