



VNIVERSITAT DE VALÈNCIA



## Dr. Joan-Enric Ubeda

*Director del Gabinet de la Rectora*

*Director de Marketing y de Comunicación Institucional*

Presidente del Grupo de Trabajo de Comunicación Audiovisual y Multimedia (GCAM) de las universidades españolas, y presidente de la Asociación de Profesionales del Audiovisual Universitario (APAU).

Funcionario de carrera, es Personal Directivo Profesional de la *Universitat de València*.

Doctor en Marketing, es también licenciado en Economía, licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, Diplomado en Estudios Avanzados (DEA) en Marketing y Máster Oficial en Contenidos y Formados Audiovisuales.

Hasta su nombramiento ocupaba el puesto de Responsable de Marketing Corporativo en la Unidad de Web y Marketing de la *Universitat de València*. Anteriormente fue asesor en Marketing y Comunicación de los rectores Esteban Morcillo y Francisco Tomás.

Ha sido miembro del Consejo de Dirección, del Consejo de Gobierno, de la Junta de Gobierno y del Claustro de la *Universitat de València*, así como miembro de su Comisión Económica. También fue miembro de la Junta de Centro de las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales y de Economía de la *Universitat de València*, de las que fue vicedecano.

A lo largo de una década ha desarrollado su actividad docente como profesor del Departamento de Análisis Económico de la *Universitat de València* y, posteriormente, del Departamento de Economía y Ciencias Sociales de la *Universitat Politècnica de València*, hasta su incorporación al nivel directivo profesional de la Universitat, que es incompatible con el desarrollo de estas actividades.

También fue miembro del Patronato y del Consejo Ejecutivo de la *Fundació General de la Universitat de València*, del Consejo de Administración de la sociedad *Gestió de Projectes Universitaris FGUV, S.L.*, y del Consejo Rector del Instituto Municipal de Cultura y Juventud de Burjassot, así como evaluador de AGAUR, la Agencia Catalana de Gestión de Ayudas Universitarias y de Investigación.

Autor de diversos capítulos de libro y artículos académicos, su investigación se centra en el marketing y la comunicación pública y política, así como en el estudio de los modelos de negocio y de comunicación institucional en el sector audiovisual.