



IDENTIFICACIÓN	
Apellidos y Nombres:	Almansa Martínez, Ana
Red nacional (País):	España
Ciudad:	Málaga
Institución actual:	Universidad de Málaga
Máxima titulación académica:	Doctora en Comunicación
Correo electrónico:	anaalmansa@uma.es
Teléfono institucional:	0034 952134280

TÍTULACIÓN ACADÉMICA
Titulación: Licenciada en Ciencias de la Comunicación Universidad: Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) País: España Año de egreso: 1993
Titulación: Doctora en Comunicación Universidad: Universidad de Málaga (UMA) País: España Año de egreso: 2003
Titulación: Master Oficial Política y Democracia Universidad: Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) País: España Año de egreso: 2013

PROYECTOS O CONTRATOS DE INVESTIGACIÓN I+D
Título del proyecto: Competencia Audiovisual de la Ciudadanía Entidad financiadora: Proyecto Excelencia Junta de Andalucía, España Duración: 4 años Investigador principal: José Ignacio Aguaded
Título del proyecto: Desafíos éticos del periodismo digital. Análisis comparativo entre cinco países europeos Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación, España Duración: 3 años Investigador principal: Juan Carlos Suárez Villegas
Título del proyecto: La Imagen Proyectada de Andalucía, en los diarios de referencia de España Entidad financiadora: Centro de Estudios Andaluces, España Duración: 2 años Investigador principal: Antonio Castillo Esparcia

PUBLICACIONES
Autor(es): Ana Almansa-Martínez y Antonio Castillo-Esparcia Título: Comunicación Institucional en España. Estudio del uso que los diputados españoles hacen de las redes sociales Tipo de publicación: artículo Revista/Libro: Revista Chasqui Año: 2014
Autor(es): Ana Almansa-Martínez, Oscar Fonseca, Antonio Castillo-Esparcia Título: Redes Sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española Tipo de publicación: artículo Revista/Libro: Revista Comunicar Año: 2013
Autor(es): Mercedes Cancelo Sanmartín y Ana Almansa-Martínez Título: Estrategias comunicativas en redes sociales. Estudio comparativo entre las universidades de España y México. Tipo de publicación: artículo Revista/Libro: Revista Historia y Comunicación Social Año: 2013

Autor(es): Ana Almansa-Martínez y Mercedes Cancelo Sanmartín Título: El método del caso en la docencia universitaria. Análisis de experiencias en España y México Tipo de publicación: capítulo de libro Revista/Libro: Experiencias en la adaptación al EES, McGraw Hill Año: 2014
Autor(es): Antonio Castillo-Esparcia, Ángel Luis Rubio Moraga y Ana Almansa-Martínez Título: La investigación en Comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI Tipo de publicación: artículo Revista/Libro: Revista Latina de Comunicación Social Año: 2012

TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS

Título: La comunicación para el fomento de la cultura emprendedora entre la juventud Doctorando/a: Juan de Lucas Osorio Universidad: Universidad de Málaga Facultad: Ciencias de la Comunicación Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad Año: 2014
Título: Comunicación Política en Chile Análisis de las Elecciones Presidenciales 2009-2010 Doctorando/a: Felipe Vergara Maldonado Universidad: Universidad de Málaga Facultad: Ciencias de la Comunicación Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad Año: 2014
Título: Conocimiento y aplicación de la responsabilidad social empresarial en Chile Doctorando/a: Cecilia de las Mercedes Burgos Romero Universidad: Universidad de Málaga Facultad: Facultad Ciencias de la Comunicación Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad Año: 2014
Título: Las Relaciones Públicas en la estrategia de comunicación de la Guardia Civil de Alicante: aplicación de modelos conductuales Doctorando/a: Francisco Lorenzo Sola Universidad: Universidad de Alicante Facultad: Ciencias de la Comunicación Departamento: Comunicación y Psicología Social Año: 2013
Título: Las radios universitarias públicas en internet y su integración a la comunicación digital Doctorando/a: Jesús Abidán Ramos Salas Universidad: Universidad de Málaga Facultad: Ciencias de la Comunicación Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad Año: 2013
Título: La perspectiva de género en la gestión de la comunicación de las asociaciones empresariales españolas Doctorando/a: Edelmira Romero Quintero Universidad: Universidad de Málaga Facultad: Facultad Ciencias de la Comunicación Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad Año: 2012
Título: La comunicación en las ONG españolas: la influencia de internet en el modelo estratégico de relaciones con los públicos Doctorando/a: María del Mar Soria Ibáñez Universidad: Universidad de Málaga Facultad: Facultad Ciencias de la Comunicación Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad Año: 2011

OTROS MÉRITOS

Profesora Titular de Universidad en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga. Tutora y Directora de Tesis en el Doctorado Interuniversitario en Comunicación, de las universidades de Sevilla, Huelva, Cádiz y Málaga. Editora de la Revista Internacional de Relaciones Públicas. Miembro de la Comisión de Formación del PDI de la Universidad de Málaga. Profesora del grado de Publicidad y Relaciones Públicas y del Master Oficial Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación de la Universidad de

Málaga, además de docente en Master Oficial de la UNED, de la Universidad de Almería, de Cádiz y San Jorge. Miembro de la Comisión de Planes de Estudio del Grado de y de Máster de la Universidad de Málaga.