



Nombre: Julio Larrañaga Rubio

Categoría profesional: Titular de Universidad (TU), Unidad Docente de Fundamentos del Análisis Económico I (Análisis Económico)

Licenciatura y doctorado:

Licenciado Ciencias Económicas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (UCM), 1980. Doctor por la Facultad de Ciencias de la Información (UCM), 2012.

Email: julio.larranaga@ccinf.ucm.es

Web: www.modelonordico.com

Despacho y horario de tutorías: nº 540, de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

Horario de tutorías: Consultar la página del departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid: <https://www.ucm.es/caup2ccinf/tutorias>

Resumen académico-profesional:

Profesor del Departamento de Fundamentos del Análisis Económico I en la Facultad de Ciencias de la Información (UCM) desde el año 1986. Tiene distintas publicaciones sobre diversos aspectos económicos y socioculturales de los contenidos digitales, los *mass media* y el grado de desarrollo de la Sociedad de la Información. También ha impartido diferentes conferencias sobre los citados temas en foros nacionales y extranjeros.

Líneas de investigación:

Análisis económico de los contenidos digitales y de la Sociedad de la Información. Economía de los *mass media*.

Investigaciones más relevantes:

Miembro del Grupo de Investigación de la UCM: Cultura y modelo nórdico para la Sociedad de la Información. REF: 940665.

Métodos Emergentes para la Optimización Multicapa de Redes de Nueva Generación y su Aplicación a Redes de IP de Futura Generación (FGI). REF: TEC 2006-07010/TCM, Ministerio de Ciencia e Innovación, 2009.



Algoritmos de soft-computing mejorados para problemas de predicción en el análisis de entidades aseguradoras. REF: ECO 2010-22065-C03-02, Ministerio de Economía y Competitividad, 2012.

Publicaciones más relevantes:

LARRAÑAGA, J. (2011): Análisis económico de los contenidos online en España. Cine en la red en Cebrián Herreros, M. et al. (edits.) *Industrias culturales. El modelo nórdico como referencia para España*. Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones, 154-173. Zamora: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones

LARRAÑAGA, J. (2011): Un análisis cuantitativo de la crisis económica en la industria de los periódicos y el grado de desarrollo de la Sociedad de la Información en Europa. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17 (2), 339-348.

LARRAÑAGA, J. (2009): Análisis de los principales aspectos económicos y sociales de las Sociedades de la Información nórdicas y española. El modelo nórdico: un referente para España en Cebrián Herreros, M. (dir.) *Sociedad de la Información y del Conocimiento en los países nórdicos. Semejanzas y divergencias con el caso español*, 79-114. Barcelona: Editorial Gedisa.

LARRAÑAGA, J. (2009): Nuevas tecnologías, nuevos mercados para la imagen: un análisis económico del mercado de la televisión móvil en España. *Icono 14 Actas de la Revista Icono 14 A1: I SIC 08 Imágenes y Cultura en los Medios de Comunicación*, 71-87.

LARRAÑAGA, J. (2008): Análisis económico de la evolución de las audiencias de los medios tradicionales e impacto de Internet en su consumo. *Área Abierta*, 21, 1-18.