

**Autor:** María Romero Calmache

**Título:** Análisis de la gestión de la comunicación corporativa del grupo Vocento. Un modelo de transmisión a través de ABC

**Codirectoras:** Carmela García Ortega y María José Pérez Serrano

**Lugar y fecha de lectura:** Universidad San Jorge, 17 de diciembre de 2016

**Tribunal: Presidenta:** Elena Gutiérrez García (Universidad de Navarra); **Vocal:** Carlos Fanjul Peyró (Universidad Jaume I); **Secretaria:** Cristina Zurutuza Muñoz (Universidad San Jorge).

**Calificación:** Sobresaliente *cum laude*

**Resumen:** La gestión de la identidad corporativa de las marcas informativas se ha convertido en un proceso especialmente relevante en el siglo XXI. Los principales grupos de comunicación españoles deben buscar aquello que les identifica, les diferencia y les permite competir para comunicarlo a sus *stakeholders* de la manera más eficiente posible y recuperar así parte de la confianza perdida en los últimos años. Esta tesis revisa el proceso de generación de la identidad editorial de una marca informativa a partir de un estudio de caso que tiene a grupo Vocento y a su diario ABC como protagonistas.

---

**Autor:** Mónica M. Yuan Cordiviola

**Título:** Publicaciones periódicas católicas editadas en España: Situación y prospectiva. Apuntes para un catálogo actualizado (2014) y propuesta para una mayor y renovada presencia en entornos y plataformas digitales.

**Codirectores:** Laura González Díez; Pedro Pérez Cuadrado y María Belén Puebla Martínez

**Lugar y fecha de la lectura:** Universidad CEU San Pablo, 12 de diciembre de 2016

**Tribunal: Presidente:** Jesús Canga Larequi (Universidad del País Vasco); **Vocal:** Octavio Uña Juárez (Universidad Rey Juan Carlos); **Secretario:** José María Legorburu Hortelano (Universidad CEU San Pablo).

**Calificación:** Sobresaliente *cum laude*. Opción a premio extraordinario.

**Resumen:** La tesis estudia, de forma metódica y con rigor científico, el pasado y presente de las publicaciones periódicas católicas impresas de España para poder, finalmente, esbozar posibles iniciativas de futuro. En el marco teórico se analizan: a) Los catálogos de publicaciones periódicas católicas editados en España en el siglo XX (1954, 1955, 1957, 1976, 1991); b) Las menciones que los autores de Historia del periodismo realizan de publicaciones católicas, y c) Las diversas formas de presencia digital existentes en la actualidad (2016). También se ofrecen apuntes para un catálogo actualizado de publicaciones periódicas católicas impresas existentes a diciembre de 2014 (630 revistas) y 12 propuestas para realizar una eficaz inmersión en el mundo digital.