

Dña. Ruth Fernández Hernández

Doctora en Turismo

Programa: Turismo (Interuniversitario)

Línea de investigación: Economía y empresas turísticas: La reputación *online* y el *engagement* de los usuarios a través de las comunidades virtuales: un estudio empírico sobre su influencia en los públicos de museos y colecciones de España.
Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. 2016-2021.

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) 2012- Actualidad
- ESIC. VALENCIA 2008-2012.
- ESIC. POZUELO DE ALARCON (MADRID) 2002-2008

Acreditaciones

- ACREDITADO AGENCIAS INTERNACIONAL: Fellow Higher Education Academy (febrero, 2020)

Líneas de Investigación

- MARKETING, COMUNICACIÓN Y TURISMO.

Artículos

- Alcalde-Giraudó, A., Fernández-Hernández, R., Paradinás-Márquez, C., Sánchez-González, P., & García-Muiña, F. E. (2021). Marketing approach to Nordic tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120441. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120441>
- Fernández-Hernández, R., Vacas-Guerrero, T., & García-Muiña, F. E. (2021). La comunicación digital en los museos Estudio comparado de las herramientas de la web 2.0. *aDResearch ESIC: International Journal of Communication Research/Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 24(24).
- Fernández-Hernández, R., Vacas-Guerrero, T., & García-Muiña, F. E. (2020). Online reputation and user engagement as strategic resources of museums. *Museum Management and Curatorship*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1803114>
- Fernández-Hernández, R., Vacas-Guerrero, T., y García-Muiña, F. E. (2020). La llegada del Data a los museos. *Comunicación y Hombre*, 2020(16), 83-100.
- Fernández-Hernández, R., y Crespo-Tejero, N. (2020). Museos de mujeres y eWOM: Análisis y valoración. *aDResearch ESIC: International Journal of Communication Research/Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 22.
- Fernández Hernández, R. (2019). Comunicación 360 e instituciones museísticas: caso de estudio "el paseo del arte" en Madrid. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 24(1), 15-27.
- González, P., y Fernández, R. (2019). Mayrit on: Un nuevo turismo cultural-religioso. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 4(1), 81-93.
- Fernández Hernández, R., Guijarro García, M., & Planells Artigot, E. (2011). English summer in the city, una experiencia TIC en las aulas. *Edetania*, (40), 137-145.

Libros

Capítulos

- Fernández-Hernández, R. y García-Muiña, F. E. (2020). La transformación y evolución de los museos hacia una sociedad digital ISBN 978-84-368-4268-5
- Fernández-Hernández, R., Vacas-Guerrero, T., y García-Muiña, F. E. (2018). Museos virtuales: un paradigma en la generación de contenidos. *XIX FORO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN*, 87.
- Fernández, R. y García, F.E. (2018): Estudio comparado del uso de TIC en las organizaciones museísticas en Gonzalez, 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

- *11th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge Conference. ESIC, Madrid 23 y 24 de junio de 2020. Ponencia aceptada: "Scandinavian tourist análisis in Andalusia (Spain): Marketing and sustainability proposals"*
- *Jornada "Mujer y Comunicación ante los nuevos retos del siglo XXI". ESIC, Madrid 4 de marzo de 2020. Presentación artículo: "Museos de mujeres y eWOM: Análisis y valoración"*
- *CUICIID 2019 (Congreso virtual y en línea) 23 y 24 de octubre de 2019. Ponencia aceptada "Historia de los museos. Análisis del ayer y el hoy en la realidad turística social"*
- *I Foro Internacional en Economía Circular, Eco-Innovaciones y turismo. Universidad Autónoma. Madrid, 17 y 18 de octubre de 2019. Ponencia aceptada: "Marketing, Comunicación y ODS en turismo: un caso de estudio, paradores."*
- *CUICIID 2018 (Congreso virtual y en línea) 24 y 25 de octubre de 2018. Ponencia aceptada "Comprendiendo el papel de variables digitales en las visitas reales a museos de España"*
- *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: T0U2012-0243, (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 fª 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 2017-2020.
- Investigadora principal (IP) del grupo Marketing y comunicación cultural. Proyecto de investigación realizado en el área de Turismo, Comunicación y Marketing. ESIC 2015-Actualidad.
- 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.