



PAMPLONA, 05 DE JUNIO DE 2023

CURRÍCULO DEL INVESTIGADOR

JÜRIG KAUFMANN



Universidad
de Navarra



DATOS DEL INVESTIGADOR

Datos de identificación del investigador

NOMBRE	Jürg
PRIMER APELLIDO	Kaufmann
NACIONALIDAD	suiza
PAÍS DE NACIMIENTO	Suiza
PROVINCIA	Zürich
CIUDAD	Zürich
TELÉFONO	948425600
EMAIL	jkaufmann@unav.es
FIRMA CIENTÍFICA PRINCIPAL	Kaufmann, Jürg



Situación profesional

CATEGORÍA PROFESIONAL	Ayudante Doctor
ENTIDAD	Universidad de Navarra
FECHA INICIO - FECHA FIN	01/09/2016 - Actualidad

Cargos y actividades profesionales anteriores

CATEGORÍA PROFESIONAL	Profesor Asistente
ENTIDAD	Universidad de Navarra
FECHA INICIO - FECHA FIN	01/09/2011 - 31/08/2016
CATEGORÍA PROFESIONAL	Planificador de Medios
ENTIDAD	Agencia de Medios Mediacom Zürich
FECHA INICIO - FECHA FIN	01/03/2010 - 31/07/2011
CATEGORÍA PROFESIONAL	Product Manager
ENTIDAD	Cartier Ibérica
FECHA INICIO - FECHA FIN	05/05/2008 - 24/10/2008

CATEGORÍA PROFESIONAL	Asistente de Marketing
ENTIDAD	L'Oréal Ibérica
FECHA INICIO - FECHA FIN	01/06/2007 - 18/01/2008
CATEGORÍA PROFESIONAL	Ejecutivo de cuentas junior
ENTIDAD	Agencia de Publicidad Pool Creaciones Publicitarias
FECHA INICIO - FECHA FIN	06/11/2006 - 05/05/2007
CATEGORÍA PROFESIONAL	Beca PIE
ENTIDAD	Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria
FECHA INICIO - FECHA FIN	01/11/2005 - 31/10/2006

Páginas webs y redes sociales

TIPO RED	dialnet
URL	https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=330364
TIPO RED	google
URL	https://scholar.google.es/citations?user=AXXDlrgAAAAJ&hl=es&oi=ao
TIPO RED	homepage
URL	http://www.unav.edu/
TIPO RED	ORCID
URL	https://orcid.org/0000-0002-6913-1653
TIPO RED	ScopusID
URL	https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57190028680
TIPO RED	twitter
URL	https://twitter.com/JFKaufmann

Líneas de investigación

Transformación digital de las agencias de publicidad
Consumo de medios digitales

PRODUCCIÓN Y ACTIVIDAD CIENTÍFICA DEL INVESTIGADOR

Resumen

PRODUCCIÓN/ACTIVIDAD	TIPO	NÚMERO
Producción investigadora	Publicaciones en Revistas	2
	Capítulos de Libros	3
	Otras Publicaciones	4
	Aportaciones a Congresos	6
Actividad investigadora	Proyectos I+D+i y Ayudas	4
Actividad docente	Docencia impartida	34

Detalles

PUBLICACIONES EN REVISTAS

- Título del trabajo:** Legacy and native brands online: do they show different news consumption patterns?
Título de la revista: JMM INTERNATIONAL JOURNAL ON MEDIA MANAGEMENT
ISSN: 1424-1277
Volumen: 18
Número: 2
Página inicial-final: 75 - 97
Idioma: Inglés
Año de Publicación: 2016
Autores: Arrese, Ángel; Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Autor
SJR
Categoría: Communication
Posición: 78 de 412
Índice de Impacto: 0.594
Cuartil: 2^oC
Categoría: Strategy and Management
Posición: 119 de 438
Índice de Impacto: 0.594
Cuartil: 2^oC
- Título del trabajo:** Revisión teórica de la agencia publicitaria en la cultura digital
Título de la revista: ADCOMUNICA
ISSN: 2174-0992
Volumen: 8
Página inicial-final: 57 - 71
Idioma: Español
Año de Publicación: 2014
Autores: del Río Pérez, Jorge; Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Autor

CAPÍTULOS DE LIBROS

1. **Título del capítulo:** El efecto de los premios de los festivales publicitarios en las agencias de publicidad
Título libro: Nuevos lenguajes de lo audiovisual
Autor de la obra completa: José María Albalad Aiguabella, Lorena Busto Salinas y Viviana Muñiz Zúñiga (Coords.).
Página inicial-final: 123 - 132
Año publicación: 2018
Editorial: Gedisa
Localidad: Barcelona
Ámbito de la editorial: Nacional
País: España
Idioma: Español
ISBN: 978-84-17341-98-5
Autores: del Río Pérez, Jorge; Portilla, Idoia; Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Autor

2. **Título del capítulo:** The transformation of advertising agencies in a digital world
Título libro: Handbook of media management and economics
Autor de la obra completa: Albarran, A. (Ed.), Mierzejewska, B. (Ed.), Jung, J. (Ed.)
Página inicial-final: 394 - 409
Año publicación: 2018
Editorial: Routledge
Localidad: Nueva York
Ámbito de la editorial: Otros
País: Estados Unidos de América
Idioma: Inglés
ISBN: 9781351747530
Autores: Kaufmann, Jürg; Perez-Latre, Francisco J.
Rol del investigador: Autor

3. **Título del capítulo:** De la publicidad tradicional a la publicidad digital. Desafíos para agencias y profesionales
Título libro: El nuevo diálogo social: organizaciones, públicos y ciudadanos
Página inicial-final: 549 - 563
Año publicación: 2015
Editorial: Campgràfic
Localidad: Valencia
Ámbito de la editorial: Nacional
País: España
Idioma: Español
ISBN: 978-84-966557-40-3
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Autor

OTRAS PUBLICACIONES

1. **Título de la aportación:** Digital News Report España 2022. Reconectar con las audiencias de noticias
Extensión: 152 p.
Idioma: Español
Año publicación: 2022
Número normalizado: ISSN 2792-8187
Editorial: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra
Localidad: Pamplona

País: España

Entidad financiadora: Este informe forma parte del proyecto IBERIFIER, cofinanciado por la Unión Europea, en la convocatoria CEF-TC-2020-2 (European Digital Media Observatory), bajo el acuerdo número INEA/CEF/ICT/A202072381931, Acción 2020-EU-IA-0252

Autores: Vara-Miguel, Alfonso; Amoedo-Casais, A.; Moreno, Elsa; Negredo, Samuel Pedro; Kaufmann, Jürg

Rol del investigador: Autor

2. **Título de la aportación:** Informe ejecutivo. Reconectar con las audiencias de noticias. El interés y la confianza en los medios caen pese al mayor compromiso de algunos lectores digitales con las suscripciones. En: Digital News Report España 2022 (pp. 9-19)

Idioma: Español

Año publicación: 2022

Número normalizado: ISSN 2792-8187

Editorial: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra

Localidad: Pamplona

País: España

Autores: Vara-Miguel, Alfonso; Amoedo-Casais, A.; Moreno, Elsa; Negredo, Samuel Pedro; Kaufmann, Jürg

Rol del investigador: Autor

3. **Título de la aportación:** Digital News Report España 2021. Periodismo de calidad y cercanía para combatir la infodemia

Extensión: 165 p.

Idioma: Español

Año publicación: 2021

Número normalizado: 2792-8187

Editorial: Servicio de Publicaciones. Universidad de Navarra

Localidad: Pamplona

País: España

Ámbito de la editorial: Nacional

Autores: Amoedo-Casais, A.; Vara-Miguel, Alfonso; Negredo, Samuel Pedro; Moreno, Elsa; Kaufmann, Jürg

Rol del investigador: Autor

4. **Título de la aportación:** Digital News Report España 2020. Un periodismo menos relevante para una audiencia más polarizada

Extensión: 198 páginas

Idioma: Español

Año publicación: 2020

Número normalizado: ISSN 2792-8187

Editorial: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra

Localidad: Pamplona

País: España

Autores: Negredo, Samuel Pedro; Amoedo-Casais, A.; Vara-Miguel, Alfonso; Moreno, Elsa; Kaufmann, Jürg

Rol del investigador: Autor

APORTACIONES A CONGRESOS

1. **Título de la aportación:** Expanding creativity + code: How advertising agencies need to adapt their creative department in the digital age

Denominación del evento: ICORIA 2018

Localidad: Valencia

País: España

Fecha Inicio: 21/06/2018

Fecha Fin: 23/06/2018

Idioma: Inglés

- Ámbito:** Unión Europea
Publicación del evento: No
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Autor
2. **Título de la aportación:** The effect of advertising festival awards on the advertising agencies
Denominación del evento: ICORIA 2018
Localidad: Valencia
País: España
Fecha Inicio: 21/06/2018
Fecha Fin: 23/06/2018
Idioma: Inglés
Ámbito: Unión Europea
Publicación del evento: No
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Coautor
3. **Título de la aportación:** Do advertising agencies need to change their product portfolios in the digital age?
Denominación del evento: ICORIA 2017
Localidad: Gante
País: Bélgica
Fecha Inicio: 29/06/2017
Fecha Fin: 01/07/2017
Idioma: Inglés
Ámbito: Unión Europea
Publicación del evento: No
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Autor
4. **Título de la aportación:** The effect of the El Sol advertising festival awards on the advertising investment managed by spanish agencies
Denominación del evento: International Conference on Research on Advertising (ICORIA)
Localidad: Londres
País: Reino Unido
Fecha Inicio: 02/07/2015
Fecha Fin: 04/07/2015
Idioma: Inglés
Ámbito: Internacional no UE
Publicación del evento: No
Autores: del Río Pérez, Jorge; Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Coautor
5. **Título de la aportación:** Legacy and digital-native brands online: Do they show different news consumption patterns?
Denominación del evento: CICOM - INMMAA Managing Online Media: Into the next stage of digital
Localidad: Pamplona
País: España
Fecha Inicio: 24/10/2014
Fecha Fin: 25/10/2014
Idioma: Inglés
Ámbito: Internacional no UE
Publicación del evento: No
Autores: Arrese, Ángel; Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Coautor
6. **Título de la aportación:** De la publicidad tradicional a la publicidad digital. Desafíos para agencias y profesionales
Denominación del evento: XV Foro Universitario de Investigación en Comunicación

Localidad: Pontevedra
País: España
Fecha Inicio: 06/02/2014
Fecha Fin: 07/02/2014
Idioma: Español
Ámbito: Nacional
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Autor

PROYECTOS I+D+I Y AYUDAS

1. **Título del proyecto:** Medios nativos digitales en España: tipologías, audiencias, construcción de la confianza y claves para la sostenibilidad económica
Código según financiadora: PID2021-122534OB-C22
Entidad financiadora: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN
Otro programa financiador: Programa Estatal para Impulsar la Investigación Científico-Técnica y su Transferencia
Fecha inicio: 01/09/2022
Fecha fin: 31/08/2025
Cuantía concedida: 48400
Cuantía concedida tipo de moneda: €
Ámbito: Nacional
Entidades participantes: Universidad de Navarra - Universidad - España, Universidad de Valladolid - Universidad - España
Número de investigadores participantes: 11
Investigador Responsable: Martínez-Costa, María del Pilar; Salaverría, Ramón
Rol del investigador: Investigador

2. **Título del proyecto:** Medios nativos digitales en España: Tipologías, audiencias, construcción de la confianza y claves para la sostenibilidad periodística
Código según financiadora: PID2021-122534OB-C22
Otra entidad financiadora: AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACION
Otro programa financiador: 2021 AEI Proyectos de Generación del Conocimiento
Fecha inicio: 01/09/2022
Fecha fin: 31/08/2025
Cuantía concedida: 48400
Cuantía concedida tipo de moneda: €
Ámbito: Nacional
Número de investigadores participantes: 13
Investigador Responsable: Martínez-Costa, María del Pilar; Salaverría, Ramón
Rol del investigador: Investigador

3. **Título del proyecto:** Cibermedios nativos digitales en España: caracterización y tendencias - DIGINATIVEMEDIA
Código según financiadora: RTI2018-093346-B-C31
Entidad financiadora: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN
Programa financiador: Proyectos I+D
Fecha inicio: 01/01/2019
Fecha fin: 31/12/2021
Cuantía concedida: 42350
Cuantía concedida tipo de moneda: €
Ámbito: Nacional
Entidades participantes: Universidad de Santiago de Compostela - Universidad - España, Universidad de Navarra - Universidad - España

Número de investigadores participantes: 17

Rol del investigador: Participante

- Título del proyecto:** Prensa y crisis económica en España. El papel del periodismo económico en el análisis de la burbuja inmobiliaria
Código según financiadora: CSO2014-51817-R
Entidad financiadora: MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
Programa financiador: Proyectos I+D
Fecha inicio: 01/06/2015
Fecha fin: 01/06/2018
Ámbito: Nacional
Entidades participantes: Universidad de Navarra - Universidad - España
Número de investigadores participantes: 7
Rol del investigador: Participante

DOCENCIA IMPARTIDA

- Tipo de Asignatura:** Optativa
Asignatura: Area Comercial (F.Derecho)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Derecho
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 0
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 30
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Derecho-09
Curso: 2
Fecha Inicio: 01/09/2021
Fecha fin: 29/11/2021
Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
- Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Branding (Marketing)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 30
Nº horas tutorías / otros: 13
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 73
Nº de créditos de la asignatura: 6.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Marketing-16, PI-Arquitectura-20, PI-Comunicación-19, PI-Derecho-20, PI-Económicas-19, PI-ISSA-20
Curso: 2
Fecha Inicio: 01/09/2021
Fecha fin: 29/11/2021
Idioma: Inglés

Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

3. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Marketing (Fcom-Op)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 0
Nº horas tutorías / otros: 13
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 43
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Marketing-16, PI-Arquitectura-20, PI-Comunicación-19, PI-Derecho-20, PI-Filosofía-20, PI-ISSA-20
Curso: 1
Fecha Inicio: 01/09/2021
Fecha fin: 29/11/2021
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

4. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de Grado (Gr. Marketing)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 2
Nº horas prácticas: 42
Nº horas tutorías / otros: 6
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 50
Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Marketing-16, Gr.Publicidad-15
Curso: 4
Fecha Inicio: 01/09/2021
Fecha fin: 30/06/2022
Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

5. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de Grado (Gr. Marketing)
Tipo de Docencia: Práctica (Aula Problemas)
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 0
Nº horas prácticas: 44
Nº horas tutorías / otros: 13
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 57

Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Marketing-16, Gr.Publicidad-15
Curso: 4
Fecha Inicio: 11/01/2021
Fecha fin: 30/06/2021
Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

6. **Tipo de Asignatura:** Optativa
Asignatura: Area Comercial (F.Derecho)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Derecho
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 0
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 30
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Derecho-09
Curso: 2
Fecha Inicio: 01/09/2020
Fecha fin: 30/11/2020
Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
7. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Branding (Marketing)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 30
Nº horas tutorías / otros: 10
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 70
Nº de créditos de la asignatura: 6.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Marketing-16, PI-Comunicación-19
Curso: 2
Fecha Inicio: 01/09/2020
Fecha fin: 30/11/2020
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
8. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Marketing (Fcom-Op)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación

Nº horas teóricas: 15
Nº horas prácticas: 15
Nº horas tutorías / otros: 5
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 35
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Com.Audiov-15, Gr.Com.Audiov.b-15, Gr.Marketing-16, Gr.Periodismo b-15, Gr.Periodismo-15, PI-Arquitectura-20, PI-Ciencias-20, PI-Comunicación-19, PI-Derecho-20, PI-Educación Ps-20, PI-Farmacía Nut-20, PI-Filosofía-20, PI-ISSA-20
Curso: 1
Fecha Inicio: 01/09/2020
Fecha fin: 30/11/2020
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

9. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de Grado (Gr. Marketing)
Tipo de Docencia: Práctica (Aula Problemas)
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 0
Nº horas prácticas: 58
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 58
Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Marketing-16, Gr.Publicidad-15
Curso: 4
Fecha Inicio: 06/01/2020
Fecha fin: 27/06/2020
Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
10. **Tipo de Asignatura:** Optativa
Asignatura: Area Comercial (F.Derecho)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Derecho
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 0
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 30
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Derecho-09
Curso: 2
Fecha Inicio: 02/09/2019
Fecha fin: 25/11/2019
Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg

Rol del investigador: Docente

- 11. Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Branding (Marketing)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 30
Nº horas tutorías / otros: 10
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 70
Nº de créditos de la asignatura: 6.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Marketing-16
Curso: 2
Fecha Inicio: 02/09/2019
Fecha fin: 25/11/2019
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
- 12. Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Marketing (Fcom-Op)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 15
Nº horas prácticas: 15
Nº horas tutorías / otros: 5
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 35
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Com.Audiov-15, Gr.Com.Audiov.b-15, Gr.Filosofía-15, Gr.Marketing-16, Gr.Periodismo b-15, Gr.Periodismo-15, Int.Found.P.Y-16, Int.Found.S.1-16
Curso: 1
Fecha Inicio: 02/09/2019
Fecha fin: 25/11/2019
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
- 13. Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de grado (Fcom-Gr. Publicidad)
Tipo de Docencia: Otros
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 0
Nº horas prácticas: 33
Nº horas tutorías / otros: 40
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 73
Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Publicidad b-15

Curso: 4
Fecha Inicio: 07/01/2019
Fecha fin: 31/07/2019
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

14. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de grado (Fcom-Gr. Publicidad)
Tipo de Docencia: Otros
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 0
Nº horas prácticas: 33
Nº horas tutorías / otros: 40
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 73
Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Publicidad b-15, Gr.Publicidad-15
Curso: 4
Fecha Inicio: 07/01/2019
Fecha fin: 31/07/2019
Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
15. **Tipo de Asignatura:** Optativa
Asignatura: Area Comercial (F.Derecho)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Derecho
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 0
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 30
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Derecho-09
Curso: 2
Fecha Inicio: 03/09/2018
Fecha fin: 30/11/2018
Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
16. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Branding (Marketing)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 30
Nº horas tutorías / otros: 10

Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 70
Nº de créditos de la asignatura: 6.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Marketing-16
Curso: 2
Fecha Inicio: 03/09/2018
Fecha fin: 30/11/2018
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

17. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Marketing (Fcom-Op)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 15
Nº horas prácticas: 15
Nº horas tutorías / otros: 5
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 35
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Com.Audiov-15, Gr.Com.Audiov.b-15, Gr.Marketing-16, Gr.Periodismo b-15, Gr.Periodismo-15, Gr.Publicidad b-15, Int.Found.P.Y-16, Int.Found.S.1-16
Curso: 2
Fecha Inicio: 03/09/2018
Fecha fin: 30/11/2018
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
18. **Tipo de Asignatura:** Optativa
Asignatura: Area Comercial (F.Derecho)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Derecho
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 0
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 30
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Derecho-09
Curso: 2
Fecha Inicio: 08/01/2018
Fecha fin: 30/06/2018
Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
19. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria

Asignatura: Introduction to Marketing (Fcom-Op)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 0
Nº horas tutorías / otros: 5
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 35
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Com.Audiov-15, Gr.Com.Audiov.b-15, Gr.Marketing-16, Gr.Periodismo b-15, Gr.Periodismo-15, Gr.Publicidad b-15, Int.Found.P.Y-16, Int.Found.S.2-16
Curso: 2
Fecha Inicio: 08/01/2018
Fecha fin: 30/06/2018
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

20. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de grado (Fcom-Gr. Publicidad)
Tipo de Docencia: Práctica (Aula Problemas)
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 0
Nº horas prácticas: 24
Nº horas tutorías / otros: 10
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 34
Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Publicidad b-15
Curso: 4
Fecha Inicio: 08/01/2018
Fecha fin: 30/06/2018
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
21. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de grado (Fcom-Gr. Publicidad)
Tipo de Docencia: Práctica (Aula Problemas)
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 0
Nº horas prácticas: 24
Nº horas tutorías / otros: 10
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 34
Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Publicidad-15
Curso: 4
Fecha Inicio: 08/01/2018
Fecha fin: 30/06/2018

Idioma: Español
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

- 22. Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Branding (Marketing)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 60
Nº horas prácticas: 10
Nº horas tutorías / otros: 10
Nº horas clínicas: 0
Nº horas totales: 80
Nº de créditos de la asignatura: 6.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Marketing-16
Curso: 2
Fecha Inicio: 04/09/2017
Fecha fin: 27/11/2017
Idioma: Inglés
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
- 23. Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Marketing (Fcom-Op)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 0
Nº horas tutorías / otros: 5
Nº horas totales: 35
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Com.Audiov-15, Gr.Com.Audiov.b-15, Gr.Marketing-16, Gr.Periodismo b-15, Gr.Periodismo-15, Gr.Publicidad b-15, Int.Found.P.Y-16, Int.Found.S.2-16
Curso: 2
Fecha Inicio: 09/01/2017
Fecha fin: 28/04/2017
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
- 24. Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de grado (Fcom-Gr. Publicidad)
Tipo de Docencia: Práctica (Aula Problemas)
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 0
Nº horas prácticas: 64
Nº horas tutorías / otros: 35
Nº horas totales: 99
Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial

Grado/Postgrado: Gr.Publicidad b-15, Gr.Publicidad-09, Gr.Publicidad-15

Curso: 4

Fecha Inicio: 09/01/2017

Fecha fin: 28/04/2017

Localidad: Pamplona

País: España

Autores: Kaufmann, Jürg

Rol del investigador: Docente

25. Tipo de Asignatura: Obligatoria

Asignatura: Introduction to Marketing (Fcom-Op)

Tipo de Docencia: Teórica presencial

Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación

Nº horas teóricas: 30

Nº horas prácticas: 0

Nº horas tutorías / otros: 5

Nº horas totales: 35

Nº de créditos de la asignatura: 3.0

Modalidad: Docencia oficial

Grado/Postgrado: Gr.Com.Audiov-09, Gr.Com.Audiov-15, Gr.Com.Audiov.b-15, Gr.Periodismo b-15, Gr.Periodismo-09, Gr.Periodismo-15, Gr.Periodismo-15, Gr.Publicidad b-14, Gr.Publicidad b-15, Gr.Publicidad-09, Gr.Publicidad-15, Int.Found.Pr.C1-14, Int.Found.S.PA1-14, Int.Found.S.PC1-14

Curso: 2

Fecha Inicio: 11/01/2016

Fecha fin: 30/06/2016

Localidad: Pamplona

País: España

Autores: Kaufmann, Jürg

Rol del investigador: Docente

26. Tipo de Asignatura: Obligatoria

Asignatura: Trabajo fin de grado (Fcom-Gr. Publicidad)

Tipo de Docencia: Práctica (Aula Problemas)

Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación

Nº horas teóricas: 0

Nº horas prácticas: 52

Nº horas tutorías / otros: 10

Nº horas totales: 62

Nº de créditos de la asignatura: 9.0

Modalidad: Docencia oficial

Grado/Postgrado: Gr.Publicidad-09, Gr.Publicidad-15

Curso: 4

Fecha Inicio: 11/01/2016

Fecha fin: 30/06/2016

Localidad: Pamplona

País: España

Autores: Kaufmann, Jürg

Rol del investigador: Docente

27. Tipo de Asignatura: Obligatoria

Asignatura: Trabajo fin de grado (Fcom-Gr. Publicidad)

Tipo de Docencia: Práctica (Aula Problemas)

Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación

Nº horas teóricas: 0

Nº horas prácticas: 52

Nº horas totales: 52

Nº de créditos de la asignatura: 9.0

Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Publicidad-09
Curso: 4
Fecha Inicio: 08/01/2015
Fecha fin: 30/06/2015
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

- 28. Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Marketing (Fcom-Op)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 0
Nº horas tutorías / otros: 9
Nº horas totales: 39
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Com.Audiov-09, Gr.Periodismo-09, Gr.Publicidad b-14, Gr.Publicidad-09
Curso: 2
Fecha Inicio: 01/09/2014
Fecha fin: 02/12/2014
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
- 29. Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de grado (Fcom-Gr. Publicidad)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 4
Nº horas prácticas: 48
Nº horas tutorías / otros: 10
Nº horas totales: 62
Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Publicidad-09
Curso: 4
Fecha Inicio: 06/01/2014
Fecha fin: 28/06/2014
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
- 30. Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Introduction to Marketing (Fcom-Op)
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 30
Nº horas prácticas: 24
Nº horas tutorías / otros: 10
Nº horas totales: 64
Nº de créditos de la asignatura: 3.0

Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Art.L.-Bridge Prog, Gr.Com.Audiov-09, Gr.Periodismo-09, Gr.Publicidad-09
Curso: 2
Fecha Inicio: 02/09/2013
Fecha fin: 25/11/2013
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

31. **Tipo de Asignatura:** Optativa
Asignatura: Media planning and buying (Fcom)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 39
Nº horas prácticas: 0
Nº horas tutorías / otros: 4
Nº horas totales: 43
Nº de créditos de la asignatura: 3.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Com.Audiov-09, Gr.Periodismo-09, Gr.Publicidad-09, LE Comunicación
Curso: 3
Fecha Inicio: 07/01/2013
Fecha fin: 29/06/2013
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
32. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Trabajo fin de grado (Fcom-Gr. Publicidad)
Tipo de Docencia: Teórica presencial
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 48
Nº horas prácticas: 0
Nº horas tutorías / otros: 10
Nº horas totales: 58
Nº de créditos de la asignatura: 9.0
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Gr.Publicidad-09
Curso: 4
Fecha Inicio: 07/01/2013
Fecha fin: 29/06/2013
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente
33. **Tipo de Asignatura:** Optativa
Asignatura: Planificación y compra de medios
Tipo de Docencia: Teórica-Práctica
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 21
Nº horas prácticas: 18
Nº horas tutorías / otros: 2
Nº horas totales: 41
Nº de créditos de la asignatura: 3

Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Publicidad y RRPP
Curso: 3
Fecha Inicio: 09/01/2012
Fecha fin: 27/04/2012
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente

34. **Tipo de Asignatura:** Obligatoria
Asignatura: Proyectos Publicitarios
Tipo de Docencia: Práctica (Aula Problemas)
Centro Docente: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación
Nº horas teóricas: 0
Nº horas prácticas: 72
Nº horas totales: 72
Nº de créditos de la asignatura: 9
Modalidad: Docencia oficial
Grado/Postgrado: Publicidad y RRPP
Curso: 4
Fecha Inicio: 09/01/2012
Fecha fin: 27/04/2012
Localidad: Pamplona
País: España
Autores: Kaufmann, Jürg
Rol del investigador: Docente