

Ana Sebastián Morillas

Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad de Valladolid. Su tesis doctoral lleva por título: “Publicidad y modelos sociales. La transmisión de los modelos sociales en los distintos medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) 1939-1975”.



Ha sido Coordinadora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación. Universidad de Valladolid y también Coordinadora de la Sección Departamental. Así como integrante de la Comisión Ejecutiva. En esta misma Facultad, también ha formado parte del Comité de Título durante casi siete años.

Actualmente es profesora Contratada Doctora en dicha Facultad. Imparte docencia en programas de Grado y Posgrado. Tutoriza y forma parte de Tribunales de Trabajos Fin de Grado (TFG), Trabajos Fin de Máster (TFM), Prácticas de empresa y Dirección de Tesis Doctorales.

Cuenta con un Sexenio de investigación reconocido y está acreditada por ANECA para las figuras de Ayudante Doctor, Contratada Doctor y Profesora Universidad Privada. En Google Scholar: Índice de citas: 475. Índice h: 8 Índice i10: 7

Sus principales líneas de investigación están relacionadas con la planificación estratégica de marca, la publicidad, la comunicación, y el marketing. En los últimos años ha participado en diferentes proyectos de investigación de la Consejería de Educación, Junta de Castilla y León y del Ministerio de Economía y Competitividad, el último proyecto I+D+i en el que participó: Nuevos escenarios de comunicación de marca en las empresas e Instituciones. Actualmente está participando en el programa de financiación de proyectos de investigación Santander-UCM: La marca como fenómeno social: activismo corporativo, confianza y percepciones.

También es autora y coordinadora de libros, como: *Planificación Estratégica y Gestión de la Publicidad. Conectando con el consumidor, Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos.*

Y autora y coautora de capítulos de libro, como “El pensamiento estratégico”. “Marcas y coronavirus: análisis del comportamiento de las marcas en la crisis de la COVID-19”. “Estrategias de comunicación y marketing para grupos sociales: El sector de los singles”. “Conectar con los gamers: Nuevas estrategias de marca durante la pandemia del COVID-19”. “Nuevos escenarios de la publicidad: Espacios en alquiler de los mundos virtuales”. “Protección de los derechos de los kidsfluencer y los efectos sobre su desarrollo psicosocial”. “Emociones y marcas: La gestión emocional de la marca Bankia”.

“El uso de las nuevas tecnologías ayuda a mejorar la calidad de vida de los consumidores seniors en España”. O Responsabilidad social corporativa y reputación corporativa, entre otros.

Además cuenta con numerosas publicaciones en revistas científicas, tanto nacionales como internacionales, con artículos como: “New discourses in Brand communication in Spain: adaptation vs. Renewal of target audience”. “La importancia de los Insight en el proceso estratégico y creativo de las campañas publicitarias”. “Corporate identity in the Brand co-creation era”. “Corporate culture: Keys to the lever for true digital transformation”. “Advergaming: An advertising tool with a future”. “El rol de los parámetros psicofisiológicos en el análisis del comportamiento del consumidor”. “Analysis of content trends and Brand communication platforms in Spain”. “Situación económica de las consultoras de neuromarketing en España”. “El perfil del consultor de neuromarketing en la formación de grado en la universidad española”. “Nuevos modelos de negocios para los anunciantes: El sector de los videojuegos en España”. “Análisis de las tendencias en contenidos y plataformas de comunicación de marca corporativa y comercial en España”, entre otros.

Ha sido Fellow del RCC en Harvard University (Cambridge, Massachusetts). También ha realizado estancias de Movilidad dentro del marco del Programa Sócrates en la Universidad Politécnica de Lisboa, Università Degli Studi Di Torino (Turín-Italia), Università Degli Studi Di Enna “Kore” (Sicilia-Italia), Università Degli Studi Di Sassari (Cerdeña-Italia), New Bulgari University (Sofía-Bulgaria), entre otras.

Ha formado parte del Comité Científico de diversos Congresos de Publicidad, Comunicación y Marketing. Participa como ponente en distintos Congresos Nacionales e Internacionales, entre sus últimas comunicaciones destacan las presentadas al Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna, Tenerife (Canarias). International Conference on Information Technology & System (ICITS), Quito (Ecuador) Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales en la Sociedad de la información. Congreso Universitario Internacional sobre la Comunicación en la Profesión y en la Universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia, Universidad Metropolitana de Caracas (Venezuela). Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas. Congreso Internacional de la AE-IC. I Simposio de la Estancia de Investigación en Comunicación, Medios y Cultura, Universidad de la Plata, Buenos Aires (Argentina), III Congreso de Investigadores de Iberoamérica, Monterrey, Nuevo León (México), entre otros.

Actualmente es miembro de la Asociación de Planificadores Estratégicos (APG. Account Planning Group Spain), de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), y de la Asociación Icono 14.

También forma parte del Grupo de Investigación Reconocido (GIR): Grupo Complutense de Gestión de Marca y Comunicación Integrada.