

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	El papel del copywriting en la publicidad en el ámbito digital. Caso Westwing como modelo de negocio. , 2022, , 69-91.		0
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	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
4	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
5	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
6	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
7	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
8	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
9	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
10	Revisión jurídico-legislativa de la financiación de radiotelevisión española en los programas de entretenimiento. Juridicas CUC, 2021, 18, .	0.1	0
11	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
12	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
13	The Book Trailer as a Publishing House Promotional Tool. Advances in Business Strategy and Competitive Advantage Book Series, 2020, , 147-160.	0.2	0
14	Influencia de agendas y estudio de framing en el marco electoral del Procés de Cataluña. Revista Latina De Comunicación Social, 2020, , 27-51.	0.4	7
15	Estudio del comportamiento de consumo del surfista español. Una aproximación desde la perspectiva profesional. Index Comunicación, 2020, 10, 241-259.	0.4	0
16	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
17	Comportamiento de consumo en puntos de venta físicos: aplicación de smart data. Redmarka Revista De Marketing Aplicado, 2019, 1, 229-243.	0.1	0
18	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

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
19	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
20	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
21	Educomunicación, televisión y valores. Análisis de la programación desde una óptica publicitaria. Educaçãõ & Linguagem, 2018, 21, 95.	0.0	3
22	Innovación docente y su aplicación al EEES: Emprendimiento, TIC, y Universidad. Historia Y Comunicacion Social, 2014, 19, .	0.2	4
23	Estrategias publicitaria y promocional de las series televisivas: Breaking Bad en los medios de comunicación. Questiones Publicitarias, 2014, , 82-97.	0.2	0
24	Cine y publicidad. La intertextualidad en las campañas de Volkswagen. Arte, Individuo Y Sociedad, 2013, 25, .	0.0	4
25	La web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos. Análisis y modelos. Questiones Publicitarias, 2013, , 39-55.	0.2	0
26	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
27	La televisión pública en 2011. TVE sin publicidad. Mediterranean Journal of Communication, 2012, 3, 14.	0.3	3
28	¿Dónde quedará el 2.0? El falso concepto de la televisión 3.0. Icono14, 2010, 8, 251.	0.3	1
29	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
30	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 Informacion, 0, .	2.7	6
31	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
32	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
33	Marketing sensorial: el concepto, sus técnicas y su aplicación en el punto de venta. Vivat Academia, 0, , 121-147.	0.2	21