



**Nombre:** Paloma Díaz Soloaga

**Categoría profesional:** Profesora Titular UCM

**Licenciatura y doctorado:** Publicidad y RRPP, 1993, UCM.

Periodismo, 2005, Carlos III

Doctora en Publicidad y RRPP, 2002, UCM

**Email:** pdiaz@ucm.es

**Despacho y horario de tutorías:** C 125 (edificio nuevo). Las tutorías varían según cuatrimestre. Solicitarlas online, por favor.

### **Resumen académico-profesional:**

- Dos sexenios investigación vivos: 2008-2013; 2014-2019.
- Desde 2016, Miembro Junta de Facultad, CCINF, UCM.
- 2016-2017: Profesora Master Moda y Lujo, ESIC.
- 2009-2015: Profesora Master Marketing y Comunicación Corporativa, U. San Jorge.
- 2010-2020: Diez evaluaciones docentes positivas, UCM.

### **Estancias investigación:**

- Harvard University (Febrero – Octubre 2006 con Beca del Real Colegio Complutense en Harvard),
- Universidad de Illinois en Urbana Champaign (2009),
- University of California, San Diego (Junio – septiembre 2014 con beca Jaime del Amo).
- Fashion Institute of Technology (2006-2019).
- Estancias ERASMUS de docencia en LUMSA (2017, Roma, Italia), Sapienza (2018, Roma, Italia) y Ablai Kahn (2017, Almaty, Kazajstán).
- Estancia ERASMUS de formación en ISCOM (2019, París, Francia).

### **Dirección y participación en proyectos, etc**

- 2020: Directora exposición "La Nueva Mujer: moda y cambio social en los años 20". Universidad Villanueva.
- 2006-2016: Directora Título Superior de Comunicación y Gestión de la Moda, en Centro Universitario Villanueva, adscrito UCM. En la actualidad directora honorífica.
- 2010 –actualidad: Miembro del grupo de Investigación Complutense sobre Gestión de Marcas y Procesos de la Comunicación. Dedicación compartida y completa.
- 2018-2021: Directora III digital Fashion Film Academy. UCM. U. Villanueva
- 2006-2010: Miembro Grupo Investigación Complutense SOCMEDIA. Financiado Plan Nacional I+D+i 2008.
- 2006-2010: Directora Área Comunicación y Moda del ISEM, Fashion Business School, Universidad Navarra.
- 2003-2005: Jefa de Prensa de la Universidad de Verano UCM y Coop. Innal. Pazo de Mariñán, A Coruña.

- 2004-2010: Directora Observatorio Publicidad y Sociedad entidad jurídicamente asociada a UNESCO.
- 1993-1994: Departamento investigación agencia Saatchi&Saatchi Adv.
- 1994 a 1999: Revista TELVA.
- 2008-2010: Miembro Grupo investigación PROCOTIN, Universidad CEU San Pablo.
- 2016-2010: Miembro grupo de investigación Complutense SOC MEDIA (estudios sobre los nativos digitales).

#### **Líneas de investigación:**

- Gestión de Intangibles. Marca y reputación en empresas de Moda. Herramientas comunicativas específicas del ámbito moda.
- Moda y cambio social. Efectos producidos por los contenidos estéticos de los medios en públicos. Mujer, corporalidad y medios.
- Estereotipos femeninos transmitidos a través de contenidos publicitarios en revistas femeninas. Las marcas de moda de lujo y el concepto de corporalidad, moda, estética.

#### **Investigaciones más relevantes:**

- New discourses developing around the management of intangible assets in companies: the evolution of commercial and corporate brands in Spain.
- Valores y estereotipos femeninos creados en la publicidad gráfica de las marcas de moda de lujo en España. Efectos de esos contenidos en mujeres jóvenes.
- Teoría marco de la Tercera Persona, aplicada al estudio de efectos de contenidos persuasivos y comerciales. Aplicación de métodos mixtos de triangulación para la consecución de objetivos complejos en el ámbito de la comunicación social.

#### **Publicaciones más relevantes:**

- DIAZ SOLOAGA, P. (2020) La Nueva Mujer: Moda y cambio social en los años 20 Ed: Universidad Villanueva. ISBN: 978-84-09-18845-1
- DÍAZ SOLOAGA, P. PÉREZ DEL CASTILLO, T. McCOLL, J. (2000) Lifestyle branding as a brand-oriented positioning strategy: Insights from Spanish fashion consultants. Journal of Global Fashion Marketing.
- DIAZ SOLOAGA, p. (2020) La triple dimensión de la Cultura Organizacional: Un estudio aplicado a empresas de moda españolas. Prisma Social.
- DIAZ SOLOAGA, p. (2019) La cultura organizacional en las industrias creativas. ¿Existe un patrón en las empresas de moda en España? El Profesional de la Información.
- DÍAZ SOLOAGA, P. (2019) Cultura en las Organizaciones. Editorial Síntesis.
- DIAZ-SOLOAGA, P. y FERNÁNDEZ BLANCO, E. (2017) New Discourses developing around the management of intangible assets in companies: the evolution of commercial and corporate brands in Spain. Rev. Observatorio (OBS\*). Vol. 11. Nº 2.
- FERNÁNDEZ BLANCO, E.; DIAZ-SOLOAGA, P. y CLEMENTE MEDIÁVILLA, J. (2017) New Brand Management Scenarios on the Spanish Market. Cultura, Lenguaje y

- Representación. vol. xviii, pp. 67-81.
- DIAZ-SOLOAGA, P. y GARCIA GUERRERO, A. (2016) Fashion films as a new communication format to build fashion brands. *Revista Communication & Society* 29(2), 45-61.
  - DIAZ-SOLOAGA, P. (2014) *Comunicación y Gestión de Marcas de Moda*. Gustavo Gili. Barcelona.

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

- 2021: miembro Jurado Premio Madrid Capital de Moda.
- 2018 - actualidad: miembro Jurado Premio *El protagonista del año*. Revista *Modaes.es*
- 2018-actualidad: Miembro Jurado La Jolla Fashion Film Festival.
- 2018 - actualidad: Miembro Jurado Madrid Fashion Film Festival.
- 2007-2018: Directora de doce Jornadas Moda y Comunicación. Museo del Traje, UCM.
- 20014-16: Asesoría académica Conde Nast College.
- 2016: Miembro Comité Organizador Congreso AE-IC. CCINF, UCM.
- 2008 - 2013. Miembro Consejo Editorial de la revista *Communication Theory*.
- 2009 - Actualidad. Miembro Consejo Editorial Revista *Fashion Marketing and Management*.
- Miembro ECREA: desde año 2010.
- Miembro AE-IC desde año 2008.
- Miembro ICA: años 2007-2011.
- Alumni Real Colegio Complutense en Harvard: desde año 2006.