

## DATOS PERSONALES

<b>Apellidos</b>	Cano Tenorio	<b>Nombre</b>	Rafael
<b>Núm. identificación del investigador</b>	<b>Researcher ID</b>	G-1601-2017	
	<b>Código Orcid</b>	<a href="http://orcid.org/0000-0003-3048-4141">http://orcid.org/0000-0003-3048-4141</a>	
<b>Categoría profesional</b>	Profesor Sustituto Interino		
<b>Departamento</b>	Marketing y Comunicación		
<b>Área de conocimiento</b>	Comercialización e Investigación de Mercados		
<b>Centro</b>	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		
<b>Campus</b>	Jerez		
<b>Dirección</b>	Avenida de la Universidad, 5		
<b>Correo electrónico</b>	rafael.cano@uca.es		
<b>Teléfono</b>	-	<b>Despacho</b>	2.10 (Edificio Multiusos)

## FORMACIÓN ACADÉMICA

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctor Internacional en Comunicación	Universidades de Cádiz, Málaga, Sevilla y Huelva	2018
Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Cádiz	2012

## RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM DOCENTE, INVESTIGADOR Y/O PROFESIONAL

Doctor Internacional en Comunicación por las Universidades de Cádiz, Málaga, Sevilla y Huelva (España) y profesor del Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz en los Grados en Administración y Dirección de Empresas, Marketing e Investigación de Mercados y Turismo. Además, ha impartido docencia en el Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación de la Universidad de Cádiz.

Desde 2016 es miembro del Grupo de Investigación *Comunicando* SEJ068 de la Universidad de Cádiz. Entre los años 2015 y 2016 realizó una Estancia Internacional de Investigación en el Instituto Superior Miguel Torga, en Coímbra (Portugal). Evaluador en los comités de 15 revistas científicas de impacto internacional.

Ha publicado numerosos trabajos científicos de investigación entre artículos en revistas científicas, capítulos en libros especializados, comunicaciones y ponencias en congresos internacionales, que han sido leídas por investigadores de más de 40 países del mundo, incluyendo Alemania, Argentina, Australia, Austria, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, Grecia, Italia, Japón, México, Portugal, Reino Unido y Rusia.

## DOCENCIA HABITUAL

Titulación	Asignatura
Grado en Administración y Dirección de Empresas	Introducción al Marketing
	Dirección de Marketing
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	Introducción al Marketing
	Fundamentos de Marketing Internacional
	Marketing No Lucrativo
	Trade Marketing

## PUBLICACIONES MÁS RELEVANTES

Autores: Cano Tenorio, R., Cristófol Rodríguez, F.J., y Paniagua Rojano, F.J.  
Título: Los clubes de fútbol y sus medios de comunicación propios. Tipos de contenidos más compartidos

Ref.  Revista:  Libro: La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas. Editorial: Pearson. ISBN: 978-60-73248-59-4 Fecha: 2019

Autores: Cano Tenorio, R.

Título: Gestión de la comunicación en las redes sociales de las federaciones de fútbol nacionales

Ref.  Revista:  Libro

Volumen: Número: 17 Páginas, inicial: 19 final: 34 Fecha: 2019

Autores: Cano Tenorio, R.

Título: Técnicas de marketing en las cuentas oficiales de Twitter de los artistas flamencos

Ref.  Revista:  Libro

Volumen: 24 Número: 46 Páginas, inicial: 93 final: 110 Fecha: 2019

Autores: Cano Tenorio, R.

Título: Gestión de la Estrategia de Comunicación Institucional y Marketing en el escenario digital de los clubes de fútbol de élite de la UEFA

Ref.  Revista:  Libro

Volumen: Número: 6 Páginas, inicial: 143 final: 155 Fecha: 2019

Autores: Cano Tenorio, R. y Rostoll Ariza, J.

Título: Uso de las redes sociales en museos internacionales

Ref.  Revista:  Libro

Volumen: 5 Número: 9 Páginas, inicial: 41 final: 49 Fecha: 2018

Autores: Cano Tenorio, R.

Título: Análisis del nivel de emisión de contenido en las cuentas oficiales de Twitter de los artistas flamencos

Ref.  Revista:  Libro

Volumen: 7 Número: 2 Páginas, inicial: 57 final: 87 Fecha: 2018

Autores: Cano Tenorio, R.

Título: Aplicaciones móviles oficiales en los clubes de fútbol españoles como herramienta de comunicación de contenidos

Ref.  Revista: *Organicom*  Libro

Volumen: 15 Número: 29 Páginas, inicial: 125 final: 135 Fecha: 2018

---

Autores: Micaletto Belda, J.P. y Cano Tenorio, R.

Título: Relaciones públicas y Juego de Tronos: la imagen del Sevilla Fútbol Club, S.A.D. tras la visita de los actores al Sánchez Pizjuán

Ref.  Revista: *Zer, Revista de Estudios en Comunicación*  Libro

Volumen: 23 Número: 44 Páginas, inicial: 31 final: 47 Fecha: 2018

---

Autores: Cano Tenorio, R. y Paniagua Rojano, F.J.

Título: El uso de Twitter por parte de los futbolistas profesionales: contenidos y relaciones con los públicos

Ref.  Revista: *Revista Internacional de Relaciones Públicas*  Libro

Volumen: 7 Número: 13 Páginas, inicial: 101 final: 122 Fecha: 2017

---

Autores: Cano Tenorio, R.

Título: Técnicas de marketing de los clubes de fútbol de élite en las redes sociales

Ref.  Revista: *Retos, Revista de Ciencias de la Administración y Economía*  Libro

Volumen: 7 Número: 13 Páginas, inicial: 43 final: 58 Fecha: 2017

---

## LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Comunicación digital en el mundo del deporte.

Marketing deportivo.

Marketing digital en el Arte Flamenco.

Marketing y comunicación digital en las instituciones culturales.