

D. Francisco Moreno Rey

DOCTOR EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. Tesis Doctoral titulada: *El efecto de la música publicitaria en la notoriedad del mensaje. Un estudio experimental en el ámbito de la identidad sonora corporativa.* UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, Programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, 2019, Sobresaliente Cum Laude.

PostGrado

- DIPLOMA DE ESTUDIOS AVANZADOS (DEA)
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN ORTEGA Y GASSET.
ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE. ESPAÑA, 2008.
- EXPERTO EN EL ANÁLISIS DE DATOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL Y DE MERCADOS (250 HORAS)
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, 2001.
- CURSOS AVANZADOS PARA LA SUFICIENCIA INVESTIGADORA
DPTO. DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, 1999 Y 2000.
- CURSO DE ADAPTACIÓN PEDAGÓGICA (CAP)
INSTITUTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN.
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, 1994.

Formación Universitaria

- LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN (ESPECIALIDAD: PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS)
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. ESPAÑA, 1987.

Experiencia Profesional

- EJECUTIVO DE CUENTAS
AGENCIA L. S.A. 1995-1996.
- COMERCIAL
HIPADECAL, S.A. 1993-1994.
- EJECUTIVO DE CUENTAS
GRUPO CENTRO, S.A. 1992-1993.
- EJECUTIVO DE CUENTAS
TECNICAS ALTERNATIVAS DE COMUNICACION, S.A. 1990-1992.
- EJECUTIVO DE CUENTAS
RATIO DE MARKETING Y PUBLICIDAD, S.A. 1989-1990.
- EJECUTIVO DE CUENTAS
INTERMEDIA PROMOCIONES, S.A. . 1989-1998.
- AGENTE DE SEGUROS
PLUS ULTRA, S.A. 1988-1998.
- COMPAÑÍA DE OPERACIONES ESPECIALES 52 - COE 52
MINISTERIO DE DEFENSA. 1980-1982.

Experiencia Docente

- 4º DE GRADO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESA. ESIC MADRID. CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD. 2018-20
- 4º DE GRADO DE MARKETING. ESIC MADRID. CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD. 2018-20
- 3º DE GRADO DE PUBLICIDAD Y RR.PP. ESIC MADRID. CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
ESTRUCTURA DEL SISTEMA DE MEDIOS. 2011-2020.
- 2º DE GRADO DE PUBLICIDAD Y RR.PP. CENTRO UNIVERSITARIO VILLANUEVA. CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
LA LENGUA ESPAÑOLA EN LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP. 2012-2015.
- 1º DE GRADO DE PUBLICIDAD Y RR.PP. ESIC MADRID. CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN. 2010-2020.
- 1º DE GRADO DE PUBLICIDAD Y RR.PP. ESIC MADRID. CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD. 2003-2020.
- 3º DE LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RR.PP. CENTRO UNIVERSITARIO VILLANUEVA. ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
LENGUAJE PUBLICITARIO. 2009-2012.

- 2º DE LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RR.PP. ESIC MADRID. CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS LENGUAJE PUBLICITARIO. 2003-2010.
- 2º DE LICENCIATURA DE GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING. ESIC MARKETING & BUSINESS SCHOOL PUBLICIDAD. 2003-2004.
- 4º DE LICENCIATURA DE INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO. ESIC MARKETING & BUSINESS SCHOOL COMUNICACIÓN COMERCIAL. 2001-2002.
- 1º DE LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RR.PP. ESIC MADRID. CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN. 2000-2003.
- 1º DE LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RR.PP. ESIC MADRID. CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS ESTRUCTURA COMUNICACIÓN. 2000-2009.
- FONDO SOCIAL EUROPEO CURSO PROFESIONAL DE CREATIVIDAD PUBLICITARIA PARA LA TELEVISIÓN LOCAL DE LINARES (120 HORAS). 1998-1999.
- DIPLOMATURA EN MARKETING Y PUBLICIDAD. VERMOND BUSINESS SCHOOL DE MADRID (CENTRO PRIVADO) 1º, 2º Y 3º (VARIAS ASIGNATURAS). 1996-2001.

Líneas de Investigación

- IDENTIDAD SONORA CORPORATIVA
- EFECTOS DEL MENSAJE PUBLICITARIO
- CONTENIDO Y ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- COMUNICACIÓN POLÍTICA

Ponencias

- MORENO REY, F. Y MORENO REY, F. Y CONDE LOPEZ, J. *DE LAS IDEAS POLÍTICA A TWITTER: EL DESBORDAMIENTO DE LA CAMPAÑA ELECTORAL EN LA DEMOCRACIA 2.0* PONENCIA PRESENTADA EN EL I CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA: COMUNICACIÓN POLÍTICA 2.0 Y LIDERAZGO. ORGANIZADO POR LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGACIÓN EN CAMPAÑAS ELECTORALES (ALICE). DÍAS 6 Y 7 DE JULIO DE 2012.
- MORENO REY, F. Y SÁNCHEZ GONZÁLEZ, P. *MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y... ¿RELIGIÓN?* PONENCIA PRESENTADA EN EL I CONGRESO UNIVERSITARIO INTERNACIONAL SOBRE LA COMUNICACIÓN EN LA PROFESIÓN Y EN LA UNIVERSIDAD DE HOY: CONTENIDOS, INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y DOCENCIA (CUICID 2012 VIRTUAL Y EN LÍNEA). ORGANIZADO POR LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. DIAS 17 Y 18 DE OCTUBRE DE 2012.

Artículos

- MORENO REY, F. (2010) *LA COMUNICACIÓN POLÍTICA COMO INSTRUMENTO CONFORMADOR DE VALORES Y ACTITUDES*. EN ADRESEARCH ESIC. REVISTA INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Nº4 JULIO-DIEMBRE 2011

Libros

- MORENO REY, F. *CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE*. EN "PLAN DE COMUNICACIÓN ON Y OFF EN LA PRÁCTICA" (2017): ALARD, J. Y MONFORT, A. (COORD.), EDITORIAL ESIC, MADRID.
- MORENO REY, F. *ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL*; EN "PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO" (2008): AGOTE IGLESIAS, I., EDITORIAL ESIC, MADRID.
- MORENO REY, F. Y CONDE LOPEZ, J. *DE LAS IDEAS POLÍTICA A TWITTER: EL DESBORDAMIENTO DE LA CAMPAÑA ELECTORAL EN LA DEMOCRACIA 2.0*; EN "LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS" (2012): COTARELO, R. Y CRESPO, I. (COMPS.), EDITORIAL CATARATA, MADRID.
- MORENO REY, F. Y SÁNCHEZ GONZÁLEZ, P. *MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y... ¿RELIGIÓN?* EN "EL EES COMO PLATAFORMA DE LA INNOVACIÓN UNIVERSITARIA" (2012): CALDEVILLA DOMINGUEZ (COORD.). EDITORIAL VISIÓN LIBROS. MADRID. (pp. 223-237)

Recensiones

- *BLOGUNIVERSIDAD. LOS BLOGS EN LA UNIVERSIDAD COMO INICIATIVAS PRÁCTICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE*. RECENSIÓN DEL APARTADO "REVISTA DE LIBROS". EN ADRESEARCH ESIC. REVISTA INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Nº3 ENERO-JUNIO 2011 (pp.129-131).

- *LA NUEVA COMUNICACIÓN. CONCEPTOS, TENDENCIAS Y APLICACIONES. RECENSIÓN DEL APARTADO "REVISTA DE LIBROS". EN ADRESEARCH ESIC. REVISTA INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Nº9 ENERO-JUNIO 2014 (pp.124-126).*
- *BAJO LA INFLUENCIA DEL BRANDED CONTENT. EFECTOS DE LOS CONTENIDOS DE MARCAS EN NIÑOS Y JÓVENES. RECENSIÓN DEL APARTADO "REVISTA DE LIBROS". EN ADRESEARCH ESIC. REVISTA INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Nº10 JULIO-DICIEMBRE 2014 (pp.156-160).*