

## Carmen María Alonso González

Catedrática de Creatividad Publicitaria en la Universidad Pontificia de Salamanca, Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona y Licenciada en Ciencias de la Información por la UPSA.



Profesora universitaria desde 1996, siempre de asignaturas vinculadas al ámbito de la comunicación publicitaria y la creatividad, tanto en licenciatura y Grado (“Estrategia creativa publicitaria”, “Teoría de la creatividad publicitaria”, “Lenguaje audiovisual publicitario”, “Producción audiovisual publicitaria”, “Publicidad gráfica”, entre otras), como en Doctorado.

Ha participado en varios programas de Postgrado tanto en la UPSA como en la USAL (“Máster Universitario en Diseño Gráfico y Diseño de Interface”; “Máster en Turismo de

Interior”; “Máster Europeo en Conservación y Gestión de Bienes Culturales”; “Máster Oficial en Comunicación e Información Deportiva”; “Experto en Comunicación Social”; “Master Oficial Universitario en Formación del Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas”; ) e impartido docencia en diversos cursos extraordinarios y talleres.

Especializada en el ámbito de la creatividad publicitaria y de la comunicación persuasiva, entre sus investigaciones principales figuran: “La construcción de la imagen de Castilla y León como destino turístico a través de la publicidad institucional promovida por la Junta de Castilla y León”, “La imagen de la mujer en la publicidad española”, “Catálogo de recursos sonoros de apoyo a la docencia en comunicación”.

Ha publicado varios libros (“*Cómo anunciar. Manual para creativos publicitarios*”; “*El canto de las sirenas. Comunicación y persuasión en la publicidad radiofónica*”, “*El proceso creativo de la elaboración de guiones publicitarios radiofónicos: La cuña*”; “*El poema de Mio Cid: La comunicación de un mito* (coautora)”; “*La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios*”; “*Las fuentes de la creatividad publicitaria* (coord.)”), capítulos de libros y numerosos artículos en revistas especializadas (*Questiones publicitarias; Creatividad y Sociedad; Revista Latina de Comunicación Social; Regional and Sectoral Economic Studies (RSES); Cuadernos Abulenses; Tierras de León; Palabra Clave; Oppidum; Comunicación y pluralismo*, entre otras).

Ha desarrollado asesorías de carácter académico y profesional.