

# LOURDES SÁNCHEZ MARTÍN

Grupo de Investigación: CIBERCULTURA, PROCESOS COMUNICATIVOS Y MEDIOS AUDIOVISUALES (Cod.: SEJ508)

Departamento: Junta de Andalucía. Escuela de Arte Algeciras

Código ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3959-4980>

RG: [https://www.researchgate.net/profile/Lourdes\\_Sanchez-Martin](https://www.researchgate.net/profile/Lourdes_Sanchez-Martin)

Correo electrónico: [lourdessanchez@ugr.es](mailto:lourdessanchez@ugr.es)

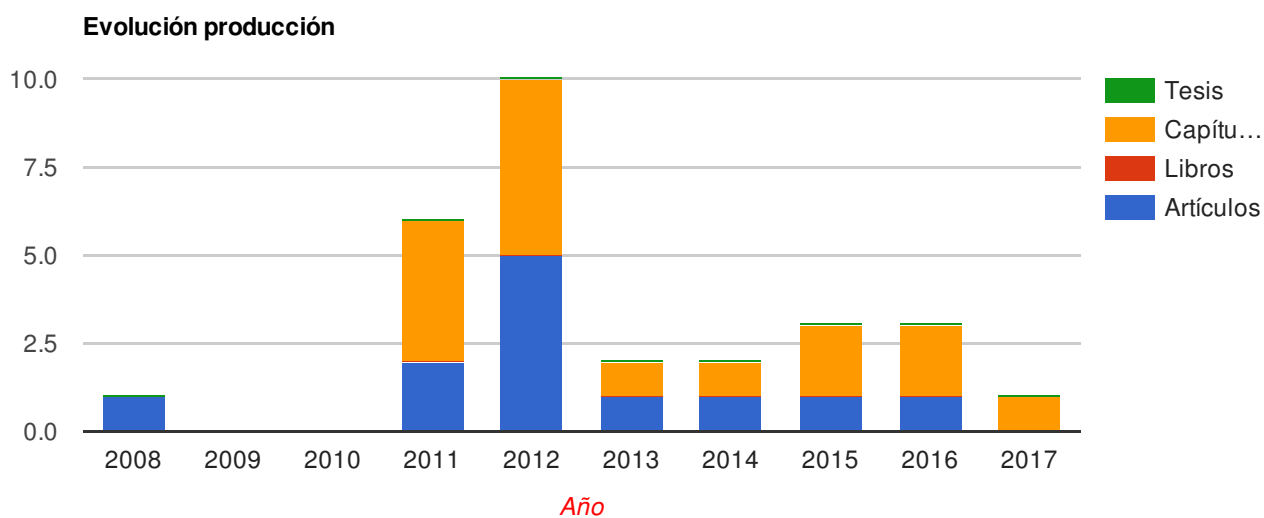
Código: 62857



Ficha del Directorio

## Producción 28

Artículos (12) Libros (0) Capítulos de Libros (16) Tesis dirigidas (0)



## Proyectos dirigidos 0

Proyectos (0) Contratos (0) Convenios (0)

## Actividades 3

<b>Título publicación</b>	<b>Fuente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Fecha</b>
Intereses de los jóvenes en los perfiles de marca en redes sociales	Estrategias de comunicación y su evolución en los discursos	Capítulo de libro	2017
Educación emocional y jóvenes: perfiles de marca en redes sociales	Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje	Capítulo de libro	2016
El valor de la emoción: jóvenes y marcas en redes sociales	Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje	Capítulo de libro	2016
Tipos de usuarios jóvenes en los perfiles de marca: coca-cola en tuenti	Opción	Artículo	2016
Comunicación y redes sociales. presentación	La revista icono 14	Artículo	2015
El recurso a la entonación en las redes sociales. el caso de la publicidad de coca-cola	Aplicaciones actuales de la comunicación e interacción digitales	Capítulo de libro	2015
Las redes sociales como reto para la educación mediática	La educación mediática en la universidad española	Capítulo de libro	2015
El recurso de las marcas a los obsequios en las redes sociales	Sociedad digital: oportunidades y riesgos para menores y jóvenes.	Capítulo de libro	2014
Juventud y género en el perfil de coca-cola en tuenti	Prisma social	Artículo	2014
Redes sociales y competencias en los estudios de comunicación del eees	Libro de resúmenes del x foro internacional sobre la evaluación de la calidad de la investigación y de la educación superior (fecies)	Capítulo de libro	2013
The «i-generation» and its interaction in social networks. an analysis of coca-cola on tuenti	Comunicar	Artículo	2013
Autor, discurso y poder. el cine de vanguardia	La revista icono 14	Artículo	2012
Competencias profesionales en el ámbito de la comunicación audiovisual	Competencias interdisciplinares para la comunicación y la información en la sociedad digital	Capítulo de libro	2012
Comunicación entre menores y marcas	Estudios sobre el mensaje periodístico	Artículo	2012
Comunicación entre menores y marcas en las redes sociales	Estudios sobre el mensaje periodístico	Artículo	2012
El prosumidor adolescente en el perfil de marca de coca-cola en tuenti	Aplicaciones del eees a partir de la web 2.0 y 3.0	Capítulo de libro	2012
Interacción entre marcas y adolescentes en tuenti. el caso coca-cola	Aplicaciones del eees a partir de la web 2.0 y 3.0	Capítulo de libro	2012
La guerra civil en el cine actual: encontrarás dragones	Comunicación. revista internacional de comunicación audiovisual, publicidad y estudios culturales	Artículo	2012
Las competencias europeas del profesional de la comunicación en el espacio europeo de educación	Viejo periodismo, nuevos periodistas	Capítulo de libro	2012
Publicidad en internet: nuevas vinculaciones en las redes sociales	Vivat academia	Artículo	2012
Redes sociales y marcas: adolescentes y riesgos	Comunicación, control y resistencias	Capítulo de libro	2012
Características de la publicidad en las redes sociales: coca-cola en tuenti	Revista de ciencias de la información	Artículo	2011
Eees: competencias y nuevas profesiones en comunicación	La comunicación pública, secuestrada por el mercado. cuadernos artesanos de latina	Capítulo de libro	2011
El complejo mundo de la interactividad: emociones y redes sociales	Revista mediterránea de comunicación	Artículo	2011
El poder de la imagen: una aproximación	Imagen y sociedad. el mundo a través de la fotografía	Capítulo	

El poder de la imagen: una aproximación a su carácter comunicativo	Imagen y sociedad: el mundo a través de la fotografía y el documental	Capítulo de libro	2011
Estrategias publicitarias en la red: la nueva relación marca-producto-consumidor	La web 2.0 y 3.0 en su relación con el eees	Capítulo de libro	2011
La comunicación publicitaria de coca-cola en tuenti	Jóvenes interactivos. nuevos modos de comunicarse	Capítulo de libro	2011
Publicidad in game: el movimiento coca-cola	Revista de ciencias de la información	Artículo	2008

	<b>Título proyecto</b>	<b>Tipo</b>	<b>Inicio</b>	<b>Fin</b>
--	------------------------	-------------	---------------	------------

### Actividades 3

<b>Título actividad</b>	<b>Fuente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Fecha</b>
Comunicar		Grupos y equipos de investigació	Mar 13, 2011
Congresso ibero-americano em investigação qualitativa	Congresso ibero-americano em investigação qualitativa	Comité científico en sociedad ci	Jul 12, 2016
Selm		Grupos y equipos de investigació	Oct 21, 2009

### Colaboradores

- ESTRELLA (STELLA) MARTÍNEZ RODRIGO (21)
- ROSARIO SEGURA GARCÍA (3)