

## **Isidoro Arroyo-Almaraz**

### **Experiencia gestión**

Vicedecano de Extensión y Relaciones Internacionales de la Facultad CC. Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos (2014- 2018).

Coordinador del grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad CC.Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos (2009).

### **Experiencia docente**

Profesor Titular de Universidad del área Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Rey Juan Carlos desde el curso 2005-2006 y continúa.

Profesor Asociado de Universidad durante trece años, 10 de ellos en el Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad II de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y los otros 3 en el Dpto. Comunicación I de la URJC.

### **Experiencia internacional**

Profesor Visitante de la Bournemouth University, (Reino Unido), de la Universidad Empresarial Siglo 21 (Córdoba, República de Argentina), de la Universidad Austral (Buenos Aires, República de Argentina) y de la Universidad Nacional de Tucumán (Argentina). Colaborador del ITS Sligo (Irlanda).

Investigador invitado en la Universidad Nacional de Córdoba (República de Argentina).

### **Formación Académica**

Doctor en Ciencias de la Información por la U.C.M.

Master en Técnicas de Comunicación en Servicios Sociales UCM-INMSERSO.

### **Publicaciones (5 últimas publicaciones):**

49 artículo en revistas científicas , 14 colaboraciones en obras colectivas, 10 libros, 8 tesis dirigidas y coordinador de 2 libros colectivos. **Índice h 15** e **índice i10 26** en Google.

1-La ética en la comunicación digital. Nueva oralidad, gestualidad e individualidad.

Raúl Gómez-Díaz e Isidoro Arroyo-Almaraz

Capítulo 2 en Jorge Mora Fernández, Myriam Murillo y Henry Moscoso Carrillo, *Comunicación, Ética y Cultura Digital*. Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH)

Riobamba – Ecuador. septiembre 2020 Capítulo 2 págs 45-85. ISBN: 978 -9942-835-20 - 8

2-La prescriptora publicitaria de belleza en España y sus mecanismos de representación: Análisis a través de la revista Telva

Pilar Vicente Fernández, Isidoro Arroyo Almaraz

aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación, ISSN 1889-7304, Nº. Extra 22, 2020 (Ejemplar dedicado a: Monográfico Especial, Mujer y

Comunicación), págs. 34-59

3-Efectos en los y las jóvenes de los mensajes difamatorios a través de su smartphone e influencia de los contextos y medios de recepción

Isidoro Arroyo Almaraz, Raúl Gómez Díaz

Prisma Social: revista de investigación social, ISSN-e 1989-3469, Nº. 29, 2020 (Ejemplar dedicado a: La Cultura de las Organizaciones en la Era de la Digitalización), págs. 260-

281

4- The Effects of Spontaneous Use of Smartphone on the Attention and Emotions of Millennials Students in a Classroom

CF Muñoz, IArroyo-Almaraz, FG García

International Linguistics Research; Vol. 2, No. 2; 2019; p42-p51;

<https://doi.org/10.30560/ilr.v2n2p42>

5-La pertinencia del concepto de histéresis en las disciplinas humanistas

Juan Martínez-Val, Isidoro Arroyo Almaraz, Francisco García García

Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura, ISSN 0210-1963, Vol. 194, Nº. 788 (abril-junio 2018), 2018

**Investigador principal en proyectos I+D, entre otros :**

1- Proyecto Coordinado de Televisión e Infancia (PROCOTIN) financiado por la Comunidad de Madrid en colaboración con las universidades Ceu San Pablo, UCM, UC3. Desde 2008 hasta febrero de 2010

2- Investigación sobre prácticas innovadoras con TIC en el marco de Internet en el Aula, entidad financiadora: RED.ES Entidades participantes: Convenio Marco Internet en el aula MEC, MICTC, RED.ES. Duración, desde: 2007 hasta: 2009

3- Proyecto Cíceros del Ministerio de Educación y Ciencia para la introducción de las nuevas tecnología de la información y la comunicación en la educación.

Formó parte de la delegación española en el II seminario de la OCDE sobre Aprendizajes y Nuevas Tecnologías en Ciudad de México (2003).

4- Fortalecimiento de los departamentos de comunicación de las ONGs de Córdoba (Argentina) a través del asesoramiento para la elaboración de una comunicación persuasiva eficiente. Cuya entidad financiadora es el Programa de Investigación Científica entre España e Iberoamérica (PCI-Iberoamérica) de la AECID. Y entidades participantes: Universidad Rey Juan Carlos y Universidad Nacional de Córdoba (República de Argentina). Duración, desde: 01/01/2009 hasta: 01/01/2010

5- Desarrollo de un Modelo de Eficacia de la Comunicación Persuasiva del Tercer sector en redes sociales del Ministerio de Ciencia e Innovación Dirección General de Investigación y Gestión del Plan Nacional de I+D+i. CSO2009-11203