

PROPUESTA DE CURSO DE FORMACIÓN PERMANENTE
Máster en Comunicación de las Organizaciones (Mast.CO)

CV RESUMIDO

Apellidos y nombre	Gema Bonales Daimiel		Id:
NIF	Teléfono móvil	Teléfono fijo	Correo electrónico
50112081A	659227624	659227624	gbonales@ucm.es
Área de conocimiento o especialización	Dirección de arte; creación publicitaria; publicidad en Internet; nuevas tecnologías; redes sociales		
EDUCACIÓN REGLADA (Indicar titulación obtenida(s), año e institución)			
Titulación	Año	Institución	
Doctora en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas	2020	Universidad Complutense de Madrid	
Máster universitario en Gestión Comercial y en Dirección de Marketing	2011	ESIC Business & Marketing School y URJC	
Máster en Creatividad Publicitaria	2009	Zink! Project	
EXPERIENCIA PROFESIONAL			
Puesto	Funciones	Empresa	Período
Profesora universitaria	Clases de Dirección de Arte, Estructura y empresa de la publicidad y Nuevas Tendencias en Comunicación empresarial en el Máster Universitario en Comunicación de las Organizaciones (Mast.CO).	Universidad Complutense de Madrid	(2018-actualmente)
Marketing Digital	Elaboración del plan estratégico integrado dentro de los objetivos generales del departamento, colaborando principalmente en el diseño del manual de identidad visual y en la creación de la nueva web, así como en la creación de contenidos publicitarios en RRSS y material ATL y BTL.	CESAL ONG	2021
Marketing Digital	Desarrollo de la estrategia de comunicación, principalmente en el medio Online: gestión y dinamización de foros, Redes Sociales; realización de campañas en Facebook y Google Ads y desarrollo y mantenimiento de la web y del blog.	Padi Proyectos S.A.	2018-2020

Responsable de Marketing y Comunicación	Definición y desarrollo del plan de marketing, así como de la estrategia de comunicación; control del presupuesto; desarrollo de notas de prensa y relación con medios de comunicación; realización de eventos;	MICROPOLIX. Magus Creativa Europe S.L.	2015-2017
	gestión y dinamización de redes sociales; desarrollo de contenidos de interés para nuestros públicos (Branded Content); velar por el cumplimiento de la política de marca garantizando la coherencia con la estrategia de marketing y publicidad; medir y reportar el desempeño de la marca y de marketing; detectar, diseñar y proponer oportunidades de colaboración (patrocinio).		
Responsable de Marketing y Comunicación	Definición y desarrollo del plan de marketing y de negocio de la empresa de reciente creación y su puesta en funcionamiento. Lanzamiento de nuevos servicios y plan de acción. Diseño de la comunicación y la oferta comercial.	Translimp Contract Services	2011-2013
Marketing Online	Soporte al departamento en diseño y contenido web, diseño y envío emailings. Medición y analítica web (Google Analytics).	Pc City Spain S.A.U.	2011

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Curso o especialización	Conocimientos o habilidades adquiridas	Duración
Google Adwords. Actívale	Google Adwords Fundamentals y Google Avanzado sobre publicidad de Display	30h
Diseño Gráfico	Herramientas de diseño gráfico: paquete Adobe (Photoshop, Illustrator e InDesign)	520h
Multimedia y animación	Herramientas de animación: 3Ds Max	300h
Design Thinking: BThinker 2022	Innovar y a explorar nuevas soluciones a problemas	20h
Curso para la obtención del CAP	Aptitud pedagógica	20h

OTROS DATOS DE INTERÉS

(Indicar otros méritos, habilidades personales, etc. relacionados con el curso)

Gema es Profesora Ayudante Doctora en el departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada de la UCM. En lo profesional ha trabajado en Agencias de Publicidad -Contrapunto y Publicis Dialog-, en Medios de Comunicación -COPE y TVE- y en la última etapa en Departamentos de Marketing de empresas. En el ámbito académico cuenta con experiencia como docente en la Universidad Europea de Madrid y ha colaborado con diversos Másteres impartidos en Trácor (Universidad CEU San Pablo) y la UCM. Asimismo, ha participado en varios proyectos de innovación docente.

Su trayectoria investigadora está muy centrada en el impacto de las nuevas tecnologías en la comunicación publicitaria. En sus últimos trabajos, Gema ha investigado la forma en que estos nuevos medios y canales publicitarios -las redes sociales (Twitch, Tik Tok, Twitter, Facebook e Instagram), los móviles (asistentes de voz), chatbots o Internet- ayudan a mejorar la comunicación publicitaria realizada por las marcas o instituciones.