

OFERTAS Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN PARA EL TFG POR ÁREA/TITULACIÓN

Para facilitar el acceso a un tutor/a de TFG, se presentan algunas de las ofertas y líneas de investigación propuestas por algunos docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Al margen de estas propuestas, los estudiantes podrán plantear los temas que deseen tratar en su TFG a cualquier docente de la Facultad que consideren más idóneo para que sea su tutor/a.

ÍNDICE

1.	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.....	3
2.	PERIODISMO	8
3.	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	13
4.	SOCIOLOGÍA	15

I. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Fotografía, cine experimental, cine y música. ricardo.roncero@urjc.es

Narración en cine, series de tv y videojuegos. Estudios de estructuras narrativas, personajes, estilo, influencias e hibridaciones. alfonso.cuadrado@urjc.es

La representación de la diversidad de la sociedad actual en la narrativa audiovisual de películas y series. La sociedad actual se caracteriza por una diversidad de género; de personas con discapacidad; de orientación sexual; de edades; de origen racial o étnico; de procedencia rural, etc. con infra y sobre representación en las narrativas audiovisuales de películas y series. Es un campo de investigación todavía novedoso en el ámbito de la comunicación audiovisual. javier.carrillo@urjc.es

Análisis empírico de las películas y series españolas difundidas en televisión en España. javier.carrillo@urjc.es

Estudios de género. Análisis de producciones audiovisuales desde el punto de vista de los estudios de género. nerea.cuenca@urjc.es

Reportaje radiofónico. Preproducción, producción, realización y postproducción de un reportaje radiofónico de la temática elegida por el alumno/alumnos. nerea.cuenca@urjc.es

Narrativa audiovisual. Análisis de contenido: montaje, guion, lenguaje av. nerea.cuenca@urjc.es

Estudios de género, personajes, nuevas plataformas, narrativa. nerea.cuenca@urjc.es

Comunicación (cine, narrativa, personajes, televisión, series, radio) y perspectiva de género. nerea.cuenca@urjc.es

Análisis textuales, narrativos, estéticos, formales, etc., de cualquier tipo de texto audiovisual (cine, series de TV, videojuegos, netArt, etc.). Observaciones: Se requiere entrevista personal previa. lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Cortometrajes de ficción, documentales, animación, videodanza, *fashion films*, ensayo audiovisual. Memoria de TFG y pieza audiovisual según el género escogido. Observaciones: Se requiere entrevista personal previa. lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Guion de largometraje, largo documental, series de TV, videojuegos, documental interactivo. Memoria de TFG: guion + biblia. Observaciones: Se requiere entrevista personal previa. lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Análisis textual, guiones, producción audiovisual. Observaciones: Se requiere entrevista personal previa. lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Realización de proyectos fotográficos (artísticos, documentales, ensayísticos, experimentales, sociales, etc.). Observaciones: Se requiere entrevista personal previa. lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Análisis y creación de nuevos formatos televisivos.
lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Arte y nuevos medios; Visualidad contemporánea y estudios visuales; Experimentación artística; Diseño y Creación Multimedia; Interfaces experimentales; Teoría en la convergencia Arte-Comunicación.
jose.ruiz.martin@urjc.es

Periodismo cultural. Cualquier trabajo de investigación en el ámbito del periodismo cultural (análisis de mensajes periodísticos de la sección de cultura, críticas de conciertos, de cine, teatro..., análisis de revistas culturales o cualquier fenómeno de comunicación cultural, como los *booktubers*). gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Industria cultural. Análisis de los sectores culturales y comunicativos desde el punto de vista crítico: industria de la música, del cine, del libro, los videojuegos, el sector audiovisual, la prensa. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Estudio de campañas publicitarias. Trabajos de investigación cuantitativos o cualitativos sobre campañas publicitarias desde el punto de vista de los mensajes. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Historia del cine, Cine Español, Géneros Audiovisuales, Análisis Audiovisual, Ensayo Audiovisual, Documental (teoría y práctica), Reportaje periodístico. isleny.cruz.carvajal@urjc.es

Cine y Periodismo. isleny.cruz.carvajal@urjc.es

Realización de un cortometraje de ficción. El TFG será práctico, acompañado de una memoria académica, y consistirá en la dirección de un cortometraje de ficción. ramon.luque@urjc.es

Escritura de guion de largometraje. TFG práctico. Guion de un largometraje, acompañado de desarrollo y demás datos sobre argumento, sinopsis, personajes, etc. Acompañado de memoria académica. ramon.luque@urjc.es

Comunicación: teorías y prácticas. TFG académico, crítico e imaginativo que vincule teorías relacionadas con la comunicación con el análisis obras audiovisuales. ramon.luque@urjc.es

Realización, Guion, Teorías de la Comunicación. Proceso Audiovisual.
ramon.luque@urjc.es

Análisis de los oficios cinematográficos: estudios de casos/problemas.

Observaciones: El objetivo final es el desarrollo de una investigación original publicable como artículo académico que demuestre las competencias adquiridas por el o la alumn@ de Comunicación Audiovisual, no sólo como experto en el hacer fílmico, audiovisual e hipermedial sino como especialista en el saber sobre esos haceres que constituyen las profesiones de la comunicación. luis.alonso@urjc.es

Historia de los procesos cinematográficos: estudios de casos.

Observaciones: El objetivo final es el desarrollo de una investigación original publicable como artículo académico que demuestre las competencias adquiridas por el o la alumn@ de Comunicación Audiovisual, no sólo como experto en el hacer fílmico, audiovisual e hipermedial sino como especialista en el saber sobre esos haceres que constituyen las profesiones de la comunicación. luis.alonso@urjc.es

Teoría del proyecto fílmico: análisis de aspectos y facetas de la creación audiovisual.

Observaciones: El objetivo final es el desarrollo de una investigación original publicable como artículo académico que demuestre las competencias adquiridas por el o la alumn@ de Comunicación Audiovisual, no sólo como experto en el hacer fílmico, audiovisual e hipermedial sino como especialista en el saber sobre esos haceres que constituyen las profesiones de la comunicación. luis.alonso@urjc.es

El impacto material de las tecnologías sobre el medioambiente.

Investigaciones y producciones que den a conocer el impacto material que tiene la producción, el uso y el desecho de las tecnologías sobre nuestro entorno social y medioambiental. fernando.tucho@urjc.es

Neurociencias y comunicación.

Investigaciones y producciones en torno a la relación de la comunicación con los desarrollos de las neurociencias. fernando.tucho@urjc.es

Impacto material de las tecnologías / Neurociencias y comunicación / Educación mediática / Medios y emociones.

Observaciones: Trabajos de investigación en otros ámbitos si el alumno/a tiene interés en orientarse hacia una carrera académica o, al menos, tiene el manejo adecuado de las herramientas de investigación necesarias para llevarlo a cabo. fernando.tucho@urjc.es

Análisis de imagen fotográfica.

Análisis de imágenes en prensa y medios de comunicación. Documental o reportaje. Elaboración de un audiovisual sobre un tema concreto: investigación, producción y postproducción (en grupo). Sus principales líneas de investigación y creación se centran en el análisis de la imagen, la tecnología y el lenguaje fotográfico, y el proceso creativo dentro del arte colaborativo y la cultura rural contemporánea. gema.pastor@urjc.es

Proyecto creativo de imagen.

Propuesta de proyecto creativo: proceso de creación, producción y memoria. Sus principales líneas de investigación y creación se centran en el análisis de la imagen, la tecnología y el lenguaje fotográfico, y el proceso creativo dentro del arte colaborativo y la cultura rural contemporánea. gema.pastor@urjc.es

Estudios sobre el podcast (*Podcast Studies*). Análisis teóricos y empíricos sobre la producción de podcasts y sus modelos de consumo e interacción entre podcasters y oyentes. davidgarciam@urjc.es

Autoperiodismo. Investigaciones sobre el uso del podcast como medio para la realización de trabajos periodísticos en diferentes géneros y formatos. david.garciam@urjc.es

Producción transmedia. Estudios teóricos y empíricos sobre las estrategias de realización de contenidos multiplataforma y el diseño de dinámicas participativas de los usuarios y fans. david.garciam@urjc.es

Desinformación y *fake news*. Trabajos teóricos y empíricos sobre la tipología de los desórdenes informativos y su impacto en la sociedad, iniciativas de *fact-checking* y retórica de la desinformación. david.garciam@urjc.es

Comunicación Política, Diseño Información Periodística, Documentación Informativa. david.garciam@urjc.es

Comunicación Política / Comunicación Corporativa / Medio de comunicación. kenia.delorbe@urjc.es

Industrias Culturales / industria audiovisual / Cine español / plataformas digitales / tendencias de la publicidad. josemaria.alvarez@urjc.es

Industrias culturales, redes sociales, televisión, nuevas tecnologías. raquel.vinader@urjc.es

Comunicación científica. Observaciones: desarrollo de un proyecto aplicado de comunicación digital integrando diferentes soluciones audiovisuales y multimedia. manuel.gertrudix@urjc.es

Cine, lenguaje y narración audiovisual, y comunicación digital y redes sociales. susana.lozano@urjc.es

Investigación social mediante prácticas artísticas. concepcion.mateos@urjc.es
Observaciones: esta línea de TFG se propone realizar investigaciones en temas sociales (crisis ecosocial y emergencia climática, derechos humanos, cambio social, activismo, participación ciudadana...) empleando métodos que incorporen las prácticas artísticas como herramientas de indagación.

Emergencia climática: representación mediática y artística. Observaciones: la bibliografía de referencia de este tema se encuentra en inglés. concepcion.mateos@urjc.es

Estructura del sistema de medios. Radiotelevisones públicas. carmen.caffarel@urjc.es

Líneas de trabajo y análisis de comunicación - cualquier formato- sobre desarrollo social, en torno a la Agenda 2030. Análisis de la realidad e integración

del conocimiento. Hay mucho que estudiar y proponer en torno a la comunicación como herramienta de cambio, desarrollo e integración social. inmaculada.cubillo@urjc.es

Desarrollo de proyectos audiovisuales y videojuegos. ana.masip@urjc.es

Creatividad Audiovisual y Publicitaria, Producción Audiovisual, Empresa, Eventos, Psicología de la Comunicación, Riesgos Psicosociales, Comunicación y Salud. olga.serrano@urjc.es

Trabajos de investigación empírica orientados a indagar en aspectos como las características del sector profesional de la comunicación, los usos de las tecnologías por diferentes colectivos, las tipologías, características y aplicaciones de los mundos virtuales o las formas y características de la comunicación política en la actualidad. gloria.gomez.diago@urjc.es

Trabajos con orientación práctica orientados al diseño y a la producción de acciones comunicativas. gloria.gomez.diago@urjc.es

Comunicación Audiovisual. jesus.rame@urjc.es

Teoría de la Comunicación, Cultura, Opinión Pública y Crisis. rainer.rubira@urjc.es

Metaverso, innovación, *marketing*, *marketing* digital, mercado *streaming*, economía del entretenimiento, nuevos modelos de negocio. francisco.vacas@urjc.es

2. PERIODISMO

Periodismo, contenidos periodísticos, redes sociales, investigación sobre medios de comunicación. enric.saperas@urjc.es

Periodismo cultural. Cualquier trabajo de investigación en el ámbito del periodismo cultural (análisis de mensajes periodísticos de la sección de cultura, críticas de conciertos, de cine, teatro..., análisis de revistas culturales o cualquier fenómeno de comunicación cultural, como los *booktubers*). gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Industria cultural. Análisis de los sectores culturales y comunicativos desde el punto de vista crítico: industria de la música, del cine, del libro, los videojuegos, el sector audiovisual, la prensa. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Estudio de campañas publicitarias. Trabajos de investigación cuantitativos o cualitativos sobre campañas publicitarias desde el punto de vista de los mensajes. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Reportaje audiovisual. isleny.cruz.carvajal@urjc.es

Relaciones entre periodismo y cine (periodismo cinematográfico, películas basadas en el periodismo, etc.). isleny.cruz.carvajal@urjc.es

Trabajos prácticos para radio y televisión. fernando.tucho@urjc.es

El impacto material de las tecnologías sobre el medioambiente. Investigaciones y producciones que den a conocer el impacto material que tiene la producción, el uso y el desecho de las tecnologías sobre nuestro entorno social y medioambiental. fernando.tucho@urjc.es

Neurociencias y comunicación. Investigaciones y producciones en torno a la relación de la comunicación con los desarrollos de las neurociencias. fernando.tucho@urjc.es

Impacto material de las tecnologías / Neurociencias y comunicación / Educación mediática / Medios y emociones. Observaciones: Trabajos de investigación en otros ámbitos si el alumno/a tiene interés en orientarse hacia una carrera académica o, al menos, tiene el manejo adecuado de las herramientas de investigación necesarias para llevarlo a cabo. fernando.tucho@urjc.es

Periodismo económico, periodismo deportivo, golf. josegabriel.fernandez@urjc.es

Fotoperiodismo, periodismo gastronómico, historia del periodismo. Observaciones: También trabajos prácticos. myanet.acosta@urjc.es

Comunicación política / Tratamiento informativo de problemas/temas sociales / Estudios de audiencias. manuel.martinez.nicolas@urjc.es

El periodismo y el contraste de fuentes. Descubrir las fuentes solventes y rigurosas de las que no son (propaganda manipulativa e intoxicadores de la opinión pública). manuel.carmona@urjc.es

El documental científico sobre cualquier tema prueba histórica. Cuando un documental sobre cualquier asunto, persona o entidad se hace con rigor se convierte en una prueba histórica de sumo interés y validez científica para conocer esa realidad y sus circunstancias. manuel.carmona@urjc.es

Cómo superar los compartimentos estancos de los grupos de opinión: salud democrática versus intoxicadores. Desde los años 80, los medios de comunicación occidentales y de otras latitudes, salvo honrosas excepciones están más centrados en defender intereses de unos grupos concretos que en promover los principios del periodismo libre, responsable y como cuarto poder. manuel.carmona@urjc.es

Estudios de modelos clásicos e innovadores de publicidad y marketing; comunicación y venta de eventos culturales. Observaciones: Estas líneas de TFG e investigación son interdisciplinares y se pueden trabajar también desde Comunicación Audiovisual, Publicidad y Marketing, Diseño Integral y Organización de Eventos. manuel.carmona@urjc.es

Visualización de datos. guiomar.salvat@urjc.es

Periodismo de datos. Periodismo de datos social; Periodismo de datos para el desarrollo sostenible. guiomar.salvat@urjc.es

Diseño de la información. guiomar.salvat@urjc.es

Sociedad de la Información. guiomar.salvat@urjc.es

Periodismo Cultural en la Sociedad de la Información. Trabajos relacionados con los temas y comunidades de estudio propios del periodismo cultural en el marco ampliado por las nuevas formas de comunicación que favorecen las TIC. guiomar.salvat@urjc.es

Opinión pública y Comunicación Política. Estudios de Opinión pública y comunicación política en sentido amplio. mariavictoria.campos@urjc.es

Comunicación y Crimen. Estudios de la comunicación de la violencia y el crimen. mariavictoria.campos@urjc.es

Comunicación de la Defensa. Estudios relacionados con la Comunicación de la Seguridad, Defensa e Inteligencia. mariavictoria.campos@urjc.es

Opinión Pública y Comunicación Política. Seguridad, Defensa e Inteligencia. Periodismo Internacional. Comunicación/Crimen. mariavictoria.campos@urjc.es

Periodismo y desinformación. Opinión pública y Fake news. mariavictoria.campos@urjc.es

Comunicación (cine, narrativa, personajes, televisión, series, radio) **y perspectiva de género.** nerea.cuenca@urjc.es

Análisis y opinión periodística. El análisis y la opinión periodística en todas sus facetas y formatos (prensa, radio, televisión, editoriales, columnismo, necrológicas, crítica de arte y espectáculos. luispablo.francescutti@urjc.es

Argumentación periodística. Todos los recursos retóricos utilizados en el periodismo informativo, interpretativo y de opinión. luispablo.francescutti@urjc.es

Discurso periodístico, argumentación periodística. luispablo.francescutti@urjc.es

Estudios sobre el podcast (Podcast Studies). Análisis teóricos y empíricos sobre la producción de podcasts y sus modelos de consumo e interacción entre podcasters y oyentes. davidgarciam@urjc.es

Autoperiodismo. Investigaciones sobre el uso del podcast como medio para la realización de trabajos periodísticos en diferentes géneros y formatos. davidgarciam@urjc.es

Producción transmedia. Estudios teóricos y empíricos sobre las estrategias de realización de contenidos multiplataforma y el diseño de dinámicas participativas de los usuarios y fans. davidgarciam@urjc.es

Desinformación y fake news. Trabajos teóricos y empíricos sobre la tipología de los desórdenes informativos y su impacto en la sociedad, iniciativas de fact-checking y retórica de la desinformación. davidgarciam@urjc.es

Comunicación Política, Diseño Información Periodística, Documentación Informativa. davidgarciam@urjc.es

Cobertura informativa de fenómenos relacionados con el Cambio Climático. Conocimientos básicos e interés por el tema del Cambio Climático. carlos.lozano@urjc.es

Qué y cómo se investiga la comunicación en España. Observaciones: Dirigido a estudiantes que les guste investigar y que no descarten llegar a estudiar un doctorado en Comunicación carlos.lozano@urjc.es

Comunicación, Periodismo, Teorías de Información y Comunicación, Métodos de investigación. maximiliano.fernandez@urjc.es

Redes sociales, menores, adolescentes, usos, abusos, beneficios y riesgos de internet. rebeca.suarez@urjc.es

Reportajes y documentales de televisión. mario.garciadecastro@urjc.es

Periodismo televisivo y radiofónico. mario.garciadecastro@urjc.es

Comunicación en redes sociales, discursos de odio. lizette.martinez@urjc.es

Televisiones públicas. mariaeugenia.lozano@urjc.es

Comunicación Política / Comunicación Corporativa / Medios de Comunicación. kenia.delorbe@urjc.es

Industrias Culturales / industria audiovisual / Cine español / plataformas digitales / tendencias de la publicidad. josemaria.alvarez@urjc.es

Periodismo de Investigación práctico. ramon.tijeras@urjc.es

Las guerras de información y desinformación durante los conflictos bélicos.
Observaciones: El trabajo puede ser tanto práctico como teórico.
ramon.tijeras@urjc.es

Impacto de los nuevos hábitos de producción y consumo informativos de los ciudadanos en el papel de mediación de los periodistas y los medios.
jose.garciademadariaga@urjc.es

La cultura profesional de los periodistas en red. Análisis de los condicionantes laborales, profesionales y sociales en el desarrollo de la actividad periodística en la Red.
jose.garciademadariaga@urjc.es

Trabajos de investigación empírica orientados a indagar en aspectos como las características del sector profesional de la comunicación, los usos de las tecnologías por diferentes colectivos, las tipologías, características y aplicaciones de los mundos virtuales o las formas y características de la comunicación política en la actualidad. gloria.gomez.diago@urjc.es

Trabajos con orientación práctica orientados al diseño y a la producción de acciones comunicativas. gloria.gomez.diago@urjc.es

Audiovisual y moda. caterina.cucinotta@urjc.es

Emergencia climática: representación mediática y artística.
concepcion.mateos@urjc.es

Investigación de audiencias. carmen.garcia@urjc.es

Comunicación corporativa. carmen.garcia@urjc.es

Industrias culturales, redes sociales, televisión, nuevas tecnologías.
raquel.vinader@urjc.es

Comunicación corporativa - Branding corporativo - Planes de comunicación. sara.nieto.crespo@urjc.es

Metaverso, innovación, marketing, marketing digital, mercado streaming, economía del entretenimiento, nuevos modelos de negocio.
francisco.vacas@urjc.es

Comunicación científica. Observaciones: desarrollo de un proyecto aplicado de comunicación digital integrando diferentes soluciones audiovisuales y multimedia.
manuel.gertrudix@urjc.es

3. PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Periodismo cultural. Cualquier trabajo de investigación en el ámbito del periodismo cultural (análisis de mensajes periodísticos de la sección de cultura, críticas de conciertos, de cine, teatro..., análisis de revistas culturales o cualquier fenómeno de comunicación cultural, como los *booktubers*). gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Industria cultural. Análisis de los sectores culturales y comunicativos desde el punto de vista crítico: industria de la música, del cine, del libro, los videojuegos, el sector audiovisual, la prensa. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Estudio de campañas publicitarias. Trabajos de investigación cuantitativos o cualitativos sobre campañas publicitarias desde el punto de vista de los mensajes. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Publicidad digital y menores. esther.martinez.pastor@urjc.es

Derecho de la publicidad y autorregulación. esther.martinez.pastor@urjc.es

Relaciones públicas, comunicación corporativa, comunicación interna, menores y medios de comunicación, redes y medios sociales, investigación de audiencias, planificación de medios. Las investigaciones propuestas por los alumnos pueden abarcar tanto la perspectiva del emisor como del receptor, de manera que se aceptan trabajos que hagan uso de diferentes metodologías y técnicas de investigación. La profesora puede apoyar al alumno en la concreción del tema a investigar, siempre que tenga una noción básica sobre el objeto de su trabajo y coincida con las líneas de investigación marcadas por la profesora. mariacruz.lopezdeayala@urjc.es

Metaverso, innovación, marketing, marketing digital, mercado streaming, economía del entretenimiento, nuevos modelos de negocio. francisco.vacas@urjc.es

Comunicación estratégica. Trabajos principalmente bibliográficos sobre diversos aspectos de la comunicación estratégica, gestión y dirección de comunicación y relaciones públicas. mariaangeles.moreno@urjc.es

Estudios de Opinión Pública y Gestión de Crisis, Comunicación y Género. rainer.rubira@urjc.es

Relaciones Públicas. carmen.fernandez@urjc.es

Industrias Culturales / industria audiovisual / Cine español / plataformas digitales / tendencias de la publicidad. josemaria.alvarez@urjc.es

Estrategia de Marketing Publicidad y Marca. elena.cuevas@urjc.es

Género y Relaciones Públicas. cristinia.fuentes@urjc.es

Trabajos de investigación empírica orientados a indagar en aspectos como las características del sector profesional de la comunicación, los usos de las

tecnologías por diferentes colectivos, las tipologías, características y aplicaciones de los mundos virtuales o las formas y características de la comunicación política en la actualidad. gloria.gomez.diago@urjc.es

Trabajos con orientación práctica orientados al diseño y a la producción de acciones comunicativas. gloria.gomez.diago@urjc.es

Audiovisual y moda. caterina.cucinotta@urjc.es

Comunicación corporativa - Branding corporativo - Planes de comunicación. sara.nieto.crespo@urjc.es

Comunicación Internacional /Periodismo internacional y Opinión Pública. sonia.valle.defrutos@urjc.es

Diversidad cultural/civilizatoria y medios de comunicación. sonia.valle.defrutos@urjc.es

Investigación de audiencias. carmen.garcia@urjc.es

Comunicación corporativa. carmen.garcia@urjc.es

Industrias culturales, redes sociales, televisión, nuevas tecnologías. raquel.vinader@urjc.es

Creatividad Audiovisual y Publicitaria, Producción Audiovisual, Empresa, Eventos, Psicología de la Comunicación, Riesgos Psicosociales, Comunicación y Salud. olga.serrano@urjc.es



4. SOCIOLOGÍA

Transformación digital y comunicación. sara.gallego@urjc.es

Redes sociales y comunicación. sara.gallego@urjc.es

Industrias Culturales / industria audiovisual / Cine español / plataformas digitales / tendencias de la publicidad. josemaria.alvarez@urjc.es

Cultura, Sociedad, comunicación y bienestar subjetivo.
anabell.fondon@urjc.es

Diseño de rutas turísticas en espacios de memoria y campos de batalla: Madrid y Jarama. pedro.garcia.bilbao@urjc.es

Violencia sistémica como un problema de salud pública.
ana.martinez@urjc.es

Creatividad Audiovisual y Publicitaria, Producción Audiovisual, Empresa, Eventos, Psicología de la Comunicación, Riesgos Psicosociales, Comunicación y Salud. olga.serrano@urjc.es

Metaverso, innovación, marketing, marketing digital, mercado streaming, economía del entretenimiento, nuevos modelos de negocio.
francisco.vacas@urjc.es

Fuenlabrada, a 28 de abril de 2022