

Fecha del CVA	Noviembre 2021
----------------------	----------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	Gemma Barón Dulce		
DNI/NIE/pasaporte	51064267N	Edad	46
Nª identificación	Código ORCID	https://orcid.org/0000-0002-1938-1224	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Nebrija		
Dpto./Centro	Departamento de Publicidad		
Dirección	Campus Princesa. c/ Santa Cruz de Marcenado, 27. 28015 Madrid		
Teléfono	91 452 11 00	correo electrónico	gbaron@nebrija.es
Categoría profesional	Profesora contratada doctora	Fecha inicio	20/04/2010
Códigos UNESCO	531101		

A.2. Formación académica

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Publicidad y RRPP	Universidad Nebrija	1998
Máster Dirección de Comunicación	Universidad Católica de Murcia	2011
Doctorado en CC. Comunicación	Universidad Nebrija	2017

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Después de más de 10 años de experiencia profesional en agencias de publicidad, anunciantes y otras empresas del sector, me incorporé a la Universidad Nebrija para trabajar en un proyecto de investigación en el seno del Plan Avanza I+D+i y a partir de entonces, inicié mi carrera académica en la Universidad Nebrija como profesora e investigadora. Considero que mi incorporación a la Universidad fue tardía y circunstancial, pero enseguida me di cuenta de que es lo que quería para el resto de mi vida.

Desde segundo curso de carrera realicé distintos periodos de prácticas en empresas como Global Marketing Project y la agencia Euro RSCG Servicios de Marketing. Una vez finalicé, trabajé en distintas agencias y anunciantes en España y en Francia, donde fui a cubrir una baja de maternidad al Dpto. de Publicidad para Francia en Automóviles Citroën, perteneciente al Grupo automovilístico PSA. En España he trabajado en anunciantes como Citroën España, France Télécom, con sus filiales Uni2 y Wanadoo y en agencias con clientes como Movistar, Sony Pictures, Columbia Home Entertainment, Sony Playstation, Artsana Italia, con sus marcas Chicco, Control, Pic, entre otras.

Tras unos años, regresé a Automóviles Citroën España para organizar el departamento de Ventas exportación de V.O., gestionando una cartera de clientes franceses y alemanes. Mi última experiencia en el sector fue como Jefe de Proyecto en consultoría de fidelización en una empresa francesa de Marketing de Fidelización para, finalmente, incorporarme en 2010 a la Universidad Nebrija, donde he desarrollado mi carrera académica docente e investigadora desde entonces con una carga importante de gestión en el área de la publicidad y el marketing.

A lo largo de casi 11 años he impartido docencia en la licenciatura y el Grado en Publicidad y RRPP, en el Grado en Marketing y en el Máster en Marketing y Publicidad Digital; he dirigido TFGs y coordinado TFMs, además de participar en multitud de tribunales en grado y máster; desde 2012 he asumido cargos de gestión coordinando o dirigiendo programas de máster y grado. Como directora de un título, además del diseño del plan de estudios y la coordinación vertical y horizontal del programa en la facultad e inter-facultades, en las dobles titulaciones, me responsabilizo de la admisión de los candidatos, la selección de docentes, la programación de actividades de extensión universitaria, la gestión del presupuesto y algunas labores de enfoque comercial.

En el ámbito de la calidad, formo parte de la Comisión de Garantía de la Calidad desde su creación y colaboro con la Fundación Madri+d como Secretaria de paneles para la renovación de la acreditación de títulos de universidades madrileñas desde 2018-2019. También he pertenecido a 5 grupos de investigación desde 2010.

Evaluación positiva en las figuras Profesor Contratado Doctor, Profesor de Universidad Privada y Profesor Ayudante Doctor por ANECA (2021).

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones

Libros:

- Barón-Dulce, G., Alameda García, D. and Pacheco Ortega, E. El branded content como herramienta de consecución de objetivos de marca y marketing. En: El Branded Content en la comunicación posdigital: estructuras, aplicaciones y casos de éxito, coord. Olivares Santamarina, J y Gago Gelado, R. Tirant Lo Blanch. ISBN: 978-84-18534-04-1
- Saavedra, M., Rodríguez, L., Barón, G. and Rubio, J. (2017). La Audiencia Social en el formato de entretenimiento: el *talent* y el *reality show* a examen. En: M. Saavedra and L. Rodríguez, eds., Audiencia social. Estrategias de comunicación para medios y marcas, 1st ed. Madrid: Editorial Síntesis, pp.89-104. ISBN: 978-84-9077-439-7
- Toledano, F., Miguel, B., Barón, G. and De Miguel, M. (2017). Anunciantes y Audiencia Social. Heineken y la final de la UEFA Champions League 2016. In: M. Saavedra and L. Rodríguez, ed., Audiencia social. Estrategias de comunicación para medios y marcas, 1st ed. Madrid: Editorial Síntesis, pp.133-142. ISBN: 978-84-9077-439-7
- Perlado Lamo De Espinosa, M. and Barón Dulce, G. (2017). La enseñanza de la Dirección de Comunicación en los grados de Marketing. En: M. Perlado Lamo De Espinosa and M. Saavedra Llamas, ed., Los estudios universitarios especializados en Comunicación en España, 1st ed. Barcelona: Editorial UOC, pp.147-162. ISBN: 978-84-9116-701-3
- Rodríguez Fernández, L. and Barón Dulce, G. (2017). La enseñanza del área de la Dirección de Comunicación en los grados de Publicidad y Relaciones Públicas. En: M. Perlado Lamo De Espinosa and M. Saavedra Llamas, ed., Los estudios universitarios especializados en Comunicación en España, 1st ed. Barcelona: Editorial UOC, pp.103-120. ISBN: 978-84-9116-701-3
- Rodríguez Fernández, L., Saavedra Llamas, M. and Barón Dulce, G. (2016). Modelización de estrategias de Audiencia Social: agentes profesionales responsables de su desarrollo. En: M. Saavedra Llamas, M. De Miguel Zamora, Coords. and C. Jiménez Narros, ed., Tendencias del ecosistema mediático, 1st ed. Madrid: Editorial Dykinson, pp.189-198. ISBN: 978-84-9085-853-0

Artículos

- Pérez Escoda, A., Barón-Dulce, G., & Rubio-Romero, J. (2021). Mapeo del consumo de medios en los jóvenes: redes sociales, 'fake news' y confianza en tiempos de pandemia. *index.Comunicación*, 11(2), 187-208. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Mapeod>
- Rubio-Romero, J.; Jiménez, J.M.; Barón-Dulce, G. (2019). Las redes sociales digitales como espacios de sociabilidad de los adolescentes. Estudio de caso del colegio Escolapios de Aluche // Digital social networks as spaces for sociability among adolescents. Case study: Escolapios school in Aluche. *Revista Mediterránea de Comunicación*, Vol. 10, Núm. 2, (85-99). ISSN: 1898-872X. <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/14746>
- Rubio-Romero, J.; Barón-Dulce, G. (2019). Actitudes de los jóvenes hacia las comunidades virtuales y su vínculo con las marcas. Una aproximación a través de los

estudiantes universitarios de comunicación y de marketing de la Universidad Nebrija. Revista AdComunica, Núm. 18 (41-62). ISSN: 2174-0992. <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/607>

- Saavedra Llamas, M.; Rodríguez Fernández, L.; Barón Dulce, G. (2015). Audiencia social en España: Estrategias de éxito en la televisión nacional, Icono 14, volumen 13 (215-237). ISSN: 1697-8293. <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/822>

Congresos y Ponencias

- Barón-Dulce, G. (2021). "Nebrija medialab: Laboratorio de publicidad y marketing" en el simposio Prácticas Excelentes en la Docencia Universitaria organizado por la International Society for Interdisciplinary Communication Studies (ISICS) y la Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. <https://docenciauniversitaria.org/#ponentes>
- Rodríguez Fernández, L., Saavedra Llamas, M. and Barón Dulce, G. (2016). Modelización de estrategias de Audiencia Social: agentes profesionales responsables de su desarrollo. Congreso PIATCOM, Universidad Nebrija, Madrid, España. 24-25 mayo 2016. <http://www.congresopiatcom.com/descargas/programa-comunicaciones.pdf>
- Perlado, M., Rubio, J., Barón, G., Miguel, B. (2015) Map of training in corporate communications in Spain and Latin America. Exploratory study approach in collaboration with industry associations. International Conference on Education and New Learning Technologies, Edulearn2015. Barcelona, España. 6-8 julio 2015. <https://library.iated.org/view/PERLADOLAMODEESPINOSA2015MAP>
- Perlado Lamo de Espinosa, M.; Barón Dulce, G. y Miguel San Emeterio, B. "Procedimiento para la creación de una rúbrica de evaluación del TFM de Comunicación en la Universidad Nebrija". IV Congreso Universitario de Docencia Universitaria. Vigo. 2015. http://www.cindu2015.org/docs/CINDU2015_orales_final.pdf
- Perlado, M., Ojeda, C., & Baron, G. (2012). Implementation of the online master's degree in marketing and digital advertising in partnership with Yahoo! A case study from Nebrija University. In *ICERI2012 Proceedings* (pp. 197-202). IATED.

C.2. Proyectos

- Participación en proyecto Realidad virtual y extendida para la innovación docente actoral (2018-2019). Investigación financiada por Acting Studio Cinema Room a través de la convocatoria pública Cheque Innovación de la CAM. IP: Juana Rubio-Romero. Duración: 01/01/2018- 01/07/2019. Cuantía proyecto: 11.000 €.
- Participación en el proyecto TICOMCOR (2016). Descripción: Investigación de las titulaciones universitarias en Comunicación Corporativa en España: perfiles, contenidos y competencias. Proyecto financiado por la Asociación DIRCOM, con la colaboración de la Asociación Foro para el Conocimiento y la Investigación de la Comunicación.
- Participación en el Proyecto MARKETNET (2009-2011). Canal temático formativo y de asesoramiento sobre técnicas actualizadas de marketing online". Financiado por el Plan Avanza del Ministerio de Industria Turismo y Comercio.

CV DATE	November 2021
----------------	---------------

Part A. PERSONAL INFORMATION

First and family name	Gemma Barón Dulce		
ID number	51064267N	Age	46
Research Code	ORCID	https://orcid.org/0000-0002-1938-1224	

A.1. Current position

Name of University Department	Nebrija University. Faculty of Communication and Arts		
Address and Country	Santa Cruz de Marcenado, 27. 28015 Madrid		
Phone number and email	91 452 11 00 (3763) • gbaron@nebrija.es		
Current position	Full Professor	Since	2010
UNESCO Codes	531101		

A.2. Education

University	Grade	Year
Universidad Nebrija	Bachelor Advertising and Public Relations	1998
Universidad Católica de San Antonio (UCAM)	Master Communication Direction (DIRCOM)	2011
Universidad Nebrija	PhD in Communication Sciences	2017

A.3. Articles, h index, thesis supervised

Articles	4 articles, 6 book chapters, 5 congress presentations and 3 research projects
Google Scholar citations	56
Thesis supervised	0 (1 in progress)

Parte B. CV SUMMARY

Since 1998 I have been working in different advertising agencies and advertisers in Spain and France. In 2010 I joined the Nebrija University, where I have developed my academic teaching and research career since then with a very important management load in advertising and marketing. Throughout almost 11 years I have taught in the Bachelor and Degree in Advertising and Public Relations, in the Degree in Marketing, and Master Marketing & Digital Advertising; I have directed TFGs and coordinated TFMs, in addition to participating in a multitude of courts in bachelor's and Master's Degree; since 2012 I have held management positions coordinating or directing master's and bachelor programs. As director of a bachelor, in addition to the design of the study plan and the vertical and horizontal coordination of the program in the faculty and interfaces, in double bachelor, I am responsible for the admission of candidates, the selection of teachers, the programming of university outreach activities, budget management and some commercial focus work. In the field of quality, I have been part of the Quality Assurance Commission since its creation in 2011 and I collaborate with the Madri+d Foundation as Secretary of panels for the renewal of the accreditation of Madrid university studies from 2018-2019. I have also belonged to 5 research groups since 2010. Positive evaluation in the figures Contracted Professor Doctor, Professor of Private University and Assistant Professor Doctor by ANECA (2021).