



# Universidad Complutense de Madrid

## Departamento de Organización de Empresas y Marketing

<b>Nombre del profesor/a</b>	Diana Gavilán
<b>Categoría académica</b>	Profesor Contratado Doctor
<b>Dedicación</b>	Tiempo completo
<b>Facultad:</b>	Ciencias de la Información
<b>Teléfono</b>	91 394 22 56
<b>Correo electrónico</b>	dgavilan@ucm.es
<b>Docencia:</b>	Marketing Aplicado al Periodismo Comportamiento del Consumidor Fundamentos de Marketing
<b>Líneas de investigación</b>	Marketing Sensorial y Experiencial Comportamiento de Consumidor Comunicación digital
<b>Grupos, proyectos y cátedras de investigación</b>	Art. 83 Indigital – Notificaciones Push Enriquecidas
<b>Publicaciones destacadas (máximo 5):</b>	Manzano, R., Martínez-Navarro, G., & Gavilan, D. (2018). Identidad de género, consumo y discriminación a través del precio. <i>Revista Latina de Comunicación Social</i> , (73), 385-400. Gavilan, D., Avello, M., & Martínez-Navarro, G. (2018). The influence of online ratings and reviews on hotel booking consideration. <i>Tourism Management</i> , 66, 53-61. Gavilan, D., Martínez-Navarro, G., & Fernández-Lores, S. (2018). Influencia social en las comunidades de cine: filmaffinity como caso de estudio. <i>Estudios sobre el mensaje periodístico</i> , 24(1), 551-565. Gavilan, D., Martínez Navarro, G., & Fernández Lores, S. (2017). Universitarios y redes sociales informativas: Escépticos totales, moderados duales o pro-digitales. <i>Comunicar</i> , 53, 61-70. Gavilan, D., Avello, M., & Abril, C. (2014). The mediating role of mental imagery in mobile advertising. <i>International Journal of Information Management</i> , 34(4), 457-464.
<b>Página web</b>	