

CURRICULUM VITAE

Fecha del CVA	27/09/2020
----------------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y Apellidos	Juana Rubio Romero		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	D-9800-2018	
	Código ORCID	0000-0002-9389-6269	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Antonio de Nebrija		
Dpto. / Centro	Facultad de Comunicación y Artes		
Dirección	Cabo Cuberris, 3, 28290, Las Rozas		
Teléfono	914521100	Correo electrónico	jrubio@nebrija.es
Categoría profesional	Investigadora Principal (IP) y Profesora	Fecha inicio	1996
Espec. cód. UNESCO	630303 - Metodología		
Palabras clave	Paradigmas y modelos de investigación educativa; Métodos de investigación cualitativa; Ciencias del comportamiento; Comportamiento social		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Fundamentos y desarrollos psicoanalíticos	Universidad Complutense	2008
Licenciada en Filosofía y Letras	Universidad Complutense	1978

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

Google Académico Citas 145 • Índice h 5 • Índice i 3

ResearchGate (23/07/2019): Interés total de investigación: 36.3 • Citas: 51

Tesis Doctorales defendidas: 3. Las tres valoradas con Sobresaliente, y 2 Cum Laude

Artículos científicos más leídos y citados. Primer autor

(2017) Snapchat o el impacto del contenido efímero. Telos. Cuadernos de comunicación e innovación, 107.

(2015) El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. Icono 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes, 13-2.

Capítulos de libro. Primer autor

(2017) Diseño de la investigación sobre los estudios universitarios especializados en comunicación en España desde la perspectiva profesional de la Dirección en Comunicación, en Los estudios universitarios especializados en comunicación en España. Barcelona: UOC

(2017) La investigación para la creatividad publicitaria, en El creativo publicitario en la era digital. Madrid: Síntesis

Informes científicos-técnicos. Consejería de Salud de la Comunidad de Madrid.

Cuatro en total, de los que destacamos los siguientes

(1996) El sida en las relaciones heterosexuales. Documentos Técnicos de Salud Pública Nº 33. Dirección General de Prevención y Promoción de la salud. Consejería de Sanidad y Servicios Sociales. Comunidad de Madrid

(1996) Los accidentes infantiles en la Comunidad de Madrid. Documentos Técnicos de Salud Pública Nº 35. Dirección General de Prevención y Promoción de la salud. Consejería de Sanidad y Servicios Sociales. Comunidad de Madrid.

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Juana Rubio Romero es Licenciada en Filosofía y Letras (Sección Psicología) por la Universidad Complutense de Madrid (1976) y Doctora en Ciencias de la Información (Sobresaliente "Cum Laude") por el Programa de Estudios Psicoanalíticos de la Universidad Complutense de Madrid (2007).

Acreditada como Profesora contratada doctora está vinculada como profesora permanente a la Universidad Nebrija desde 1996, adscrita a la Facultad de Ciencias de la Comunicación (en la actualidad Facultad de Comunicación y Artes). Imparte docencia en los programas de Grado y de Máster de dicha facultad y en los de Grado en la Facultad de Ciencias Sociales. Su área de especialización es la de Metodologías de Investigación y Teoría de la Comunicación. Asimismo, ha sido Directora-Coordinadora del curso CIM (Curso de Investigación en Marketing) organizado por la asociación AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado y Opinión) entre 2002 – 08, y profesora conferenciante en el IEDE (Istituto Europeo de Design Madrid) y en el TEC de Monterrey (Campus Puebla, México). Su actividad docente está avalada por los favorables resultados en las numerosas encuestas de estudiantes así como por los procesos de evaluación del programa Docentia. A lo largo de su trayectoria académica ha realizado múltiples cursos de especialización y de actualización de su ámbito de conocimiento, así como de innovación y mejora docente.

En el ámbito de la gestión académica, actualmente es Tutora de curso. Hasta el curso 20-21 ha sido IP del Grupo Nebrija de Investigación en Comunicación (INNECOM) durante más de 15 años. También ha sido Coordinadora de Investigación y de Doctorado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, donde ha dirigido tres Tesis Doctorales.

Su actividad de investigación se centra fundamentalmente en dos líneas; por un lado en los jóvenes y las redes sociales y, por otro, en las competencias y perfiles profesionales relacionados con la comunicación. De ambas líneas se derivan diferentes publicaciones y estudios. Ha participado en el proyecto competitivo I+D+i "MARKETNET-Canal temático formativo y de asesoramiento sobre técnicas actualizadas de marketing online" (2009) Proyecto Nacional/ Cooperativo (Tractor Avanza), subvencionado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y en el proyecto "Estudio TICOMCOR. Investigación de las Titulaciones Universitarias en Comunicación Corporativa en España: perfiles, contenidos y competencias" (2015) patrocinado por la Asociación de Directores de Comunicación en España. De este último proyecto deriva el libro Los estudios universitarios especializados en comunicación en España. Un análisis desde la perspectiva profesional de la dirección de comunicación (2014-2015), publicado en 2017 en UOC.

Anterior a su entrada en la universidad, cuenta con una dilatada experiencia profesional como Técnico de Investigación en el área de la investigación social y de mercados y ha colaborado con diversos Institutos de investigación (Metra Seis, Eco Consulting, Alef ..., etc.), Agencias Publicitarias (Contrapunto, Tandem, DMB&B..., etc.), fabricantes (Elopack, Toys´R´Us, Bankpyme..., etc.) e instituciones públicas (Consejería de Sanidad y Servicios Sociales de la Comunidad Autónoma de Madrid),

Es miembro de la asociación AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado y Opinión), de la Asociación Cultural Trama y Fondo, y de la Asociación de Mujeres Investigadoras y Tecnólogas (AMIT).

Ha participado en más de 20 Tribunales de Defensa de Tesis Doctoral, en la UCM (Facultad de Filosofía, Facultad de Ciencias de la Información y Facultad de Sociología), en la UAM (Facultad de Filosofía) y en la Nebrija (Facultad de Comunicación y Artes).

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)**C.1. Publicaciones**

- 1 Artículo científico.** Rubio-Romero, J. y 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* Nº18, 41-62.
- 2 Artículo científico.** Rubio-Romero, J., Jiménez, J. M. y Barón-Dulce, G. (2019). Las redes sociales digitales como espacios de sociabilidad de los adolescentes. El caso del colegio Escolapios de Aluche. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 10(2), 85-99.
- 3 Artículo científico.** Juana Rubio-Romero; Marta Perlado Lamo de Espinosa y Mar Ramos-Rodríguez, (2019) La música en la publicidad que atrae a los jóvenes. *Disertaciones. Universidad de Rosario*, Vol. 12, Núm. 2, pp. 97-124. ISSN-e: 1856-9536
- 4 Artículo científico** Juana Rubio-Romero; Marta Perlado Lamo de Espinosa. 2017. Snapchat o el impacto del contenido efímero Telos. Cuadernos de comunicación e innovación. Fundación Telefónica. 107, pp.82-92. ISSN 0213-084X.
- 5 Artículo científico.** Marta Perlado; Juana Rubio. 2017. Creatividad publicitaria y formación de los creativos en la cultura digital *Pensar la Publicidad*. Ediciones Complutense. 11, pp.121- 140. ISSN 1887-8598.
- 6 Artículo científico.** 2016. Las diosas de Desigual Trama y Fondo. *Asociación Cultural Trama y Fondo*. 40, pp.85-100. ISSN1137-4802.
- 7 Artículo científico.** Juana Rubio Romero; Marta Perlado Lamo de Espinosa. 2015. El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios Icono 14. *Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*. 13-2, pp.73-94. ISSN1697-8293.
- 8 Artículo científico.** Perlado, M.; Rubio-Romero, J.(2/2). 2015. Competencias, habilidades y formación del creativo en la era digital *Creatividad y Sociedad*. 23, 6-34. ISSN 1887-7370.
- 9 Artículo científico.** Marta Genís; et al. (4/3). 2012. A new LSP educational experience in Nebrija University *Journal of the European Confederation of Language Centres in Higher Education (CircleS)*. 1-2, pp.467-483. ISSN2191-611X.
- 10 Artículo científico.** Eduardo Montesinos Mulleras; Juana Romero. 2008. Fastest, una técnica cualitativa para detectar los problemas de comprensión de un mensaje publicitario *Revista EAN*. Universidad EAN. 64, pp.19-30. ISSN 0120-8160.
- 11 Artículo científico.** (1/1). 2004. La identidad sexual de los jóvenes en la publicidad de Bacardi Trama y Fondo. *Asociación cultural Trama y Fondo*. 16, 65-73. ISSN 1137-4802.
- 12 Artículo de divulgación.** Marta Perlado; Juana Rubio. 2013. El marketing online: una oportunidad para las pymes *Investigación y Marketing*. AEDEMO. Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión, 120, pp.10-16. ISSN 1131-6144.
- 13 Artículo de divulgación.** 2007. "Be water my friend" o las identidades fluidas en las sociedades de consumo avanzado *Investigación y Marketing*. AEDEMO. 96. ISSN 1131-6144.
- 14 Artículo de divulgación.** . Marta Perlado Lamo de Espinosa; Juana Rubio Romero. (2/ 2). 2005. Rasgos y valores detectados en la publicidad Televisiva que atrae a los jóvenes *Investigación y Marketing*. AEDEMO. Asociación Española de Estudios de Mercado y Opinión. 86, pp.48-52. ISSN 1131-6144.
- 15 Artículo de divulgación.** Marta Perlado; Juana Rubio. 2004. ¿Qué engancha a los jóvenes de la publicidad televisiva? *EIPublicista*.
- 16 Artículo de divulgación.** Juana Rubio Romero. (1/1). 1994. La estrategia comunicativa de la DGT: dramatismo y versosimilitud *Papeles del Psicólogo*. Consejo General de la Psicología de España. 58, pp.93-95Ju. ISSN0214-7823.
- 17 Capítulo de libro.** (1/1). 2017. Diseño de la investigación sobre los estudios universitarios especializados en comunicación en España desde la perspectiva profesional de la Dirección en Comunicación *Los estudios universitarios especializados en comunicación en España*. UOC. pp.27-41. ISBN978-84-9116-701-3.
- 18 Capítulo de libro.** Juana Rubio; Carmen López-Aguileta; Carmen Mora. 2017. La investigación para la creatividad publicitaria *El creativo publicitario en la era digital*. Síntesis. pp.103-115. ISBN978-84-9171-067-7.
- 19 Capítulo de libro.** Juana Rubio Romero; Joaquín Fernández Mateo; Ampara Torres Menéndez. 2017. Másteres, títulos propios y muestra de másteres de escuelas de negocios, institutos y

CURRICULUM VITAE

asociaciones sobre dirección de comunicación. Los estudios universitarios especializados en comunicación en España. UOC. pp.183-203. ISBN978-84-9116-701-3.

- 20 Capítulo de libro.** Juana Rubio Romero; Begoña Miguel San Emeterio; Amparo Torres Menéndez. (2017). Másteres universitarios relacionados con el área de la Dirección de Comunicación Los estudios universitarios especializados en comunicación en España. UOC. pp.163-181. ISBN978-84-9116-701-3.
- 21 Capítulo de libro.** Marta Perlado Lamo de Espinosa; Marta Saavedra Llamas; Juana Rubio-Romero. 2016. El ascenso del área de la comunicación corporativa en España y su proyección en los estudios universitarios Estrategias de comunicación y su evolución en los discursos. Ediciones Universitarias. McGrawHill. pp. 633-650Madrid. ISBN 9788448612528.
- 22 Capítulo de libro.** Marta Saavedra; et al. 2016. La audiencia social en el formato de entretenimiento: el talent y el reality show a examen Audiencia social. Estrategias de comunicación para medios y marcas. Síntesis. pp. 89-101. ISBN 978-84-9077-439-7.
- 23 Capítulo de libro.** Marta Perlado Lamo de Espinosa; Marta Saavedra Llamas; Juana Rubio-Romero. 2016. La formación universitaria en España dentro del ámbito de la comunicación corporativa Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación. Dykinson. pp.263-274. ISBN978-84-9085-852-3.
- 24 Capítulo de libro.** 2013. Nebrija University Research for improvement actions for the most sought profiles in the Spanish Industry of Communication Inted 2013.
- 25 Capítulo de libro.** Marta Perlado; Juana Rubio. 2010. Experiencias docentes sobre actividades académicas orientadas a la adquisición de competencias transversales y profesionales de los estudiantes de grado en Publicidad Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación. Fragua. pp.173-184. ISBN 978-84-7074-398-6.
- 26 Capítulo de libro.** La investigación cualitativa-I La fuerza de la publicidad. McGraw Hill.
- 27 Reseña.** 2007. ¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación. Autor: Antonio Núñez. Ediciones Urano. Empresa Activa, 2007 Investigación y Marketing. AEDEMO. 97, pp.109-110.
- 28 Informe científico-técnico.** Juana Rubio Romero; Belén Zorrilla; Carmen Estrada. 1996. Los accidentes infantiles en la Comunidad de Madrid Documentos Técnicos de Salud Pública Nº 35. Dirección General de Prevención y Promoción de la salud. Consejería de Sanidad y Servicios Sociales. Comunidad de Madrid. 35, pp.6-65. ISBN 84-451-1182-5.
- 29 Informe científico-técnico.** Eurne Zabaleta; et al. 1996. El sida en las relaciones heterosexuales Documentos Técnicos de Salud Pública Nº33. Dirección General de Prevención y Promoción de la Salud. 33, pp.1-51.
- 30 Informe científico-técnico.** 1995. Estado de opinión del consumidor adulto de la Comunidad de Madrid en relación con la higiene de los alimentos Documentos Técnicos de Salud. Servicio de Educación Sanitaria y Promoción de la Salud. pp.1-70.
- 31 Informe científico-técnico.** 1994. Influencia que ejercen las expectativas y actuaciones de los adultos en los comportamientos de los adolescentes de 14 a 16 años de la Comunidad de Madrid en ámbito escolar Documentos Técnicos de Salud. Servicio de Educación Sanitaria y Promoción de la Salud.
- 32 Informe científico-técnico.** 1993. La percepción de los padres del riesgo de accidente infantil en la Comunidad de Madrid Documento Técnico de Salud Pública. 36, pp.1-47.

C.2. Proyectos

MARKETNET- Canal temático formativo y de asesoramiento sobre técnicas actualizadas de marketing online Marta Perlado. (Ministerio de Industria Turismo y Comercio. Proyecto Nacional/Cooperativo (Proyecto Tractor Avanza)). 01/07/2009- 01/07/2011. 484.500 €.

C.3. Contratos

- 1** (2018-2019) Estudio: Realidad virtual y extendida para la innovación docente actoral. Financiado por Acting Studio Cinema Room la CAM, dentro de la convocatoria Cheque Innovación financiado por la CAM. Cuantía del Proyecto: 11.000€
- 2** (2015-2016) Estudio TICOMCOR. Investigación de las Titulaciones Universitarias en Comunicación Corporativa en España: perfiles, contenidos y competencias. Financiado por la Asociación de Directores de Comunicación de España (DIRCOM). Cuantía: 10.000€
- 3** 2013-2014) Proyecto NEBRIJA TUENTI VALLEY. Investigación y creación de contenido audiovisual para móvil dirigido a jóvenes. Financiado por Tuenti Móvil y la Universidad Nebrija. Cuantía del este proyecto, 9000 €