

BREVE CV

Ana Sebastián Morillas

ORCID 0000-0001-9073-3483

Profesora Titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación. Campus María Zambrano (Segovia). Universidad de Valladolid.

Cuenta con un SEXENIO vivo de Investigación. En Google Scholar tiene un índice de citas de 1013, un índice h: 12 y un índice i10: 15

Ha sido Coordinadora del Comité de Título del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid y de la Sección Departamental, así como integrante de la Comisión Ejecutiva. Coordinadora de 3º en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y miembro del Comité de Título durante casi 8 años. También ha sido una de las responsables en elaborar el Reglamento de Funcionamiento Interno del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

Actualmente es Vicedecana de Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación. Coordinadora de Proyectos de Innovación Docente, miembro de la Comisión Ejecutiva Permanente del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y del Comité de Título del Máster en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas. Forma parte de Comisiones de Selección para la Provisión de Plazas de Personal Docente e Investigador, realiza funciones de tutorización académica en las Prácticas de Empresa, miembro de Comisiones Evaluadoras que califican Trabajos Fin de Máster y Trabajos Fin de Grado, directora de Tesis Doctorales, tutora de Trabajos Fin de Máster y Trabajos Fin de Grado y, es miembro de Tribunales de Tesis Doctorales.

Imparte docencia en programas de grado y postgrado con asignaturas de planificación estratégica, publicidad, comunicación y marketing.

Sus principales líneas de investigación están relacionadas con la planificación estratégica publicitaria, la comunicación de marca, la publicidad y el marketing. En los últimos años, ha participado en diferentes proyectos de investigación competitivos, relacionados con estas áreas. Su último proyecto I+D+i versa sobre Nuevos escenarios de comunicación de marca en las empresas e Instituciones. 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 de capítulos de libro, como "Érase una vez la estrategia", "Activismo de marca: la

importancia de las estrategias de comunicación para conectar con los consumidores”, “¿Poseer o consumir? Las nuevas estrategias de las marcas para llegar al consumidor”, “El pensamiento estratégico” “Estrategias de consumo para grupos sociales: El sector de los singles”, “La importancia del Advergaming como herramienta publicitaria”, “Infancia y Alimentación. Deconstrucción crítica de un desafío común entre educación, ciencia, política y sociedad”, “La importancia de las emociones en las decisiones de compra de los consumidores”, entre otros. Todos ellos han sido publicados con ISBN, en editoriales de prestigio de acuerdo al índice SPI de prestigio editorial, con difusión internacional, y decenas de citas y reseñas en revistas científicas.

Además, cuenta con numerosas publicaciones en revistas científicas, tanto nacionales como internacionales, con artículos de alto impacto. Entre sus últimos artículos destacan: “Building trust in sustainable brands: Revisiting perceived value, satisfaction customer service and brand image”, “New discourses in Brand communication in Spain: adaptation vs. Renewal of target audience”. “Importancia de la estrategia de comunicación y su relación con el insight para conseguir la eficacia publicitaria”, “The challenge for brands to understand their consumption through social networks in Spain”, “Effects of perceived value and customer service on brand satisfaction”, “New business models for advertisers: The video games sector in Spain”, entre otros.

Ha sido Fellow del Real Colegio Complutense en Harvard University (Cambridge, Massachusetts) y durante los últimos años, ha realizado estancias de formación dentro del marco del Programa Erasmus en la Università Degli Studio Di Torino (Italia), Università Degli Studi Di Enna Kore (Italia), New Bulgari University (Bulgaria) y en Pedagogical University of Kraków (Polonia).

Ha formado parte del Comité Científico de diversos Congresos de Publicidad, y participa como ponente en distintos Congresos Nacionales e Internacionales. Revisora por pares ciegos de diferentes revistas indexadas.

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

Forma parte del grupo de investigación consolidado Gestión de marca y comunicación integrada de la Universidad Complutense de Madrid. Y del grupo de investigación en Comunicación Audiovisual e Hipermedia (GICAVH) de la Universidad de Valladolid.