

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO
CARRERAS DE COMUNICACIÓN

| Carrera | Líneas de investigación | Líneas de aplicación | | | |
|--------------------------------------|---|----------------------|--------------|------------|-------------------|
| | | Sociedad | Conocimiento | Aplicativa | Trans disciplinar |
| COMUNICACIÓN | 1. Industrias Creativas y Culturales | X | X | | X |
| | 2. Análisis discursivos y performativos | X | X | X | X |
| | 3. Estudios socioculturales e interculturales | X | | | X |
| COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y CINE | 4. Narrativas cinematográficas y televisivas | X | | X | X |
| | 5. Análisis semiótico de textos audiovisuales | X | X | | X |
| | 6. Circuitos de producción, comercialización y exhibición audiovisual | X | | | |
| COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD TRANSMEDIA | 7. Producción y gestión de la creatividad en publicidad | X | X | X | X |
| | 8. Representación simbólica, públicos y demandas | X | X | | X |
| | 9. Narrativas interactiva y transmedia | X | X | X | X |
| COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA | 10. Identidad y cultura corporativa | X | X | X | X |
| | 11. Gestión de crisis y medios | X | | X | X |
| | 12. Gestión de la comunicación interna | X | | X | X |
| COMUNICACIÓN Y PERIODISMO | 13. Sociedad de la Información: gestión, medios y tecnología | X | X | X | |
| | 14. Concentración de medios y agenda noticiosa | X | | | X |
| | 15. Procesos de comunicación política y opinión pública | X | X | X | X |

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO
CARRERAS DE DISEÑO

| Carrera | Líneas de investigación | Líneas de aplicación | | | |
|------------------------------------|---|----------------------|--------------|------------|-------------------|
| | | Sociedad | Conocimiento | Aplicativa | Trans disciplinar |
| DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO | 1. La comunicación a través de signos tipográficos | | X | | |
| | 2. La comunicación a través de signos iconográficos | | X | | |
| | 3. Diseño y digitalización de fuentes tipográficas | | X | | |
| | 4. Creación y construcción de tipografías | | X | | |
| | 5. El valor de los proyectos editoriales | | X | | |
| | 6. Creación de pictogramas, ideogramas, tipografía para la señalización | | X | | |
| | 7. Innovación en lenguajes visuales | | X | | |
| | 8. Tecnologías ágiles | | X | | |
| | 9. Diseño de aplicaciones móviles | | X | | |
| | 10. Diseño de aplicaciones educativas | | X | | |
| | 11. Interfaces intuitivas | | X | | |
| | 12. La gestión del diseño como factor de competitividad y diferenciación | | | | X |
| | 13. El valor y a la gestión de programas de identidad visual corporativa y su impacto en la empresa | | | | X |
| | 14. Diseño de soluciones digitales corporativas | | | | X |

| | | | | | |
|---------------------------------------|--|---|---|---|---|
| | 15. La identidad visual social como elemento de unidad nacional | X | | | |
| | 16. La recuperación de patrimonios caligráficos | X | | | |
| | 17. Programas de señalización al servicio de la sociedad | X | | | |
| | 18. Comportamiento del usuario frente a ordenadores | X | | | |
| | 19. Comportamiento del usuario frente a plataformas digitales de compra en línea | X | | | |
| | 20. El diseño visual aplicado al montaje de eventos efímeros | | | X | |
| | 21. La información visual aplicado a productos y servicios | | | X | |
| | 22. Experimentación visual en productos | | | X | |
| | 23. Experiencia usuario en el uso de aplicaciones móviles | | | X | |
| DISEÑO INDUSTRIAL Y ACCESORIOS | 24. Productos inteligentes | | X | | |
| | 25. Productos sostenibles | | X | | |
| | 26. Estructuras, empaques y envases | | X | | |
| | 27. Tendencias de diseño de productos | | X | | |
| | 28. Diseño de producto y tecnología | | X | | |
| | 29. Tecnologías aplicadas al diseño de productos | | X | | |
| | 30. Diseño de productos portátiles | | X | | |
| | 31. Fabricación digital de productos | | X | | |
| | 32. Joyas como modelo de negocio | | | | X |
| | 33. Diseño y gestión ambiental de productos | | | | X |

| | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| | 34. Diseño de procesos en la elaboración de productos sostenibles | | | | X |
| | 35. Gestión del proyecto industrial y de accesorios | | | | X |
| | 36. Diseño industrial en la actualidad | X | | | |
| | 37. Diseño de prótesis | | | X | |
| | 38. Bijouterie alternativo | | | X | |
| | 39. Innovación en producto | | | X | |
| DISEÑO GRÁFICO ESTRATÉGICO | 40. Diseño como proceso para innovar | | X | | |
| | 41. Del producto al servicio | | X | | |
| | 42. Innovación en el diseño de servicios | | X | | |
| | 43. Diseño como factor para la innovación competitiva | | | | X |
| | 44. Diseño de experiencias en servicios de salud | | | | X |
| | 45. Diseño de experiencias en servicios de retail | | | | X |
| | 46. Diseño de experiencias en servicios turísticos | | | | X |
| | 47. Diseño de experiencias en servicios educativos | | | | X |
| | 48. Diseño de experiencias en servicios de transporte | | | | X |
| | 49. Diseños como factor de transformación de entornos empresariales | | | | X |
| | 50. Diseño como catalizador de innovación social | X | | | |
| | 51. Innovación en servicios públicos para el cambio social | X | | | |
| | 52. Patrones de comportamiento en los servicios | X | | | |

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FACULTAD DE ARQUITECTURA

| Carrera | Líneas de investigación | Líneas de aplicación | | | |
|----------------------------|---|----------------------|--------------|------------|-------------------|
| | | Sociedad | Conocimiento | Aplicativa | Trans disciplinar |
| ARQUITECTURA | 1. Estrategias de diseño arquitectónico | X | X | X | X |
| | 2. Tecnología y construcción | X | X | X | X |
| | 3. Historia, teoría y crítica de la arquitectura | X | X | X | X |
| | 4. Diseño urbano y planificación | X | X | X | X |
| | 5. Paisaje y territorio | X | X | X | X |
| | 6. Sostenibilidad / social, económica y medio ambiental | X | X | X | X |
| ARQUITECTURA DE INTERIORES | 7. Nuevas tecnologías | X | X | X | X |
| | 8. Sostenibilidad | X | X | X | X |
| | 9. Desarrollo de nuevos materiales | X | X | X | X |
| | 10. Historia | X | X | X | X |
| | 11. Sociedad | X | X | X | X |
| | 12. Cultura e Identidad | X | X | X | X |
| | 13. Variedades tipológicas: Salud Deportes y recreación Educación y cultura Institucional | X | X | X | X |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| | Comercial Alojamiento temporal Vivienda Servicios Culto | | | | |
| | 14. Proyectos de inversión pública | X | X | X | X |
| | 15. Proyectos de inversión privada | X | X | X | X |
| | 16. Transformación del espacio interior de edificaciones existentes | X | X | X | X |
| | 17. Desarrollo de: Iluminación Mobiliario Paisaje Visual merchandising Productos Branding Retail | X | X | X | X |

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FACULTAD DE NEGOCIOS E INNOVACIÓN

| Carrera | Líneas de investigación | Líneas de aplicación | | | |
|-------------------------------|---|----------------------|--------------|------------|-------------------|
| | | Sociedad | Conocimiento | Aplicativa | Trans disciplinar |
| MARKETING E INNOVACIÓN | 1. Evolución del marketing: enfoques y prácticas | | X | X | |
| | 2. Procesos de investigación de mercados y entendimiento de usuarios | | X | X | |
| | 3. Tendencias del consumo, usos y costumbres | | X | X | |
| | 4. Matrices de análisis para la toma de decisiones estratégicas | | X | X | |
| | 5. Impactos del marketing en el mercado | | X | X | |
| | 6. Procesos de definición del público objetivo | | X | X | |
| | 7. Procesos de representación de marcas y posicionamiento en consumidores | | X | X | |
| | 8. Herramientas y funciones tácticas para el marketing | | X | X | |
| | 9. Procesos de gestión comercial | | X | X | |
| | 10. Estrategias y métodos para la innovación | | X | X | |
| | 11. Comportamiento organizacional | | | | X |
| | 12. Estructura organizacional para el mercadeo y la venta | | | | X |
| | 13. Cultura de marketing e innovación | | | | X |
| | 14. Organismos para la inteligencia comercial | | | | X |

| | | | | | |
|--|---|---|--|--|---|
| | 15. Relaciones de marketing y redes comerciales con terceros | | | | X |
| | 16. Derecho y defensa del consumidor | X | | | |
| | 17. Impactos del marketing: más allá del mercado y del consumo en la sociedad | X | | | |
| | 18. Buenas prácticas del marketing: ética y responsabilidad social | X | | | |
| | 19. Marketing e innovación para el tercer sector organizaciones públicas y sin fines de lucro | X | | | |
| | 20. Responsabilidad con los trabajadores | X | | | |