

CURRÍCULUM VITAE

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	10/09/2020
----------------------	------------

Nombre y apellidos	María Bergaz Portolés	
Núm. identificación de la investigador/a	WoS Researcher ID	AAZ-8860-2020
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID)	http://orcid.org/0000-0001-7945-3464

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Nebrija		
Centro	Facultad de Comunicación y Artes		
Dirección	C/Santa Cruz de Marcenado 27		
Teléfono	914521100	correo electrónico	mbergaz@nebrija.es
Categoría	Profesor ayudante doctor	Fecha inicio	10/11
Palabras clave	Publicidad, planificación de medios, investigación de audiencias, medios de comunicación, digital		

A.2. Formación académica

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Publicidad y RR.PP con Diploma en Estudios Empresariales	Universidad Antonio de Nebrija	2004
Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado	Universidad Antonio de Nebrija	2005
Master Universitario en Dirección de Comunicación	Universidad Católica de San Antonio	2011
Doctorado en CC. de la Comunicación	Universidad Antonio de Nebrija	2017

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

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Mi actividad investigadora comienza en 2010 cuando me incorporo en la Universidad Antonio de Nebrija, en las que colaboro en proyectos como: “La ética de las marcas en Redes Sociales”, proyecto de investigación fundamental, planteado con carácter periódico, cuyo objetivo era la creación de un Libro Blanco; “I Jornadas de Publicidad Digital Nebrija”, el objetivo de estas primeras jornadas fue ofrecer una visión profesional y actualizada de los distintos aspectos que conforman hoy la publicidad digital, en el cambiante panorama de la comunicación a través de internet.

A partir de aquí mis investigaciones se centran en el área de la planificación de medios y los perfiles de los profesionales que desarrollan esta actividad, llevando a la publicación de un artículo en la *Revista Comunicar*: Perlado Lamo de Espinosa, M., Papi Galvez, N., & Bergaz Portolés, M. (2019). Del planificador de medios al experto en medios: El efecto digital en la publicidad. *Comunicar*, 103-112; la publicación de dos capítulos de libro: Perlado, M. y Bergaz, M. (2018). Oferta curricular del área de planificación de medios en los grados en Publicidad en España. En P. Membiela, N. Casado, M. I. Cebreiros y M. Vidal, *Nuevos desafíos en la enseñanza superior (197-201)*. Orense: Educación Editoria, y Perlado, M. y Bergaz, M. (2016). La medición de la audiencia social en España, en Llamas Saavedra, M. y Rguéz. Fernández, L. (Coords.) *Audiencia social. Estrategias de comunicación para medios y marcas*. Síntesis; y participación en varias ponencias: Farrán-Acebes, S., Olivares-Santamarina, J. y Bergaz-Portolés, M. (2019). Conexión transversal de la asignaturas de Grado como réplica de flujo de trabajo interdepartamental en agencias de publicidad: un proyecto de innovación docente. *Libro de Actas del Congreso CUICIID 2019*, (pág. 211).

Docente desde el año 2011, imparto las asignaturas propias del área de medios: investigación de audiencias y planificación de medios.

En 2017 defendí la tesis “La actividad de la planificación de medios tras el despliegue digital en España: claves del cambio y situación actual”, con la calificación de sobresaliente “Cum Laude”. Mi tesis se incluye dentro de las líneas de investigación del grupo de investigación del que formo parte: Nebrija INNOMEDIA, entre cuyas líneas de investigación se inscribe la de nuevos perfiles y competencias del creativo publicitario y diseño de actividades formativas y contribución a nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje de la comunicación.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Farrán-Acebes, S., Olivares-Santamarina, J., & Bergaz-Portolés, M. (2019). Conexión transversal de la asignaturas de Grado como réplica de flujo de trabajo interdepartamental en agencias de publicidad: un proyecto de innovación docente. *Libro de Actas del Congreso CUICIID 2019*, (pág. 211). Madrid.

Perlado Lamo de Espinosa, M., Papí Galvez, N., & Bergaz Portolés, M. (2019). *Del planificador de medios al experto en medios: El efecto digital en la publicidad. Comunicar*, 103-112. doi: <https://doi.org/10.3916/C59-2019-10>

Perlado, M., & Bergaz, M. (2018). Oferta curricular del área de planificación de medios en los grados en Publicidad en España. En P. Membiela, N. Casado, M. I. Cebreiros, & M. Vidal, *Nuevos desafíos en la enseñanza superior* (págs. 197-201). Orense: Educación Editorial.

Bergaz, M. (2017). *La planificación de medios tras el despliegue digital en España: claves del cambio y situación actual*. Madrid: Tesis Doctoral. Universidad Antonio de Nebrija.

Perlado, M. & Bergaz, M. (2017). Oferta curricular del área de la planificación de medios en los grados en Publicidad en España. CINDU. Vigo.

Perlado, M. y Bergaz, M. (2016). La medición de la audiencia social en España. En Llamas Saavedra; L. y Rodríguez Fernández, L. (Coord.) *Audiencia social. Estrategias de comunicación para medios y marcas*. Madrid: Síntesis.

C.2. Proyectos

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

C.4. Patentes

C.5. Desempeño de cargos unipersonales de coordinación y gestión universitaria

Coordinadora de desarrollo internacional de la Facultad de CC. de la Comunicación

Coordinadora de Calidad de la Facultad de Comunicación y Arte: elaboración de memorias de Verificación, responsable de los procesos de seguimiento y acreditación de las titulaciones de la Facultad

C.6. Congresos

Farrán-Acebes, S., Olivares-Santamarina, J., & Bergaz-Portolés, M. (2019). Conexión transversal de la asignaturas de Grado como réplica de flujo de trabajo interdepartamental en agencias de publicidad: un proyecto de innovación docente. CUICIID 2019. Madrid.

Perlado, M. & Bergaz, M. (2017). Oferta curricular del área de la planificación de medios en los grados en Publicidad en España. CINDU. Vigo.