

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Parte A. Datos personales:		Fecha del CVA	25.01.2022
Nombre y apellidos	María Galmés Cerezo		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid	https://orcid.org/0000-0002-1520-3703	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Complutense		
Dpto./Centro	Facultad Ciencias Económicas		
Dirección (UCM)			
Teléfono (UCM)		Correo electrónico (UCM)	mgalmes@ucm.es
Categoría profesional	Profesor Ayudante Doctor	Fecha inicio	15.05.2018
Espec. cód. UNESCO	5311.01 Publicidad		
Palabras clave	Marketing experiencial, neuromarketing, comunicación y marketing responsable		

A.2. Formación académica

Titulación/Doctorado	Universidad	Año
Doctora en Ciencias de la Comunicación	Universidad de Málaga	2011

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Es doctora en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Málaga) y experta en Marketing online por la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC.

Ha impartido docencia en Grados y Postgrados relacionados de marketing y publicidad en diferentes universidades y escuelas de negocio como ESIC Business School, Centro Universitario Villanueva y Universidad internacional de la Rioja. Actualmente es profesora en la Universidad Complutense en el Grado de ADE y en el MBA de la Facultad de CCEE, y profesora en la Facultad de Comercio y Turismo. Es secretaria de la Comisión de Calidad del MBA de la facultad de CCEE de la Universidad Complutense. Acreditada por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) como profesora contratada doctora y como profesora de universidad privada. Y tiene reconocido un sexenio de investigación por CNEAI.

En su experiencia en Gestión Académica ha sido directora del área de Marketing de la Universidad Internacional de La Rioja, implantando y dirigiendo el Grado en marketing y comercio internacional y coordinando los Masters de marketing digital y de neuromarketing. Actualmente es Coordinadora académica del Dual Degree Business Administration UCM Madrid-HWR Berlin.

Tiene publicaciones en revistas científicas y en libros de marketing. Y ha sido invitada como ponente a congresos internacionales. Participa como investigadora en el Proyecto PROBUIDIG financiado por la Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo. Pertenece al comité científico de revistas como Adresearch o Communication & Society. Ha sido vocal del Comité de Aenor "Reputación online" (CTN 177). Es investigadora principal del equipo de investigación para el "Estudio sobre la vulnerabilidad digital entre los jóvenes españoles" resultado del Artículo 83 a favor de la Fundación The Family Watch. En el área de Calidad de la gestión universitaria, ha participado en el curso de formación de Auditores

Internos de SGIC basado en el modelo AUDIT impartido por ANECA; y en el Congreso Internacional en Normalización, Estándares y Calidad Universitaria 2015 organizado por UnirResearch y AENOR. Ha participado en varios Proyectos de Innovación Docente y actualmente participa en el Proyecto Aprendizaje-Servicio UCM 2021 – 22 “Educación en consumo responsable de los menores ante las estrategias comerciales de los operadores de juego de azar online”.

Ha trabajado para empresas y organismos como Confederación de empresarios de Andalucía (CEA), Instituto andaluz de la mujer o ESIC, prestando servicios de consultoría en comunicación de marketing y en formación de emprendedores. Anteriormente ha tenido cargos de dirección en empresas de publicidad como Movierecord o Numero Uno Comunicación.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

Publicaciones

Publicaciones en revistas científicas

Rúa-Hidalgo, Galmes-Cerezo, M., Cristofol-Rodríguez, C., & Aliagas, I. (2021). Understanding the Emotional Impact of GIFs on Instagram through Consumer Neuroscience. *Behavioral Sciences*, 11(8), 108

Carcelén García, Sonia; Galmés-Cerezo, María; Narros González, María José. “La percepción de las familias sobre el juego de azar online: Factores de riesgo asociados a los menores”. Pendiente de publicación con certificado editora SSCI Q4 y Scopus Q2

Rúa-Hidalgo, I., Galmes-Cerezo, M., Cristofol-Rodríguez, C., & Aliagas, I. (2021). Understanding the Emotional Impact of GIFs on Instagram through Consumer Neuroscience. *Behavioral Sciences*, 11(8), 108.

Rúa-Hidalgo, I., Galmes-Cerezo, M. y Espinosa-Jarrión, M.C. (2021): El engagement y la sorpresa en la comunicación digital de las marcas. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*. 25, 25 (mar. 2021). DOI:<https://doi.org/10.7263/adresic-025-02>.

Cristófol-Rodríguez, F J., Galmés-Cerezo, M., & Cristófol-Rodríguez, C. (2019). La creación de eventos integrados: El caso Cervezas Victoria en el Carnaval de Málaga. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*.

PERÁN, Jesús, BERLANGA, Inmaculada y GALMES, María (2017): Estrategias comunicativas en las «homepages» de empresas de telefonía móvil. Una visión desde el neuromarketing . *Revista Espacios* Vol. 38 (Nº 39) Año 2017.

IZQUIEDO, Patricia, MARTÍNEZ-PASTOR, Esther y GALMES, María (2016): La representación étnica en la publicidad argentina, brasileña y mexicana (2012-14). *Revista Prisma Social* 17, 241-267.

GALMES, Maria, BERLANGA, Inmaculada y VICTORIA, Juan Salvador (2016): Advertising from the Perspective of Festivals: the present and future of comercial communication in the categories of awards (2013-2014). *Communication & Society* 29(2), 81-100.

Cascales García, G., Cortés Puya, T., & Galmés Cerezo, M. (2015). Social media y estrategias de comunicación de las redes sociales en el sector hotelero de la Comunidad de Madrid.

GALMES, María (2015): Comunicación y marketing experiencial: aproximación al estado de la cuestión. *Revista Opción*. Especial nº 1 del año 2015. Universidad de Zulia.

GALMÉS, María. y ARJONA, José Borja, (2012) Crowdsourcing. La base social como fuente de creatividad en contextos de crisis. *Revista Creatividad y Sociedad*, Nº18, Junio de 2012.

GALMES CEREDO, María y VICTORIA, J. Salvador (2012): La organización de eventos en el contexto de las Comunicaciones Integradas de Marketing. El valor de la experiencia. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias Pensar la Publicidad ISSN 1887-8598. Número VI-1, primer semestre de 2012.

Capítulos de libros

Galmes-Cerezo, María; (2021): Nuevas herramientas de comunicación de los museos como recurso docente para acercar la cultura a los universitarios, en INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN DOCENTE EN EDUCACIÓN: EXPERIENCIAS PRÁCTICAS. Editorial Egregius-Dikinson Certificado con ISBN reservado "978-84-1377-593-7" Se publica en diciembre de 2021.

Retamosa Ferreiro, M.; Millán Campos, A.; Esteban Tallalla, A. y Galmes-Cerezo María (2019): Neurobranding universitario: neurociencia como metodología para analizar un evento de graduación en Omnichannel marketing: las nuevas reglas de la distribución y el consumo en un mundo omnicanal. Cátedra Fundación Ramón Areces. Universidad de Oviedo.

Galmes-Cerezo, M. y Perán, J (2019) Marketing experiencial; en Cerdá-Suarez, L.M. y Ramirez, M (2019) Fundamentos para un nuevo marketing. Editorial Sindieresis

GALMES, María y ARGUDO, José (2016): Creación de eventos integrados: mas allá de la experiencia presencial. En Publicidad Digital, coord. por Martínez, Esther y Nicolás, Miguel A. Editorial ESIC. Madrid.

GALMES CEREDO, María y MÉNDIZ NOGUERO, Alfonso (2014): Creación de eventos solidarios en el entorno universitario: experiencias de marca significativas. En El papel de la universidad en los procesos de comunicación y cooperación para el desarrollo social y humano. Editorial Fragua. Madrid.

Galmes, María (2012): Los Eventos Slow: experiencias de marca significativas en el libro Comunicación Slow (y la publicidad como excusa) Victoria Mas, Juan Salvador (coord.). Editado por Fragua. Año 2012. Pp. 163-217.

Tesis Doctoral

GALMÉS, M. (2011): La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial. Tesis Doctoral publicada en RIUMA (Repositorio Institucional UMA).

Proyectos

- Proyecto de Innovación Docente Nº 275 Museos y exposiciones de Madrid como oportunidad de trabajar conceptos clave de la sociedad y analizar la experiencia museística ampliada con herramientas tecnológicas de comunicación, en colaboración con estudiantes UCM y Erasmus+Incoming. Convocatoria 2021-22 Universidad Complutense. IP Sonia Carcelén García
- Proyecto nº 242 titulado: Museos y exposiciones de Madrid como oportunidad para trabajar conceptos-clave de las Ciencias Sociales con estudiantes Erasmus+ Incoming en colaboración con estudiantes UCM, asociaciones de estudiantes, Oficinas de Relaciones Internacionales y PDI. IP José Antonio Ruiz San Román.
- Proyecto de APSS. "PROYECTO APRENDIZAJE - SERVICIO UCM 2021 – 22" Educación en consumo responsable de los menores ante las estrategias comerciales de los operadores de juego de azar online. Coordinadora del Proyecto Sonia Laura Carcelén. Participantes: José Antonio Ruíz San Román, María A. Galmés Cerezo, María José Narros González, Mónica Díaz-Bustamante Ventisca

Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

- PROVULDIG2-CM (H2019/HUM5775). Nuevos escenarios de vulnerabilidad digital: alfabetización mediática para una sociedad inclusiva. Entidad de realización: Universidad Complutense de Madrid. Organismo público Financiación: Dirección general de investigación e innovación tecnológica de la Comunidad de Madrid. Investigador principal: Jose Antonio Ruiz San Roman. 2020-2022.
- Artículo 83 "Estudio sobre la vulnerabilidad digital entre los jóvenes españoles" a favor de la Fundación The Family Watch. Directora del Equipo Investigador junto con la profesora Dña. Sonia Laura Carcelén García.

Experiencia docente y cargos de gestión académica más relevantes

Experiencia Docente

- UCM Máster universitario en administración y dirección de empresas (MBA) Facultad ciencias económicas y empresariales. Asignatura Comunicación persuasiva en marketing cursos 2019-20 y 2020-21.
- UCM Grado en Comercio. Facultad de Comercio y Turismo. Asignatura Comunicación Comercial . Curso 2021-22.
- UCM Doble Grado en Comercio y Turismo. Facultad de Comercio y Turismo. Asignatura Comunicación Comercial . Cursos 2020-21 y 2021-22
- UCM. Grado en Administración y dirección de empresas. Facultad ciencias económicas y empresariales . Asignatura Comunicación integrada de marketing. cursos 2019-20, 2020-2021, 2021-22.
- UCM Grado en Administración y dirección de empresas . Facultad ciencias económicas y empresariales. Asignatura Trabajo Fin de Grado. Línea Gestión de Marca y Comunicación. curso 2019-20, 2020-21, 2021-22.
- Universidad Internacional de La Rioja, Máster Universitario en Neuromarketing Asignatura Marketing Sensorial y Experiencial cursos 2015-2016, 2016-17, 2017-18, 2018-19
- Universidad Internacional de La Rioja, Grado en marketing y Comercialización Internacional Asignatura Comunicaciones de Marketing Integradas, cursos 2015-2016, 2016-17, 2017-18, 2018-19.
- Universidad Villanueva, Grado en Publicidad, Facultad de Comunicación. Asignatura Marketing Relacional, Curso 2014-2015.
- Universidad Villanueva, Grado en Publicidad, Facultad de Comunicación. Asignatura Marketing aplicado a la publicidad, cursos 2012-13, 2013-14 y 2014-15.
- ESIC Bussines School Madrid, Grado en marketing, Asignatura Marketing Relacional, Directo e Interactivo Cursos 2011-12 y 2012-13

Gestión Académica

- Coordinadora académica Grado Administración de Empresas UCM (Madrid)-Universidad HWD (Berlin). Desde diciembre de 2021
- Directora académica del Master Universitario en Neuromarketing de UNIR, Universidad Internacional de la Rioja. Noviembre 2015-mayo 2019
- Directora académica del Master Universitario Marketing Digital y Comercio Electrónico de UNIR, Universidad Internacional de la Rioja. Curso 2014-2015 y 2015-16

*Este documento será publicado en la página web de la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid: <https://comercioyturismo.ucm.es/>