Fecha del CVA	10/02/2023

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	PABLO		
Apellidos	GARRIDO PINTADO		
Sexo	Hombre	Fecha de Nacimiento	02/06/1979
DNI/NIE/Pasaporte			
URL Web			
Dirección Email	pablo.garrido@ucm.es		
Open Researcher and Contributor ID (ORCID)	0000-0002-6111-6715		

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Profesor Ayudante Doctor		
Fecha inicio	2020		
Organismo / Institución	Universidad Complutense de Madrid		
Departamento / Centro	Organización de Empresas y Marketing / Facultad de Comercio y Turismo		
País		Teléfono	
Palabras clave	Comercio electrónico; Futurismo		

A.3. Formación académica

Grado/Master/Tesis	Universidad / País	Año
Programa Oficial de Doctorado en Técnicas y Procesos de Creación de Imágenes: Aplicaciones Sociales y Estéticas	Universidad Complutense de Madrid	2010
Máster en Dirección de Publicidad y Relaciones Públicas en Comunicación Digital	Universidad de Málaga	2003
Licenciado en Ciencias de la Información Sección Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Málaga	2002

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias

AC: Autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición firma solicitante / total autores. Si aplica, indique el número de citaciones

1 **Artículo científico**. Lidia; David; Pablo. 2022. Digital audio and programmatic ad buying: status and prospects in the post-pandemic context El profesional de la información. EPI. 31-5, pp.13.

2 **Artículo científico**. Juan Gabriel; Pablo; José Antonio. 2022. Is true friendship possible on Facebook? A study from the psychological perspective of Laín Entralgo 35-1, pp.233-245.

3 **Artículo científico**. Pável Sidorenko Bautista; Pablo Garrido Pintado. 2021. Communication and advertising of sustainable tourism in city brand construction. The case of the international certification 'Biosphere Tourism' in Spain Revista Mediterránea de Comunicación. Grupo de Investigación Comunicación y Públicos Específicos (COMPUBES). Departamento de Comunicación y Psicología Socia. 1-12, pp.15-28. ISSN 1989-872X.

4 **Artículo científico**. Pablo Garrido Pintado; Raquel Caerols Mateo; Juan Gabriel García Huertas. 2018. Estudio Delphi sobre la evolución y perspectivas de la compra programática de publicidad en España Revista Doxa Comunicación. CEU Ediciones. 27, pp.253-271.

5 **Artículo científico**. Pablo Garrido Pintado; Francisco García García. 2013. Agencias de Viaje Online: Aplicación de un modelo de sedes web TURYDES: Revista de investigación en turismo y desarrollo local. EUMET. 6-15.
6 **Artículo científico**. Pablo Garrido Pintado. 2012. Creatividad e innovación en la promoción turística online Creatividad y Sociedad. 18.
7 **Capítulo de libro**. Pablo; Carlota. 2022. Motivaciones y frenos de la aplicación de la gamificación y advergaming al sector turístico en España Narrativas emergentes para la comunicación digital. Dykinson. pp.104-126.
8 **Capítulo de libro**. Pablo; Gonzalo. 2021. ¿Pueden ser los contenidos de marca palanca para la transformación social? Aproximación a la iniciativa Aprendemos Juntos de BBVA El Branded Content en la Comunicación Posdigital: Estructuras, aplicaciones y casos de éxito. Tirant lo Blanch. pp.255-272.
9 **Capítulo de libro**. 2021. Advergaming in Tourism: Spanish Cases Share| Gamification for Tourism. Channel View Publications. ISBN 9781845418236.
10 **Capítulo de libro**. 2014. Advergaming como herramienta publicitaria Nuevas culturas y sus nuevas lecturas. Mc Graw Hill Education. pp.281-286.
11 **Capítulo de libro**. Pablo Garrido Pintado; Paloma Fernández Fernández. 2014. Branded Content & Storytelling: La distancia más corta entre dos personas es una historia Últimos estudios sobre Publicidad: de "Las Meninas" a los tuits. Editorial Fragua. pp.35-48.
12 **Capítulo de libro**. 2011. Ferrocarril, Turismo y Sostenibilidad Los blogs como herramientas de comunicación en el mundo ferroviario: el caso de turismoytren.com.
13 **Libro o monografía científica**. 2013. Agencias de viaje online, situación y perspectivas en el comercio electrónico español Icono 14.

C.2. Congresos

1 El turista conectado: De espectador a productor de contenidos. III Congreso Internacional Sociedad Digital. 2014. España.
2 Paloma Fernández Fernández; Pablo Garrido Pintado. Madrid vs Río de Janeiro: La gestión del Social Media en las ciudades. III Congreso Ciudades Creativas. 2013. Brasil.
3 Advergaming y viajes. Uso del juego interactivo para la promoción de destinos turísticos.. II Congreso Internacional Sociedad Digital. 2011. España.

C.3. Proyectos o líneas de investigación

1 **Proyecto**. Medialab Madrid como modelo transversal: Arte, ciencia y tecnología sociedad + sostenibilidad para la agenda digital. Comunidad de Madrid. (Universidad Complutense de Madrid). 01/01/2020-31/05/2022. 63.650,97 €.
2 **Proyecto**. 931077 GRUPO DE ESTUDIOS DE CONDUCTAS Y COMPETENCIAS SOCIOCOMUNICATIVAS DE LA INFANCIA Y LA JUVENTUD EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC). FRANCISCO GARCÍA GARCÍA. (Universidad Complutense de Madrid). Desde 01/10/2018.
3 **Contrato**. LABORATORIO DE INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA 01/01/2017-01/01/2018. 1.200 €.
4 **Contrato**. AUDITORIA DE LAS HUMANIDADES DIGITALES: DESARROLLO DE SOFTWARE PARA LA RECREACION DEL PROCESO CREATIVO DEL PATRIMONIO CULTURAL ESPAÑOL RAQUEL CAEROLS MATEO. 01/03/2016-01/03/2017. 600 €.
5 **Contrato**. El Audiovisual Educativo del Futuro: nuevas funcionalidades y sistemas de pago por acción de la TV Educativa Gerardo Ojeda Castañeda. 01/04/2010-31/12/2010.
6 **Contrato**. Grupo de Investigación "Observatorio del Sector Publicitario Español" Paloma Fernández Fernández.