

Nombre:

José Ignacio Niño González

Categoría profesional:

Profesor Contratado Doctor

Licenciatura y doctorado (especificad año y universidad):

Licenciado en Publicidad y RRPP (1986 UCM), Doctor en Publicidad (2010 UCM).

Email:

josenino@ucm.es

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

Despacho y horario de tutorías:

510 -2. Martes de 13:00 a 14:00/ 15:00 a 16:00

Resumen académico-profesional (200 palabras):

Doctor en publicidad por la UCM, completa su formación con un MBA en el Instituto de Empresa y un Master en Marketing y Gestión comercial por el ESEM. Profesionalmente su carrera se inicia en dos grandes multinacionales del sector publicitario, Tandem DDB y Saatchi & Saatchi, y desde 1997 ha trabajado en proyectos empresariales propios centrados en el campo de la publicidad y las nuevas tecnologías. Desde 2011 es Profesor Contratado Doctor en el Departamento de Teorías y Análisis de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, impartiendo docencia en el Grado de Publicidad y en el Master Oficial en Comunicación de las Organizaciones. Ha publicado el libro *"El marketing mobile y las redes sociales en el ámbito de los medios publicitarios"* como material de apoyo a la asignatura de "Investigación y planificación de medios" y múltiples artículos en revistas de primer nivel como "Comunicar", "El profesional de la Información", "Revista Latina de Comunicación Social", "Estudios Sobre el Mensaje Periodístico", "Prisma Social", "Revista de Comunicación y Salud" y editoriales como Cátedra, Tecnos y McGraw Hill.

Líneas de investigación (máximo 3 con 75 palabras):

Análisis de la comunicación mediante herramientas de Neuromarketing.
Evaluación de la eficacia de los nuevos usos publicitarios y estudio de cómo potenciarla.
Identificación de posibles áreas de innovación en el ámbito de los dispositivos móvil, RRSS, y geolocalización.

Investigaciones más relevantes (máximo 3 con 75 palabras)

Proyecto de Investigación Art. 83 272-2018: *“Creación y desarrollo de una plataforma online comparador de seguros”* Universidad Complutense de Madrid. (2019).

Proyecto de Investigación Art. 83 18-2018: *“Análisis de la eficacia publicitaria de campañas de PLV de Campofrío: un planteamiento cualitativo y de neuromarketing”* Universidad Complutense de Madrid. (2018).

Proyecto de Investigación 119 Innova-Docencia 2017/2018: *“Desarrollo de una App”*. Universidad Complutense de Madrid. (2017).

Publicaciones más relevantes (máximo 5):

“Analysis of vaccine and anti-vaccine information on social networks and internet. Visual and emotional patterns of their stimulus”.

Publicación: El Profesional de la Información, año 2019.

“Fórmulas para la prevención, formato narrativo vs expositivo. Análisis Comparativo de sus efectos en el conocimiento, actitud y conducta de los jóvenes sobre el VPH”.

Publicación: Revista Latina de Comunicación Social, año 2018.

“Preferences of young people in the use of Facebook as a health Education tool for HPV”

Publicación: European Journal of Interdisciplinary Studies, año 2018

“El procesamiento cognitivo en una app educativa con electroencefalograma y Eye-Tracking”.

Publicación: Revista Comunicar, año 2017.

“Comunicación, Salud y Tecnología: mHealth”.

Publicación: Comunicación y Salud, año 2015.

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

The Asian Conference on Psychology & the Behavioral Sciences (ACP2019).

Presentando la ponencia: *“Subliminal advertising: analysis of its efficacy using Neuromarketing techniques”*. Toshi Center Tokio (Japón). Celebrada los días 21, 22 y 23 de Marzo de 2019.

III Jornadas Internacionales de Comunicación y Salud. Presentando la comunicación:

“Prevención VIH. Propuesta de un modelo explicativo de conductas de riesgo y percepciones sobre el VIH”. Instituto de Estudios Catalanes (Barcelona). Celebradas el día 22 de Noviembre de 2018.

15th International Conference on Social Science ICSS XV presentando la ponencia: *“A Case Study in Neuromarketing: Analysis of the Influence of Music on Advertising Effectiveness Through Eye-Tracking, Facial Emotion and GSR”*. Katholieke Universiteit, Campus Gasthuisberg de Lovaina, (Bélgica). Celebrado los días 13 y 14 de Julio de 2018.

The European Conference on Media, Communication & Film (EuroMedia2018) presentando la ponencia: *“Neuromarketing: Analysis of Packaging Using GSR, Eye-Tracking and Facial Expression”*. The Jurys Inn Brighton Waterfront, Brighton (United Kingdom). Celebrado los días 9 y 10 de Julio de 2018.

14th International Conference on Social Science ICSS XIV presentando la ponencia: *“Preferences of Young People in the Use of Facebook as a Health Education Tool for Hpv”*. Goethe University (Frankfurt). Celebrado los días 2 y 3 de Marzo de 2018.

Secretario de la Comisión Académica del Programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual. Publicidad y RRPP.

Subdirector de NeurolabCenter UCM (Laboratorio de Neuromarketing adscrito al Departamento de Teoría y Análisis de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Información.