

Dña. Ruth Fernández Hernández

Doctoranda

Programa: Turismo (Interuniversitario)

Línea de investigación: Economía y empresas turísticas: Nuevas tecnologías aplicadas al turismo (La influencia de la implantación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones sobre el desempeño organizativo en las entidades museísticas de la Ciudad de Madrid) Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. 2016-Actualmente.

PostGrado

- Máster Universitario en Dirección en Comunicación y Nuevas Tecnologías. Universidad Rey Juan Carlos. Campus ESIC 2016
- MASTER, MASTER EN PUBLICIDAD Y COMUNICACION EMPRESARIAL ESIC. ESPAÑA, 2001.

Formación Universitaria

- EN GRADO EN COMUNICACIÓN COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUÑA. ESPAÑA, (2015)
- GESTION COMERCIAL Y MARKETING ESIC, ESIC. ESPAÑA, 2000.

Experiencia Profesional

- RESPONSABLE COMERCIAL Y DE MK DIVISA SISTEMAS GOLBALES, S.L. 2001-2002.
- RESPONSABLE COMERCIAL Y DE MK GRUPO MODA 3, S.L. 1991-2001.

Experiencia Docente

- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. 2018- Actualmente.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) NEGOCIACIÓN COMERCIAL. 2018-Actualmente.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) COMUNICACIÓN DIGITAL. 2016-Actualmente
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) Simbología y Protocolo. 2016-Actualmente
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) GESTIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA. 2014-Actualmente.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 2012-Actualmente.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) PRESENTACIONES AVANZADAS EN POWER POINT. 2013-Actualmente
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) MARKETING SECTORIAL. 2014-Actualmente.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) MARKETING Y TECNICAS DE COMUNICACION. 2014-2017.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) POLÍTICA DE COMUNICACIÓN. 2013-2016.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN. 2012-2017.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL. 2013-2017
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN. 2012-2015.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) SOCIOLOGÍA DE LA EMPRESA. 2012-2015.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) TEORÍA Y ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN. 2012-2014.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR II. 2012-2013.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) TÉCNICAS DE EXPRESIÓN EMPRESARIAL. 2012-2013.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR I. 2012-2013.
- ESIC. VALENCIA NEGOCIACIÓN COMERCIAL I Y II. 2010-2012.
- ESIC. VALENCIA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR I, II. 2009-2012.
- ESIC. VALENCIA PRESENTACIONES AVANZADAS EN POWER POINT. 2009-2010.
- ESIC. VALENCIA SOCIOLOGIA DEL CONSUMO. 2008-2012.
- ESIC. VALENCIA PRESENTACIONES AVANZADAS EN POWER POINT. 2007-2008.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) SOCIOLOGIA GENERAL. 2006-2007.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) EMPRENDEDORES. 2005-2008.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) CREACION EMPRESAS. 2004-2008.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) TECNICAS DE ESTUIDO Y EXPRESION EMPRESARIAL. 2002-2008

Líneas de Investigación

- MARKETING, COMUNICACIÓN Y TURISMO.

Artículos

- Fernández Hernández R. (2011) *EXPERIENCIA EDUCATIVA TIC EN LAS AULAS. EL CASO DE ENGLISH SUMMER SCHOOL IN THE CITY. EDETANIA-REVISTA UCV*

Libros

Capítulos

- Fernández, R. y García, F.E. (2017): Estudio comparado del uso de TIC en las organizaciones museísticas en González, J.E. y Viñarás, M. "Lo 2.0 y 3.0 como herramientas multidisciplinares". Ediciones Universitarias. Tecnos, Madrid
- García, F.E. y Fernández, R. (2017): Análisis del contexto empresarial. Principales factores que pueden afectar a las decisiones del plan de comunicación en Alard, J. y Monfort, A. "Plan de Comunicación on y off en la práctica". ESIC Editorial, Madrid.
- Fernández, R. y Sánchez, P. (2016): Turismo e islam, una alternativa de negocio para Madrid-Mayrit, en Linares, M.; Díaz, J. y del Valle, E. "Innovación universitaria: digitalización 2.0 y excelencia en contenidos". McGraw-Hill Education, Madrid.

Conferencias

- *CITuRS 2018. A Coruña 22 y 23 de octubre de 2018. Ponencia aceptada "La transformación de las ciudades y el consumidor cultural-religioso on. Hacia una nueva orientación museística: el Museo de los Orígenes de Madrid (España)"*
- *XIX Foro de Investigación en Comunicación. Universidad Pontificia de Salamanca 8 y 9 de febrero de 2018. Ponente en la mesa redonda "Empresas, industrias mediáticas y contenidos".*
- *XIX Foro de Investigación en Comunicación. Universidad Pontificia de Salamanca 8 y 9 de febrero de 2018. Ponencia aceptada "empresas, industrias mediáticas y contenidos".*
- *II Congreso Internacional de Sociología y Antropología del Turismo. Alicante 1 y 2 de marzo de 2018. Ponencia aceptada: "La transformación en las organizaciones museísticas: los museos on."*
- *CUICIID 2017 (Congreso virtual y en línea) 25 y 26 de octubre de 2017. Ponencia aceptada "La comunicación en las organizaciones empresariales: Museos y TICS"*
- *V CONGRESO INTERNACIONAL EN CIENCIAS SOCIALES Madrid, 12-14 julio de 2017 "Un nuevo paradigma en la organización de los museos on"*
- *REDOR 2017 (4º Coloquio en Desarrollo Económico, Sustentabilidad, Innovación y Tecnología. 1º Coloquio del Nodo de Sustentabilidad y Responsabilidad Social en las Organizaciones). Universidad de Guanajuato. Guanajuato (México). (2017, 3 y 4 de mayo). Sánchez, P.; Fernández, R. y Alcalde, A. La alteridad en el nuevo Marketing: Turismo Halal; Museos one to one y Economía Colaborativa, en la ciudad de Madrid.*
- *CITuRS 2016. A Coruña 17 y 18 de octubre de 2016. Ponencia aceptada "Ruta Mayrit: Una alternativa de marketing turístico cultural-religioso"*
- *CUICIID 2016 (Congreso virtual y en línea) 26 y 27 de octubre de 2016. Ponencia aceptada El Prosumidor cultural-religioso en el sector turístico, una realidad on: DE "MAYRIT" A "SMART CITY MADRID"*
- *VII JORNADAS ARTE y CIUDAD (IV Encuentros Internacionales) Madrid, 18,19 y 20 de noviembre de 2015 "La comunicación del Madrid 3.0: El caso del prosumidor Halal"*
- *V JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO Sevilla, 17 y 18 de mayo de 2012 "Turismo y sostenibilidad", (2012) Influencia de la implementación de un CRM en la lealtad actitudinal del cliente de la aa.vv.*
- *ATINER CONFERENCE PAPER SERIES No: TOU2012-0243, (2012), (2012) The Relationships between Perceived Value and Attitudinal Loyalty when Implementing a CRM in tt.aa.*
- *XXIV Congreso Nacional de Marketing. AEMARK 2012, (2012), (2012) La influencia de la tec. y la 1ª cliente-céntrica en la lealtad actitudinal del cliente de aa.vv*

Proyectos y grupos de investigación

- Investigadora del grupo Internacionalización del marketing one to one. Proyecto de investigación en el área de Marketing, Dirección Internacional y Turismo. ESIC 2017
- Investigadora principal (IP) del grupo Marketing y comunicación cultural. Proyecto de investigación realizado en el área de Turismo, Comunicación y Marketing. ESIC 2015-2017
- ANALISTA PROYECTO MESIAS – Inteligencia de Marca España. MESIAS - Inteligencia de Marca España es un Sistema de Vigilancia que permite analizar la evolución de la Marca España y su imagen, desde una perspectiva cuantitativa, a través del análisis evolutivo de los atributos que la componen; permite identificar fallos, debilidades y amenazas; y formula recomendaciones estratégicas para reforzar el posicionamiento competitivo de la Marca España. El Sistema Mesías, promovido por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación del Gobierno de España, está al servicio del Alto Comisionado para la Marca España a través del Observatorio de Imagen de España del Real Instituto Elcano. 2014-2016