

c v n CURRÍCULUM VITAE NORMALIZADO



Marina Ramos Serrano

Generado desde: Universidad de Sevilla (Unidad de Bibliometría)

Fecha del documento: 22/04/2023 v
1.4.3

e48b5ed474f37f96d9ee3d8db92aef1f

Este fichero electrónico (PDF) contiene incrustada la tecnología CVN (CVN-XML). La tecnología CVN de este fichero permite exportar e importar los datos curriculares desde y hacia cualquier base de datos compatible. Listado de Bases de Datos adaptadas disponible en <http://cvn.fecyt.es/>

Indicadores generales de calidad de la producción científica

Información sobre el número de sexenios de investigación y la fecha del último concedido, número de tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años, citas totales, promedio de citas/año durante los últimos 5 años (sin incluir el año actual), publicaciones totales en primer cuartil (Q1), índice h. Incluye otros indicadores considerados de importancia.

Marina Ramos Serrano (Málaga, 1975) es doctora por la Universidad de Málaga y profesora titular de la Universidad de Sevilla donde imparte Creatividad publicitaria. Dirige el grupo de investigación Código. Comunicación publicitaria y sociedad digital.

- 2 sexenios de investigación
- 4 tesis dirigidas
- Índice de citas en los últimos 5 años: recogidas por Google Scholar en los últimos 5 años: 607 citas.
- Índice H: 15.
- 28 artículos científicos.

**Marina Ramos Serrano**

Apellidos: Ramos Serrano

Nombre: Marina

DNI: [REDACTED]

Perfil de Dialnet: [REDACTED]

ResearcherID: [REDACTED]

ScopusID: [REDACTED]

ORCID: [REDACTED]

Perfil de Google Académico: [REDACTED]

Fecha de nacimiento: [REDACTED]

Sexo: [REDACTED]

Nacionalidad: [REDACTED]

Correo electrónico: mramos@us.es

Situación profesional actual

Entidad empleadora: Universidad de Sevilla

Tipo de entidad: Universidad

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Categoría profesional: Profesora Titular de Universidad

Ciudad entidad empleadora: Sevilla, Andalucía, España

Fecha de inicio: 06/07/2012

Formación académica recibida**Titulación universitaria****Doctorados**

Entidad de titulación: Universidad de Málaga

Fecha de titulación: 06/06/2003

Título de la tesis: Comunicación y diseño web: la experiencia del usuario en las tiendas electrónicas

Director/a de tesis: Sebastián García Garrido



Actividad docente

Dirección de tesis doctorales y/o proyectos fin de carrera

- 1** Título del trabajo: Branded content y moda de lujo: análisis de los contenidos audiovisuales en YouTube
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Entidad de realización: Universidad de Sevilla
Alumno/a: Macías Muñoz, Gema
Calificación obtenida: Sobresaliente "Cum Laude"
Fecha de defensa: 28/10/2022
- 2** Título del trabajo: Medios publicitarios: Clasificación según las características de la realidad profesional y académica española en la actualidad
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Pineda Cachero, Antonio
Entidad de realización: Universidad de Sevilla
Alumno/a: Cruzado Garcia, Noelia
Calificación obtenida: Sobresaliente "Cum Laude"
Fecha de defensa: 19/09/2017
- 3** Título del trabajo: Young prosumers: niños y adolescentes agentes del cambio social a través de la creación de contenidos digitales
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Nó Sanchez, Javier; Lopez Cobo, Isabel
Entidad de realización: Universidad de Sevilla
Alumno/a: Herrero Diz, Paula
Calificación obtenida: Sobresaliente "Cum Laude"
Fecha de defensa: 26/02/2016
- 4** Título del trabajo: La eficacia de la publicidad audiovisual personalizada a través del teléfono móvil
Tipo de proyecto: Tesis Doctoral
Codirector/a tesis: Rey Fuentes, Juan
Entidad de realización: Universidad de Sevilla
Alumno/a: Muñiz Velazquez, Jose Antonio
Calificación obtenida: Sobresaliente "Cum Laude"
Fecha de defensa: 19/02/2010

Experiencia científica y tecnológica

Actividad científica o tecnológica

Contratos, convenios o proyectos de I+D+i no competitivos con Administraciones o entidades públicas o privadas

- 1** Nombre del proyecto: Programa Ayuda Actividades de Transferencia Tecnológica.
Grado de contribución: Investigador/a
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Checa Godoy, Antonio Nº de investigadores/as: 5
Entidad/es financiadora/s:
Universidad de Sevilla (Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación)

Nombre del programa: Contrato 68/83
Cód. según financiadora: 1462/0562
Fecha de inicio: 26/01/2012 Duración: 3 meses Cuantía total: 5.000 €
- 2** Nombre del proyecto: Determinar la idoneidad del nuevo formato/envase del detergente liquido (nueva botella Pet) frente a los actuales formatos/envases de polipropileno
Grado de contribución: Investigador/a
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Guerrero Serón, Carlos Antonio Nº de investigadores/as: 10 Entidad/es financiadora/s: Persan, S.A.

Nombre del programa: Contrato 68/83
Cód. según financiadora: SI-001/07
Fecha de inicio: 03/01/2007 Duración: 3 meses - 1 día Cuantía total: 86.420 €
- 3** Nombre del proyecto: La notoriedad e imagen de las entidades financieras y sus respectivas fundaciones y obras sociales
Grado de contribución: Investigador/a
Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Guerrero Serón, Carlos Antonio Nº de investigadores/as: 7 Entidad/es financiadora/s: Datacampo, S.L.

Nombre del programa: Contrato 68/83
Cód. según financiadora: SI-137/05
Fecha de inicio: 14/12/2005 Duración: 3 meses - 1 día
Cuantía total: 10.440 €

Actividades científicas y tecnológicas

Producción científica

Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1** Ramos Serrano, Marina; Macías Muñoz, Gema; Rueda Treviño, Antonio. Branded content y moda de lujo: análisis de los contenidos audiovisuales en YouTube (2008-2019). REVISTA MEDITERRANEA COMUNICACION-JOURNAL OF COMMUNICATION. 13 - 1, pp. 147 - 164. UNIV ALICANTE, 2022. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.14198/medcom.20643>>. ISSN 1989-872X
DOI: 10.14198/medcom.20643
Handle: 11441/129142
Código WOS: WOS:000864460700012
Código Scopus: 85123756338
Código de Dialnet: ARTREV 8286552

Tipo de producción: Artículo científico
 Posición de firma: 1
 Nº total de autores: 3
 Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
 Índice de impacto: 0.389
 Posición de publicación: 158
 Fuente de citas: SCOPUS
 Fuente de citas: Dialnet
 Fuente de citas: WOS

Tipo de soporte: Revista
 Categoría: Communication
 Revista dentro del 25%: No
 Num. revistas en cat.: 457
 Citas: 2
 Citas: 0
 Citas: 0

- 2 Ramos-Serrano, Marina; Miguélez-Juan, Blanca; Hernández-Santaolalla, Víctor. Entre un gueto de terciopelo y un techo de cristal: Situación de las creativas en España. Cuadernos.Info. 53, pp. 273 - 294. PONTIFICIA UNIV CATOLICA CHILE, FAC COMUNICACIONES; Pontificia Universidad Católica de Chile, 2022. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.7764/cdi.53.39485>>. ISSN 0719-3661, ISSN 0719-367X
 DOI: 10.7764/cdi.53.39485

Handle: 11441/140263
 Código de Dialnet: ARTREV 8647600
 Tipo de producción: Artículo científico
 Posición de firma: 1
 Nº total de autores: 3
 Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
 Índice de impacto: 0.285
 Posición de publicación: 219
 Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
 Índice de impacto: 0.285
 Posición de publicación: 110
 Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Revista
 Categoría: Communication
 Revista dentro del 25%: No
 Num. revistas en cat.: 457
 Categoría: Library and Information Sciences
 Revista dentro del 25%: No
 Num. revistas en cat.: 249
 Citas: 0

- 3 Herrero-Diz, Paula; Ramos-Serrano, Marina. Breaking stereotypes online: Young activists' use of the Internet for social well-being. CATALAN JOURNAL OF COMMUNICATION & CULTURAL STUDIES. 10 - 1, pp. 99 - 114. INTELLECT LTD, 2018. Disponible en Internet en: <https://doi.org/10.1386/cjcs.10.1.99_1>. ISSN 1757-1898, ISSN 1757-1901

DOI: 10.1386/cjcs.10.1.99_1

Código WOS: WOS:000433169900006

Código Scopus: 85050165625

Código de Dialnet: ARTREV 6715192

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 2

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
 Índice de impacto: 0.159
 Posición de publicación: 225
 Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)
 Índice de impacto: 0.159

Categoría: Communication
 Revista dentro del 25%: No
 Num. revistas en cat.: 319
 Categoría: Cultural Studies
 Revista dentro del 25%: No

Posición de publicación: 337

Num. revistas en cat.: 919

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 6

Fuente de citas: Dialnet

Citas: 3

Fuente de citas: WOS

Citas: 7

4

Ramos-Serrano, Marina; Fernández Gómez, Jorge David; Pineda, Antonio. "Follow the closing of the campaign on streaming": The use of Twitter by Spanish political parties during the 2014 European elections. NEW MEDIA & SOCIETY. 20 - 1, pp. 122 - 140. SAGE PUBLICATIONS LTD, 2018. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.1177/1461444816660730>>. ISSN 1461-4448, ISSN 1461-7315

DOI: 10.1177/1461444816660730

Código WOS: WOS:000419870900008

Código Scopus: 85040642676

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 3

Fuente de impacto: WOS (JCR)

Categoría: Social Sciences Edition - COMMUNICATION

Índice de impacto: 4.800

Revista dentro del 25%: Si

Posición de publicación: 2

Num. revistas en cat.: 88

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Communication

Índice de impacto: 2.844

Revista dentro del 25%: Si

Posición de publicación: 4

Num. revistas en cat.: 319

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Sociology and Political Science

Índice de impacto: 2.844

Revista dentro del 25%: Si

Posición de publicación: 39

Num. revistas en cat.: 1.110

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 28

Fuente de citas: WOS

Citas: 19

5

Ramos-Serrano, Marina; Martínez-García, Ángeles. Personal style bloggers: the most popular visual composition principles and themes on Instagram. Observatorio (OBS*). 10 - 2, pp. 89 - 109. OberCom - Observatório da Comunicação, 2016. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.15847/obsOBS1022016947>>. ISSN 1646-595

DOI: 10.15847/obsOBS1022016947

Handle: 11441/57124

Código Scopus: 84973334325

Código de Dialnet: ARTREV 5577262

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 13

Fuente de citas: Dialnet

Citas: 6

6

Ramos-Serrano, Marina; Herrero-Diz, Paula. Unboxing and brands: Youtubers phenomenon through the case study of Evantubehd. PRISMA SOCIAL. 2016 - 1, pp. 90 - 120. FUNDACION IS&D INVESTIGACION SOCIAL AVANZADA, 2016. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/41670>>. ISSN 1989-3469 Handle: 11441/41670

Código WOS: WOS:000383031100004

Código Scopus: 85018423774

Código de Dialnet: ARTREV 5602004

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Social Sciences (miscellaneous)

Índice de impacto: 0.162

Revista dentro del 25%: No

Posición de publicación: 329

Num. revistas en cat.: 458

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 24

Fuente de citas: Dialnet

Citas: 34

Fuente de citas: WOS

Citas: 39

- 7 Paula Herrero Diz; Marina Ramos-Serrano; Javier Nó Sánchez. Los menores como usuarios creadores en la era digital: del prosumer al creador colaborativo. Revisión teórica 1972-2016. REVISTA LATINA DE COMUNICACION SOCIAL. 71 - 11, pp. 1301 - 1322. LABORATORIO TECNOLOGIAS INFORMACION & NUEVOS ANALISIS COMUNICACION SOCIAL, 2016. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1147>>. ISSN 1138-5820

DOI: 10.4185/RLCS-2016-1147

Handle: 11441/51007

Código WOS: WOS:000397845600006

Código Scopus: 85006857225

Código de Dialnet: ARTREV 5779778

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 3

Fuente de impacto: SCOPUS (SJR)

Categoría: Communication

Índice de impacto: 0.775

Revista dentro del 25%: Si

Posición de publicación: 57

Num. revistas en cat.: 284

Fuente de citas: SCOPUS

Citas: 20

Fuente de citas: Dialnet

Citas: 23

Fuente de citas: WOS

Citas: 11

- 8 Marina Ramos-Serrano; Rocío Blay Arráez. Tecnocreatividad: la capacidad de revolucionar los procesos de interacción. ADCOMUNICA-REVISTA CIENTIFICA DE ESTRATEGIAS TENDENCIAS E INNOVACION EN COMUNICACION. 8, pp. 19 - 22. ASOC DESARROLLO COMUNICACION, 2014. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2014.8.2>>. ISSN 2174-0992, ISSN 2254-2728

DOI: 10.6035/2174-0992.2014.8.2

Handle: 11441/28866

Código de Dialnet: ARTREV 4906659

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Fuente de citas: Dialnet

Citas: 0

- 9 Rita Figueiras; Ricardo Nadal Martínez; Lidia Valera Ordaz; Marina Ramos-Serrano; Joaquín Marín; Lluís Anyó Sayol; Xavier Diez. Panoràmica VI. Trípod. 34, pp. 229 - 244. Universitat Ramon Llull; Facultat de Comunicació Blanquerna, 2014. ISSN 1138-3305, ISSN 2340-5007

Código de Dialnet: ARTREV 5260920

Tipo de producción: Artículo científico

Tipo de soporte: Revista

Posición de firma: 4

Nº total de autores: 7

Fuente de citas: Dialnet

Citas: 0

- 10 Pineda-Cachero, Antonio; Garrido-Lora, Manuel; Ramos-Serrano, Marina. Análisis comparativo de la publicidad política en las elecciones de 2008 de Estados Unidos y España. Zer: Revista de Estudios de Comunicación. 18 - 34, pp. 73 - 91. Universidad del País Vasco, 2013. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/26586>>. ISSN 1137-1102
Handle: 11441/26586
Código de Dialnet: ARTREV 4249856
Tipo de producción: Artículo científico Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 3
Nº total de autores: 3
Fuente de citas: Dialnet Citas: 4
- 11 Lozano-Delmar, Javier; Hernández-Santaolalla, Víctor; Ramos-Serrano, Marina. Fandom-generated content: An approach to the concept of 'fan advertising'. Participations. 10 - 1, pp. 351 - 356. University of Wales, 2013. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/16229>>. Handle: 11441/16229
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 3
Nº total de autores: 3
- 12 J.A. Muñiz; Marina Ramos-Serrano. La comunicación móvil: Análisis desde una perspectiva psicosocial. Telos (Madrid): cuadernos de comunicacion, tecnología y sociedad. 93, pp. 97 - 105. Fundación Telefónica, 2012. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/16237>>. ISSN 0213-084X
Handle: 11441/16237
Código de Dialnet: ARTREV 4083854
Tipo de producción: Artículo científico Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 13 Garrido-Lora, Manuel; Rey-Fuentes, Juan; Ramos-Serrano, Marina. Evolución y desarrollo del eslogan publicitario: tercer análisis. Pensar la publicidad. 6 - 2, pp. 407 - 426. Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico Universidad de Valladolid, 2012. Disponible en Internet en: <https://doi.org/10.5209/rev_pepu.2012.v6.n2.41242>. ISSN 1887-8598
DOI: 10.5209/rev_pepu.2012.v6.n2.41242
Handle: 11441/28883
Código de Dialnet: ARTREV 4192971
Tipo de producción: Artículo científico Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 3
Nº total de autores: 3
Fuente de citas: Dialnet Citas: 4
- 14 Ramos-Serrano, Marina; Rubio-Hernández, María Del Mar. La identidad cultural en la publicidad de bebidas alcohólicas. Pensar la publicidad. V - 2, pp. 205 - 231. Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico Universidad de Valladolid, 2011. Disponible en Internet en: <https://doi.org/10.5209/rev_PEPu.2011.v5.n2.37870>. ISSN 1887-8598
DOI: 10.5209/rev_PEPu.2011.v5.n2.37870
Handle: 11441/28882
Código de Dialnet: ARTREV 3828533
Tipo de producción: Artículo científico Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet Citas: 2

- 

- Código de Dialnet: ARTREV 2671179
 Tipo de producción: Artículo científico
 Posición de firma: 2
 Nº total de autores: 3
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 2
- 21 Ramos-Serrano, Marina. Comunicación viral y creatividad. Creatividad y sociedad: revista de la Asociación para la Creatividad. 11, pp. 202 - 226. Asociación para la Creatividad, 2007. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/26579>>. ISSN 1578-214X
 Handle: 11441/26579
 Código de Dialnet: ARTREV 4566045
 Tipo de producción: Artículo científico
 Posición de firma: 1
 Nº total de autores: 1
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 2
- 22 Jiménez Marín, Gloria; Ramos-Serrano, Marina. Jóvenes y móviles. Estrategias de los operadores de telefonía en España. Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación. 29, pp. 121 - 128. GRUPO COMUNICAR, 2007. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.3916/c29-2007-17>>. ISSN 1134-3478, ISSN 1988-3293
 DOI: 10.3916/c29-2007-17
 Handle: 11441/16232
 Código WOS: WOS:000260407100019 Código de Dialnet: ARTREV 2393083
 Tipo de producción: Artículo científico
 Posición de firma: 2
 Nº total de autores: 2
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 8
 Fuente de citas: WOS
 Citas: 7
- 23 Marina Ramos Serrano. La emoción como valor estratégico de la marca: de la inteligencia emocional al diseño Kansei. Telos (Madrid): cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad. 71, pp. 22 - 28. Fundación Telefónica, 2007. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/17122>>. ISSN 0213-084X
 Handle: 11441/17122
 Código de Dialnet: ARTREV 2489012
 Tipo de producción: Artículo científico
 Posición de firma: 1
 Nº total de autores: 1
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 0
- 24 Ramos-Serrano, Marina; Delgado-Brull, María Teresa; Jiménez-Marín, Gloria. Las nuevas estrategias de comunicación en el sector automovilístico : razón y emoción en la campaña Audi. FISEC Estrategias. 7 6, pp. 23 - 45. Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, 2007. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/28913>>. Handle: 11441/28913
 Tipo de producción: Artículo científico
 Posición de firma: 1
 Nº total de autores: 3
- 25 Jiménez-Marín, Gloria; Delgado-Brull, María Teresa; Ramos-Serrano, Marina. Clinique : el medio gráfico como estrategia publicitaria en el sector de la perfumería y la cosmética. FISEC Estrategias. 7 - 5, pp. 59 - 76. Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, 2006. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/28881>>. Handle: 11441/28881
 Tipo de producción: Artículo científico
 Posición de firma: 3
 Nº total de autores: 3



- 26 Garrido-Lora, Manuel; Ramos-Serrano, Marina. La evolución del eslogan en la publicidad gráfica española. Trípodos. EXTRA, pp. 183 - 193. Universitat Ramon Llull; Facultat de Comunicació Blanquerna, 2006. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/28145>>. ISSN 1138-3305, ISSN 2340-5007
Handle: 11441/28145
Código de Dialnet: ARTREV 8545848
Tipo de producción: Artículo científico Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 27 Ramos-Serrano, Marina. Cuando la marca ofrece entretenimiento : aproximación al concepto de advertainment. Questiones Publicitarias: Revista Internacional de Comunicación y Publicidad. 1 - 11, pp. 33 - 49. Universidad de Sevilla, 2006. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.5565/rev/qp.134>>. ISSN 1133-6870 DOI: 10.5565/rev/qp.134
Handle: 11441/28865
Código de Dialnet: ARTREV 2480324
Tipo de producción: Artículo científico Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Fuente de citas: Dialnet Citas: 33
- 28 Selva-Ruiz, David; Ramos-Serrano, Marina. La participación del espectador en la televisión generalista a través del teléfono móvil: mitos y realidades. Trípodos. Extra - 1, pp. 97 - 108. Universitat Ramon Llull; Facultat de Comunicació Blanquerna, 2005. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/17123>>. ISSN 1138-3305, ISSN 2340-5007
Handle: 11441/17123
Código de Dialnet: ARTREV 8371866
Tipo de producción: Artículo científico Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 2
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 29 Ramos-Serrano, Marina; Selva-Ruiz, David. El móvil como herramienta de comunicación corporativa. FISEC Estrategias. 2, pp. 1 - 18. Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, 2005. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/28878>>. Handle: 11441/28878
Tipo de producción: Artículo científico
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
- 30 Ramos-Serrano, Marina. Creatividad frente al miedo. La vanguardia. pp. 15 - 15. 2011. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/28880>>. Handle: 11441/28880
Tipo de producción: Artículo de divulgación
Posición de firma: 1 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de publicación de carácter divulgativo Nº total de autores: 1
- 31 Marina Ramos-Serrano; Paula Herrero Diz. Menores y YouTube: el fenómeno de los pequeños influencers. Imágenes de la infancia en la Comunicación y la Cultura. pp. 287 - 300. FRAGUA, 2022. ISBN 978-84-7074-945-2 Código de Dialnet: ARTLIB 8409781
Tipo de producción: Capítulo de libro Tipo de soporte: Libro
Posición de firma: 1 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0

- 32 García-Gordillo, Mar; Ramos-Serrano, Marina. Universidad y comunicación 2.0: redes sociales y reorganización del espacio digital: La presencia de la Universidad de Sevilla en redes sociales. Estrategia de coordinación de cuentas institucionales. Comunicación institucional pública: Retos y realidades. pp. 135 - 152. Universitat Oberta de Catalunya, 2021. ISBN 9788491809128
Código de Dialnet: ARTLIB 8367012

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 2

Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Citas: 0

- 33 Herrero-Diz, Paula; Ramos-Serrano, Marina; Woodfall, Ashley. Youth prosumers and character strengths. The Routledge Handbook of Positive Communication: Contributions of an Emerging Community of Research on Communication for Happiness and Social Change. pp. 278 - 285. 2019. ISBN 9781351801607 Código Scopus: 85107043672

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 2

Nº total de autores: 3

Fuente de citas: SCOPUS

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Citas: 0

- 34 Marina Ramos-Serrano; José Antonio Muñoz Velázquez. Los siete grandes retos de "enseñar" creatividad publicitaria en la Universidad. Creatividad en publicidad: Del impacto al compart. pp. 17 - 36. Dykinson, 2018. ISBN 9788491485674
Código de Dialnet: ARTLIB 6553606

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Citas: 2

- 35 Marina Ramos Serrano. El primer banner publicitario (1994). 50 imágenes para entender la comunicación en el siglo XX: imago mundi. pp. 412 - 419. Tirant Lo Blanch, 2018. ISBN 9788417203559 Código de Dialnet: ARTLIB 6775738

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Citas: 0

- 36 Marina Ramos-Serrano; Gema Macías Muñoz. House of cards y el feminismo. Ideologías políticas en la cultura de masas. pp. 283 - 306. Tecnos, 2018. ISBN 978-84-309-7358-3 Código de Dialnet: ARTLIB 6328778

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 2

Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Citas: 2

- 37 Marina Ramos-Serrano. Advertising and transition: Creativity as strategic value. Communication and interactivity. pp. 245 - 255. Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences, 2017. ISBN 9781387370016 Código de Dialnet: ARTLIB 7642567

Tipo de producción: Capítulo de libro

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

Citas: 0



- 38 Marina Ramos-Serrano; Paula Herrero Diz. El cowboy de Marlboro (1954). 50 imágenes para la Historia de la Comunicación: imago mundi. pp. 332 - 340. Tirant Lo Blanch, 2017. ISBN 9788416786121 Código de Dialnet: ARTLIB 6283257
Tipo de producción: Capítulo de libro Tipo de soporte: Libro
Posición de firma: 1 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 39 Marina Ramos Serrano. Santa Claus de Coca-Cola (1931). 50 imágenes para la Historia de la Comunicación: imago mundi. pp. 300 - 308. Tirant Lo Blanch, 2017. ISBN 9788416786121 Código de Dialnet: ARTLIB 6283261
Tipo de producción: Capítulo de libro Tipo de soporte: Libro
Posición de firma: 1 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 1
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 40 Ramos-Serrano, Marina; Macías-Muñoz, Gema. Lady Dior: Brand values in fashion films. Fashion Tales: Feeding the Imaginary. pp. 90 - 104. Edited By Emanuela Mora and Marco Pedroni, 2017. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.3726/b11234>>. ISBN 9783034327893, ISBN 9783034327879
DOI: 10.3726/b11234
Código Scopus: 85034079916
Tipo de producción: Capítulo de libro Tipo de soporte: Libro
Posición de firma: 1 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: SCOPUS Citas: 0
- 41 Marina Ramos-Serrano; Paula Herrero Diz. Publicidad y niños: del "user generated content" al "user generated branding". Claves de la comunicación para niños y adolescentes: experiencias y reflexiones para una comunicación constructiva. pp. 277 - 302. FRAGUA, 2015. ISBN 978-84-7074-668-0 Código de Dialnet: ARTLIB 8544508
Tipo de producción: Capítulo de libro Tipo de soporte: Libro
Posición de firma: 1 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 42 Marina Ramos-Serrano; Inmaculada Gordillo Álvarez. Publicidad y transición. La creatividad como valor estratégico. Comunicación e interactividad. pp. 439 - 456. ACCI (Asociación Cultural y Científica Iberoamericana), 2014. ISBN 978-84-15705-12-3
Código de Dialnet: ARTLIB 5923494
Tipo de producción: Capítulo de libro Tipo de soporte: Libro
Posición de firma: 1 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 43 David Fernández Quijada; Marina Ramos-Serrano. El estudio de la tecnología en publicidad y relaciones públicas. Tecnologías de la persuasión: uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas. pp. 13 - 28. UOC, 2017, 2014. ISBN 978-84-9064-203-0
Código de Dialnet: ARTLIB 4810874
Tipo de producción: Capítulo de libro Tipo de soporte: Libro
Posición de firma: 2 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0



- 44 Marina Ramos-Serrano; Javier Lozano Delmar. El factor tecnológico en el nuevo discurso publicitario: ¿se puede hablar de creatividad 2.0?. Publicidad 360º. pp. 24. Ediciones Universidad de San Jorge, 2014. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/30384>>. ISBN 978-84-941198-1-1
Handle: 11441/30384
Código de Dialnet: ARTLIB 4652473
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Citas: 3
- 45 Marina Ramos-Serrano; Gloria Jiménez-Marín. Blogs y moda: cuando los usuarios crean las tendencias. Tecnologías de la persuasión: uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas. pp. 131 - 148. UOC, 2017, 2014. ISBN 978-84-9064-203-0
Código de Dialnet: ARTLIB 4810900
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Citas: 4
- 46 Marina Ramos Serrano. Publicidad y videojuegos deportivos: In-game advertising y advergaming. Deporte, comunicación y cultura. pp. 169 - 189. Manganeses de la Lampreana (Zamora); Comunicación social, 2012. ISBN 978-84-15544-02-9
Código de Dialnet: ARTLIB 4211366
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Fuente de citas: Dialnet
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Citas: 0
- 47 Marina Ramos-Serrano; Javier Lozano Delmar. Promoting Lost. New Strategies and Tools of Commercial Communication. Previously on: estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión. pp. 421 - 432. Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 2011, 2011. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/26743>>. ISBN 978-84-695-1808-3
Handle: 11441/26743
Código de Dialnet: ARTLIB 3795293
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 2
Fuente de citas: Dialnet
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Citas: 2
- 48 Marina Ramos Serrano. Publicidad en Internet: una oportunidad para conversar con el usuario. Medios de comunicación y cultura: ¿cultura a medias?. pp. 47 - 58. Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 2011, 2011. ISBN 978-84-8255-093-0
Código de Dialnet: ARTLIB 4958368
Tipo de producción: Capítulo de libro
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Fuente de citas: Dialnet
Tipo de soporte: Libro
Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
Citas: 2

- 49 Jorge David Fernández Gómez; Marina Ramos-Serrano. Mito, publicidad y branding: un análisis mitocrítico de los sectores de la cosmética, la moda, la perfumería y el alcohol. Publicidad y lengua española: un estudio por sectores. pp. 54 - 70. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2010. ISBN 978-84-92860-12-8 Código de Dialnet: ARTLIB 3425943
 Tipo de producción: Capítulo de libro
 Posición de firma: 2
 Tipo de soporte: Libro
 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
 Nº total de autores: 2
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 2
- 50 Marina Ramos-Serrano; Antonio Pineda. La propaganda e Internet: mediación tecnológica y relación comunicativa. Publicidad y comunicación corporativa en la era digital. pp. 155 - 183. Pirámide (Grupo Anaya, Hachette Livre); Pirámide, 2009. ISBN 978-84-368-2341-7
 Código de Dialnet: ARTLIB 6437941
 Tipo de producción: Capítulo de libro
 Posición de firma: 1
 Tipo de soporte: Libro
 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
 Nº total de autores: 2
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 0
- 51 Marina Ramos Serrano. Ciencia y tecnología en el discurso publicitario. Publicidad y sociedad: un viaje de ida y vuelta. pp. 129 - 153. Comunicación social, 2008. ISBN 9788496082564 Código de Dialnet: ARTLIB 5074190
 Tipo de producción: Capítulo de libro
 Posición de firma: 1
 Tipo de soporte: Libro
 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
 Nº total de autores: 1
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 0
- 52 Marina Ramos-Serrano; David Selva Ruiz. La comunicación below the line. Aproximación a la estructura de la publicidad: desarrollo y funciones de la actividad publicitaria. pp. 225 - 248. Comunicación social, 2005. ISBN 8496082210
 Código de Dialnet: ARTLIB 4720293
 Tipo de producción: Capítulo de libro
 Posición de firma: 1
 Tipo de soporte: Libro
 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
 Nº total de autores: 2
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 1
- 53 Marina Ramos-Serrano. El problema de la confianza en la comunicación en Internet: Las tiendas electrónicas. Comunicación organizacional: teorías y estudios. pp. 359 - 379. 2005. ISBN 84-8074-950-4 Código de Dialnet: ARTLIB 8108988
 Tipo de producción: Capítulo de libro
 Posición de firma: 1
 Tipo de soporte: Libro
 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
 Nº total de autores: 1
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 2
- 54 Marina Ramos Serrano. Mucho más que páginas personales. Educando en la sociedad digital: ética mediática y cultura de paz. pp. 627 - 632. Granada; Grupo Editorial Universitario, D.L. 200, 2002. ISBN 8484912108 Código de Dialnet: ARTLIB 4734989
 Tipo de producción: Capítulo de libro
 Posición de firma: 1
 Tipo de soporte: Libro
 Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
 Nº total de autores: 1
 Fuente de citas: Dialnet
 Citas: 0
- 55 García-Gordillo, Mar; Ramos-Serrano, Marina; Fernández García, Sergio. Manual de uso y estilo de redes sociales de la Universidad de Sevilla. Universidad de Sevilla, 2017. Disponible en Internet en: <https://doi.org/10.12795/RRSS_US>. ISBN 978-84-472-2093-9
 DOI: 10.12795/RRSS_US

Handle: 11441/69660

Código de Dialnet: LIB 707737

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Posición de firma: 2

Tipo de soporte: Libro

Grado de contribución: Autor/a o coautor/a de libro completo

Nº total de autores: 3

Fuente de citas: Dialnet

Citas: 1

56 Tecnologías de la persuasión: uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas. UOC, 2017, 2014. ISBN 978-84-9064-203-0

Código de Dialnet: LIB 561917

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Libro

Citas: 7

57 Publicidad y comunicación corporativa en la era digital. Pirámide (Grupo Anaya, Hachette Livre); Pirámide, 2009. ISBN 978-84-368-2341-7

Código de Dialnet: LIB 712652

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Libro

Citas: 0

58 Publicidad y sociedad: un viaje de ida y vuelta. Comunicación social, 2008. ISBN 9788496082564

Código de Dialnet: LIB 569783

Tipo de producción: Libro o monografía científica

Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Libro

Citas: 5

59 Marina Ramos Serrano. Un manual básico para administrar empresas publicitarias. REVISTA MEDITERRANEA COMUNICACION-JOURNAL OF COMMUNICATION. 9 - 1, pp. 501 - 503. UNIV ALICANTE, 2018. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.14198/medcom.11950>>. ISSN 1989-872X

DOI: 10.14198/medcom.11950

Handle: 11441/77628

Código de Dialnet: ARTREV 6254633

Tipo de producción: Reseña

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de citas: Dialnet

Tipo de soporte: Revista

Citas: 0

60 Ramos-Serrano, M. Advertising company. Manage and undertake advertising. REVISTA MEDITERRANEA COMUNICACION-JOURNAL OF COMMUNICATION. 9 - 1, pp. 501 - 503. UNIV ALICANTE, 2018. ISSN 1989-872X

Código WOS: WOS:000438015600036

Tipo de producción: Reseña Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Fuente de citas: WOS

Tipo de soporte: Revista

Autor de correspondencia: Si

Citas: 0

61 Marina Ramos Serrano. The Shallows. What the Internet is doing to our brains? ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Superficiales CARR, Nicholas, Madrid, Taurus, 2011. 340 págs. Admira. 3, pp. 181 - 183. Universidad de Sevilla, Grupo de Investigación ADMIRA, 2011. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/76238>>. ISSN 1989-6972

Handle: 11441/76238

Código de Dialnet: ARTREV 6506145

Tipo de producción: Reseña

Posición de firma: 1

Nº total de autores: 1

Tipo de soporte: Revista

- Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 62 Marina Ramos Serrano. Comunicación para la salud y culturas del riesgo de Miguel de Aguilera, José María López y José María Coronado; Málaga: Diputación de Málaga, 2007. *Questiones Publicitarias: Revista Internacional de Comunicación y Publicidad*. 13, pp. 88 - 91. Universidad de Sevilla, 2008. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.5565/rev/qp.131>>. ISSN 1133-6870
DOI: 10.5565/rev/qp.131
Handle: 11441/96474
Código de Dialnet: ARTREV 6189230
Tipo de producción: Reseña Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 63 Marina Ramos Serrano. La profesión de crear. Creatividad e investigación publicitarias. Isidoro Arroyo Almaraz. Madrid, laberinto, 2005. 318 páginas. *Questiones Publicitarias: Revista Internacional de Comunicación y Publicidad*. 11, pp. 134 - 139. Universidad de Sevilla, 2006. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.5565/rev/qp.142>>. ISSN 1133-6870
DOI: 10.5565/rev/qp.142
Handle: 11441/13039
Código de Dialnet: ARTREV 6189019
Tipo de producción: Reseña Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 64 Ramos-Serrano, Marina. Propaganda electoral. Elementos publicitarios y estrategias comunicativas en las elecciones municipales de Sevilla en 2003 de Juan Rey (ed.); Sevilla: MAECEI, 2005. *Questiones Publicitarias: Revista Internacional de Comunicación y Publicidad*. pp. 217 - 223. Universidad de Sevilla, 2005. Disponible en Internet en: <<https://doi.org/10.5565/rev/qp.162>>. ISSN 1133-6870
DOI: 10.5565/rev/qp.162
Handle: 11441/13077
Código de Dialnet: ARTREV 6176316
Tipo de producción: Reseña Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0
- 65 Marina Ramos Serrano. Diseño digital de Javier Royo; Barcelona: Paidós, 2004. *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*. 3, pp. 307 - 311. Editorial Universidad de Sevilla, 2005. Disponible en Internet en: <<https://idus.us.es/handle/11441/57661>>. ISSN 1695-6206, ISSN 1989-600X
Handle: 11441/57661
Código de Dialnet: ARTREV 6506192
Tipo de producción: Reseña Tipo de soporte: Revista
Posición de firma: 1
Nº total de autores: 1
Fuente de citas: Dialnet Citas: 0