

# CURRICULUM VITAE

<b>Parte A. DATOS PERSONALES</b>		<b>Fecha del CVA</b>	29-09-2020
Nombre y apellidos	Jose P. Olivares Santamarina		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid	<a href="https://orcid.org/0000-0002-3598-2601">https://orcid.org/0000-0002-3598-2601</a>	

## A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Nebrija		
Dpto./Centro	Facultad de Comunicación y Artes		
Dirección	Santa Cruz de Marcenado, 27. 28015 Madrid		
Teléfono	correo electrónico	<a href="mailto:jolivaress@nebrija.es">jolivaress@nebrija.es</a>	
Categoría profesional	Profesor	Fecha inicio	2017
Espec. cód. UNESCO	6308		
Palabras clave	Ciencias sociales, comunicación, publicidad, relaciones públicas		

## A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado Publicidad y RRPP	Universidad Complutense de Madrid	1998
Doctor Com. y Publicidad	Universidad Complutense de Madrid	2017

## A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

El investigador comienza su producción científica en 2016 contando en la actualidad con un índice de citación h1 y un promedio de citas anuales de 15 según muestran los indicadores de Google Academic. Actualmente cuenta con 1 publicación de primer cuartil (Q1): Álvarez-Flores, Erika-Patricia; Núñez-Gómez, Patricia; Olivares-Santamarina, José P. (2018). "Perfiles profesionales y salidas laborales para graduados en Publicidad y Relaciones Públicas: De la especialización a la hibridación". *El profesional de la información*, v. 27, n. 1, pp. 136-147. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.13>

Sus principales líneas de investigación, además de Nuevos Perfiles Profesionales, abarcan la Publicidad Digital y los nuevos modelos de relación de las marcas con sus públicos, la planificación estrategia publicitaria en entornos transmedia, la creatividad digital integrada y el desarrollo de la innovación en marketing y comunicación. Es evaluador de artículos de investigación académica para las revistas: Prisma Social y Pensar la Publicidad. Igualmente, desde el mismo año de su fundación en 2016, es investigador de la Cátedra de Comunicación y Marketing por la Infancia y Adolescencia UCM | TMKF. Y cuenta con una patente de modelo para la construcción de estrategias de comunicación comercial en plataformas digitales: Registro de la Propiedad Intelectual 09-RTPI-05354.2/2017

## Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Doctor Cum Laude en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid con la tesis doctoral "Comunicación comercial en Facebook de marcas de gran consumo en España: 2010-2015". Máster en Comunicación Corporativa y Publicitaria por la Universidad Complutense de Madrid y Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid rama de Publicidad y Relaciones Públicas. Profesor de Creatividad, Marketing Digital, Estrategia e Innovación impartiendo docencia en Grado y en Posgrado en diversas universidades y escuelas de negocio, tanto nacionales como internacionales. Es Director del Máster oficial en Dirección de Publicidad Integrada TBWA de la Universidad Nebrija.

Es especialista en planificación estratégica y creatividad en entornos transmedia con más de 25 años de experiencia profesional en consultoras y agencias multinacionales como DDB, Ogilvy, Territorio Creativo, Foote Cone and Belding o Kreab Consulting con los que ha ganado premios profesionales en festivales de creatividad publicitaria como El Sol, CannesLions, El Ojo de Iberoamérica, London International Awards o Eurobest.

Ha participado en conferencias, congresos, seminarios, etc., como:

2016 - Ponente y miembro del panel de expertos en planificación estratégica por segundo año consecutivo de la Semana de la Comunicación en la Universidad Europea de Madrid (UEM).

2017 - Ponente del Encuentro de Marketing y Comunicación de la Coordinadora de Organizaciones de Cooperación para el Desarrollo en la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid (UCM).

2018 - Ponente, portavoz y director de la mesa de trabajo de la I Jornada Sobre la Enseñanza de la Creatividad y su Aplicación a la Empresa: Día E, Educando en Creatividad. Formar a los formadores: cómo educar en un entorno cambiante. Club de Creativos de España (cdec).

2019 – Ponente, Moderador de Mesas Redondas y Defensa de comunicaciones del VII Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales, Retos de la tecnología en los ámbitos de la sociedad del Centro Universitario CESINE.

2019 – Ponente, *Proceeding* y Defensa de comunicación en el IX Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia CUICIID2019, en área temática de docencia correspondiente a La Adaptación al EEES: trabajos de campo en las aulas y marco teórico.

2019 – Ponente, *Proceeding* y Defensa de comunicación en el IX Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia CUICIID2019, en el área temática de docencia correspondiente a Las Nuevas Fórmulas Docentes: técnicas y formas.

2019 – Ponente y Defensa de comunicación en el IX Congreso Internacional de Comunicación y Tecnología COMUNICA2, en el área temática del Uso del lenguaje en los nuevos medios.

2020 – Ponente y Defensa de comunicación en el I Congreso Internacional sobre Comunicación y Redes Sociales en la Sociedad de la Información COMRED, en el área temática de Publicidad y redes sociales.

2020 – Ponente, Defensa de comunicación y publicación en el X Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia CUICIID2020, en área temática de comunicación persuasiva: Big Data, Bulos, Falsedades, Silencios, Marketing digital, Neuromarketing, Publicidad y RR. PP.

2020 – Ponente, Defensa de comunicación y publicación en el X Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia CUICIID2020,, en el área temática de docencia correspondiente a Las Nuevas Fórmulas Docentes: contenidos.

Y en términos de academia y asociaciones profesionales:

2011/2013 - Miembro de la Junta Directiva del Club de Creativos, Comisión de Formación.

Actualidad – Miembro del CdeC, Club de Creativos de España.

Actualidad – Miembro de APG Spain, Account Planning Group.

Actualidad – Miembro de la Academia de la Publicidad

## **Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES** (ordenados por tipología)

### **C.1. Publicaciones**

- Olivares Santamarina, J., Gago Gelado, R. (2020). El Branded Content en la comunicación posdigital: estructuras, aplicaciones y casos de éxito. (Coords). Ediciones Tirant Lo Blanch. ISBN 978-84-18534-04-1

- Olivares Santamarina, J., Toledano Cuervas-Mons, F., Santacruz Carmona, N. (2020). Nuevos perfiles profesionales y su integración en la industria publicitaria: de la transformación digital a un

nuevo modelo de agencia, En Perlado Lamo de Espinosa, M., Grijalba de la Calle, N., Sociedad Digital y Empleabilidad en Comunicación (pp. 251-273). Salamanca, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN 978-84-17600-21-1

- Olivares-Santamarina, Jose P. (2019). La comunicación comercial de marcas en social media y el transmedia storytelling: del impacto recurrente a la relación de engagement. En Sierra Sánchez, J., Lavín, J. M., *Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información* (pp. 121-133). Madrid, España: McGraw-Hill. ISBN (impreso): 8448618181 (E.A.N.: 978-84-486-1818-6) ISBN (digital-Blink): 844861819X (E.A.N.: 978-84-486-1819-3) Depósito legal: M-16022-2019
- Farrán-Acebes, Susana; Olivares-Santamarina, José P.; Bergaz-Portolés, María (2019). Conexión transversal de asignaturas de Grado como réplica de flujo de trabajo interdepartamental en agencias de publicidad: un proyecto de innovación docente. En *Las Nuevas Fórmulas Docentes: técnicas y formas*. Madrid, España: Pirámide.
- Herrero de la Fuente, Mercedes; Olivares-Santamarina, José P.; Miguel San Emeterio, Begoña (2019). La vinculación efectiva entre la formación universitaria de postgrado y el desempeño profesional: del saber al saber hacer. En *Adaptación al EEES: trabajos de campo en las aulas y marco teórico*. Madrid, España: Pirámide.
- Álvarez-Flores, Erika-Patricia; Núñez-Gómez, Patricia; Olivares-Santamarina, José P. (2018). "Perfiles profesionales y salidas laborales para graduados en Publicidad y Relaciones Públicas: De la especialización a la hibridación". *El profesional de la información*, v. 27, n. 1, pp. 136-147. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.13>
- Olivares-Santamarina, José P. (2017). Cultivando la coherencia de marca en la comunicación transmedia. En Álvarez Ruiz, A., *La Magia del Planning: cómo la planificación estratégica puede potenciar la comunicación persuasiva*. (pp. 265-278). Madrid, España: ESIC Editorial. ISBN: 9788416701520

## **C.2. Proyectos I+D+i**

- Proyecto de Innovación Innova-Docencia UCM-290-18. Mapa visual de orientación profesional para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas (septiembre 2018 – junio 2019).
- Proyecto de Innovación Innova-Docencia UCM-60-19. Mapa visual de orientación profesional para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas (junio 2019 – junio 2020).

## **C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia**

2018 - Dirección de la Cátedra Internacional: Midamos lo Efectivo. Programa de Mercadeo y Publicidad. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Bogotá, Colombia.

## **C.4. Patentes**

- Olivares Santamarina, J. (2017). Modelo para la construcción de Estrategias de Comunicación Comercial en la Plataforma Facebook. Registro de la Propiedad Intelectual: 09-RTPI-05354.2/2017

## **C.5. Dirección de trabajos**

2018 – Director del Trabajo Fin de Grado presentado por D. Juan Muñoz Domínguez titulado "Creación y desarrollo de una campaña publicitaria integral: rebranding, reposicionamiento, personalidad corporativa y propuesta de lanzamiento. El caso de experiencia total de marca Des Moines Menace" el 14 de diciembre en la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija.

2019 – Director del Trabajo Fin de Grado presentado por Dña. Irene Requena Anaya titulado "Promoción publicitaria de una obra teatral desarrollada dentro de un contexto transversal universitario: el caso Nebrija Escena y Hotel Europa" el 17 de julio en la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija.

## **C.6. Actividades de formación**

2018-2020 – Investigador principal del proyecto de innovación docente puesto en marcha desde la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija que conecta transversalmente las asignaturas de Dirección de Cuentas, Creatividad Publicitaria y Planificación de Medios de 3º de los Grados en Publicidad y RR.PP. y Marketing, para reproducir la relación cliente-agencia y replicar todos los procesos y flujos de trabajo que se realizan en una agencia de publicidad, contando con la participación profesional de BMW España y su agencia SCPF.

## **C.7. Tareas de evaluación**

2018 - Secretario de Tribunal de Tesis de la defensa efectuada por D<sup>a</sup> María Begoña Miguel San Emeterio titulada “Las competencias digitales en los grados de periodismo, publicidad y relaciones públicas y comunicación audiovisual en la universidad. El caso de la Comunidad de Madrid”, el 10 de octubre de 2018 en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

2017 - 2020 - Presidente del tribunal de Trabajos de Fin de Máster diversos presentados a lo largo de 2017, 2018, 2019 y 2020 correspondientes a los Másteres Oficiales en Dirección de Publicidad Integrada TBWA, y Marketing y Publicidad Digital IAA de la Universidad Nebrija.

2017 - 2020 – Presidente y secretario del tribunal de Trabajos de Fin de Grado diversos presentados a lo largo de 2017, 2018, 2019 y 2020 correspondientes a los Grados de Publicidad y Relaciones Públicas, y Marketing de la Universidad Nebrija

## **C.8. Premios**

Ha obtenido diversos premios profesionales como:

2014 - Sol de Plata en la categoría Digital en el Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria “El Sol” para Canal + por La mujer que no puede ver películas.

2014 - Sol de Bronce en la categoría Mobile en el Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria “El Sol” para Heineken por #LegendaryTutorials.

2014 - Sol de Bronce en la categoría Contenidos de Marca en el Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria “El Sol” para Heineken por #LegendaryTutorials.

2014 - León de Bronce en la categoría Cyber en el Cannes Lions International Festival of Creativity “CannesLions” para Canal+ por The woman who can't watch movies.

2014 - LIA de Plata en la categoría Online en el London International Awards “LIA” para Canal+ por The woman who can't watch movies.

2014 - Ojo de Plata en la categoría Interactiva en El Ojo de Iberoamérica “El Ojo” para Canal + por La mujer que no puede ver películas.

2014 - Shapphire de Plata en la categoría Digital and Social Media Integration en el Cristal Festival of Creativity and Innovation “Cristal” para Heineken por #LegendaryTutorials.

2014 - Eurobest de Bronce en la categoría Interactive en el Eurobest festival of creativity “Eurobest” para Canal+ por The woman who can't watch movies.

Y premios con estudiantes como:

2015 - Mentor del grupo de trabajo de estudiantes de la Universidad Francisco de Vitoria (UFV) que resultó vencedor de la VIII edición de la Liga de la Publicidad de la International Advertising Association (IAA) con el proyecto de *brand utility* 'CoCo de El Mundo' para Unidad Editorial.

2018 - Mentor del grupo de trabajo de estudiantes de Grado de la Universidad Nebrija que resultó finalista de la I edición del proyecto Telepizza Excellence Lab con el proyecto de *brand utility* 'TelepiPetz' para Telepizza España.

2019 - Mentor del grupo de trabajo de estudiantes de la Universidad Antonio de Nebrija que resultó ganador del Premio al Mejor Uso del Idioma Español en publicidad concedido por la

Real Academia de la Lengua (RAE) en el Desafío de la Academia de la Publicidad con el proyecto integrado 'Mañana' para Toyota España.

2019 - Mentor del grupo de trabajo de estudiantes de la Universidad Antonio de Nebrija que resultó ganador de la III edición de Excellence Lab de Telepizza con el proyecto integrado 'Compis' para Grupo Telepizza y LaLiga Genuine-Santander.

2020 - Mentor del grupo de trabajo de estudiantes de la Universidad Antonio de Nebrija que resultó ganador de la IV edición de Excellence Lab de Telepizza con el proyecto integrado 'Retornables' para Grupo Telepizza y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

2020 - Mentor del grupo de trabajo de estudiantes de la Universidad Antonio de Nebrija que resultó ganador del Tour cdec 2020 del Club de Creativos de España con el proyecto 'Las historias más cortas' para la ONG Plan Internacional.

**C.9.**

**C.10...**