

Vol. 20 (2020)

MONOGRÁFICO

ÍNDICE

PRESENTACIÓN DEL MONOGRÁFICO

- Rosario PUERTAS HIDALGO; Jenny YAGUACHE QUICHIMBO y Verónica ALTAMIRANO. *Nuevas tendencias en la comunicación organizacional* 7-11

ARTÍCULOS DEL MONOGRÁFICO

- Ángela AGULLEIRO PRATS; Susana MIQUEL-SEGARRA; Irene GARCÍA MEDINA; Zahaira Fabiola GONZÁLEZ ROMO. *El reto de regular un perfil no profesionalizado: microinstagramers de moda* 15-34
- Félix ORTEGA MOHEDANO; Inma GARCÍA MARTÍN y María Esther PÉREZ PELÁEZ. *Hábitos de uso y consumo de la audiencia de los museos. La encrucijada comunicativa revelada* 35-53
- Herlinda ORTIZ RODRÍGUEZ. *Comunicación organizacional y reputación digital en organizaciones privadas y del tercer sector de México y España*.... 55-70
- Fernando SUÁREZ-CARBALLO, Juan-Ramón MARTÍN-SANROMÁN y Fernando GALINDO-RUBIO. *Las marcas gráficas adaptativas en la estrategia digital de la identidad visual* 71-90
- Santiago MAYORGA ESCALADA. *Relevancia de la gestión de marcas dentro de los Grados de Publicidad, Comunicación Publicitaria, Corporativa, y Marketing en la universidad española*..... 91-124
- Andrea PEZO-ÁVILA; Jorge Lucas VARGAS-SARDON y Eliana GALLARDO-ECHENIQUE. *Comunicación interna, cultura organizacional y promoción de la salud: la visión de los promotores peruanos de salud*..... 125-142
- Aida María DE VICENTE DOMÍNGUEZ y Javier SIERRA SÁNCHEZ. *La guía de expertos como herramienta de comunicación y divulgación científica: gestión y diseño en la Universidad de Navarra* 143-159

ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

Silvana FLORES. <i>El cine de rumberas y ficheras: dos caras alternativas de una misma moneda</i>	163-180
Begoña GUTIÉRREZ-MARTÍNEZ. <i>La seducción publicitaria en Mad Men</i>	181-200
David GARCÍA-MARÍN. <i>La podcastera española como comunidad de aprendizaje no formal. Competencias y estrategias educacionales desarrolladas por los podcasters independientes</i>	201-220
Albano GARCÍA SÁNCHEZ. <i>Música e idealización de lo rural en los documentales del Marqués de Villa-Alcázar (1885-1967) y Jesús García Leoz (1904-1953)</i>	221-235
Beatriz MORALES ROMO y Noelia MORALES ROMO. <i>El cine romántico hollywoodiense de la primera década del s. XXI: análisis desde la perspectiva de género</i>	237-253
Clara SANZ-HERNANDO. <i>Burgos en el No-Do: de capital de la Cruzada a Ciudad Industrial</i>	255-273

RESEÑAS BIBLIOGRÁFICAS

Pablo VIZCAÍNO-ALCANTUD. <i>Contenidos de marca: claves teóricas y prácticas para su aplicación en comunicación persuasiva</i>	277-279
Manuel HERRERÍA BOLADO. <i>Entre el texto y el espectáculo: migraciones de ida y vuelta</i>	281-284
Almudena BARRIENTOS BÁEZ y David CALDEVILLA DOMÍNGUEZ. <i>Narrar para existir y resistir</i>	285-287

Vol. 20 (2020)

TABLE OF CONTENTS

PRESENTATION OF THE MONOGRAPH

Rosario PUERTAS HIDALGO; Jenny YAGUACHE QUICHIMBO y Verónica ALTAMIRANO. <i>New Trends in Organizational Communication</i>	7-11
--	------

ARTICLES OF THE MONOGRAPHIC

Ángela AGULLEIRO PRATS; Susana MIQUEL-SEGARRA; Irene GARCÍA MEDINA; Zahaira Fabiola GONZÁLEZ ROMO. <i>The Challenge of Regulating a Non-professionalized Profile: Fashion Microinstagramers</i>	15-34
Félix ORTEGA MOHEDANO; Inma GARCÍA MARTÍN y María Esther PÉREZ PELÁEZ. <i>Habits of Use and Consumption of the Audience of Museums. The Communicative Crossroads Revealed</i>	35-53
Herlinda ORTIZ RODRÍGUEZ. <i>Organizational Communication and Digital Reputation in Private Organizations and the Third Sector of Mexico and Spain</i>	55-70
Fernando SUÁREZ-CARBALLO, Juan-Ramón MARTÍN-SANROMÁN y Fernando GALINDO-RUBIO. <i>Responsive Graphic Marks in the Digital Strategy of the Corporate Visual Identity</i>	71-90
Santiago MAYORGA ESCALADA. <i>Relevance of Brand Management within Advertising, and Corporate Communication, and Marketing Degrees in the Spanish University</i>	91-124
Andrea PEZO-ÁVILA; Jorge Lucas VARGAS-SARDON y Eliana GALLARDO-ECHENIQUE. <i>Internal Communication, Organizational Culture and Health Promotion: The view of the Peruvians health promoters</i>	125-142
Aida María DE VICENTE DOMÍNGUEZ y Javier SIERRA SÁNCHEZ. <i>The Expert Guide as a Communication and Disclosure Tool Scientific: Management and Design at the University of Navarra</i>	143-159

TABLE OF CONTENTS

RESEARCH ARTICLES

Silvana FLORES. <i>Rumberas and Ficheras Cinema: Two Alternative Sides of the Same Coin</i>	163-180
Begoña GUTIÉRREZ-MARTÍNEZ. <i>Advertising Seduction in Mad Men</i>	181-200
David GARCÍA-MARÍN. <i>The Spanish Podcast Community as a Non-Formal Learning Environment. Educommunicative Skills and Strategies Acquired by Independent Podcasters</i>	201-220
Albano GARCÍA SÁNCHEZ. <i>Music and Idealization of the Countryside in Marqués de Villa-Alcázar (1885-1967) and Jesús García Leoz (1904-1953) Documentary Films</i>	221-235
Beatriz MORALES ROMO y Noelia MORALES ROMO. <i>Romantic Cinema of Hollywood in the First Decade of the 21st Century: Analysis from the Gender Perspective</i>	237-253
Clara SANZ-HERNANDO. <i>Burgos in the NO-DO: From Capital of the Crusade to Industrial City</i>	255-273

BOOKS REVIEWS

Pablo VIZCAÍNO-ALCANTUD. <i>Branded Content: Theoretical and Practical Keys for Application in Persua-sive Communication</i>	277-279
Manuel HERRERÍA BOLADO. <i>Between the Text and the Show: Round Trip Migrations</i>	281-284
Almudena BARRIENTOS BÁEZ y David CALDEVILLA DOMÍNGUEZ. <i>Narrate to Exist and Resist</i>	285-287