

# Gloria JimÃ©nez-MarÃ­n

## List of Publications by Year in descending order

Source: <https://exaly.com/author-pdf/7301449/publications.pdf>

Version: 2024-02-01

33  
papers

164  
citations

1683934

5  
h-index

1474057

9  
g-index

38  
all docs

38  
docs citations

38  
times ranked

104  
citing authors

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
1	Marketing sensorial: el concepto, sus técnicas y su aplicación en el punto de venta. Vivat Academia, 0, , 121-147.	0.2	21
2	Children, Media and Food. A New Paradigm in Food Advertising, Social Marketing and Happiness Management. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2021, 18, 3588.	1.2	18
3	Food and Beverage Advertising Aimed at Spanish Children Issued through Mobile Devices: A Study from a Social Marketing and Happiness Management Perspective. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2020, 17, 5056.	1.2	17
4	Business and Energy Efficiency in the Age of Industry 4.0: The Hulten, Broweus and Van Dijk Sensory Marketing Model Applied to Spanish Textile Stores during the COVID-19 Crisis. Energies, 2021, 14, 1966.	1.6	16
5	The influencer's power in strategic brand decisions: Consequences for Spanish advertising agencies. AdComunica Revista Científica De Estrategias, Tendencias E Innovación En Comunicación, 0, , 63-86.	0.0	12
6	Marketing sensorial: merchandising a través de las emociones en el punto de venta. Análisis de un caso. AdComunica Revista Científica De Estrategias, Tendencias E Innovación En Comunicación, 0, , 235-253.	0.0	10
7	Communication, Social Networks and Sustainable Development Goals: A Reflection From the Perspective of Social Marketing and Happiness Management in the General Elections in Spain. Frontiers in Psychology, 2021, 12, 743361.	1.1	7
8	Influencia de agendas y estudio de framing en el marco electoral del Proceso de Cataluña. Revista Latina De Comunicación Social, 2020, , 27-51.	0.4	7
9	Consumo televisivo y nivel de interacción y participación social en redes sociales: Análisis de las audiencias millennial en la campaña electoral de España. Profesional De La Información, 0, , .	2.7	6
10	Corrupción política, liderazgo e influencia en Twitter. Un análisis sobre la transparencia pública en el marco de las elecciones del 28 de abril en España. Mediterranean Journal of Communication, 2021, 12, 209.	0.3	5
11	How Big Data Collected Via Point of Sale Devices in Textile Stores in Spain Resulted in Effective Online Advertising Targeting. International Journal of Interactive Mobile Technologies, 2020, 14, 65.	0.7	5
12	Cine y publicidad. La intertextualidad en las campañas de Volkswagen. Arte, Individuo Y Sociedad, 2013, 25, .	0.0	4
13	Innovación docente y su aplicación al EEES: Emprendimiento, TIC, y Universidad. Historia Y Comunicación Social, 2014, 19, .	0.2	4
14	Publicidad en Instagram y riesgos para la salud pública: el influencer como prescriptor de medicamentos, a propósito de un caso. Revista Española De Comunicación En Salud, 2021, 12, 43.	0.1	4
15	Public Sphere and Misinformation in the U.S. Election: Trump's Audience and Populism Indicators in the COVID-19 Context. Journalism and Media, 2021, 2, 335-350.	0.8	3
16	La televisión pública en 2011. TVE sin publicidad. Mediterranean Journal of Communication, 2012, 3, 14.	0.3	3
17	El modelo de Hulten, Broweus y Van Dijk de marketing sensorial aplicado al retail español. Caso textil. Mediterranean Journal of Communication, 2018, 9, 401.	0.3	3
18	Educomunicación, televisión y valores. Análisis de la programación desde una óptica publicitaria. Educaçāo & Linguagem, 2018, 21, 95.	0.0	3

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
19	Creatividad publicitaria y audiovisual a través de la web: proyectos de formación aplicada en el seno de la universidad. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 2012, 18, .	0.3	1
20	La publicidad en Televisión Española tras la ley 8/2009 de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. Análisis a través del caso "MasterChef.". Pensar La Publicidad Revista Internacional De Investigaciones Publicitarias, 0, 12, 53-74.	0.2	1
21	La competencia creativa entre el alumnado de los grados en Publicidad y Relaciones Públicas en España y su adecuación a las demandas del sector profesional. Icono14, 2021, 19, 66-92.	0.3	1
22	Microtargeting and Electoral Segmentation in Advertising and Political Communication Through Social Networks: Case Study. Journal of Social Sciences Research, 2019, , 1052-1059.	0.1	1
23	¿Dónde quedará el 2.0? El falso concepto de la televisión 3.0. Icono14, 2010, 8, 251.	0.3	1
24	El papel de las promociones en merchandising y retail. El caso de las farmacias como puntos de venta. Comunicación Revista Internacional De Comunicación Audiovisual Publicidad Y Literatura, 2018, , 76-100.	0.3	1
25	Shopping as a selling strategy for tourism: combination of marketing mix tools. IROCAMM-International Review of Communication and Marketing Mix, 2018, , 67-87.	0.0	1
26	La web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos. Análisis y modelos. Questiones Publicitarias, 2013, , 39-55.	0.2	0
27	Comportamiento de consumo en puntos de venta físicos: aplicación de smart data. Redmarka Revista De Marketing Aplicado, 2019, 1, 229-243.	0.1	0
28	Estrategias publicitaria y promocional de las series televisivas: Breaking Bad en los medios de comunicación. Questiones Publicitarias, 2014, , 82-97.	0.2	0
29	The Book Trailer as a Publishing House Promotional Tool. Advances in Business Strategy and Competitive Advantage Book Series, 2020, , 147-160.	0.2	0
30	Estudio del comportamiento de consumo del surfista español. Una aproximación desde la perspectiva profesional. Index Comunicación, 2020, 10, 241-259.	0.4	0
31	Historical Vogue covers as a space for the relationship between art and advertising through fashion.. RIHC Revista Internacional De Historia De La Comunicación, 2021, , 104-134.	0.0	0
32	Revisión jurídico-legislativa de la financiación de radiotelevisión española en los programas de entretenimiento. Jurídicas CUC, 2021, 18, .	0.1	0
33	El papel del copywriting en la publicidad en el ámbito digital. Caso Westwing como modelo de negocio. , 2022, , 69-91.		0