

## CURRICULUM VITAE

<b>Parte A. DATOS PERSONALES</b>		<b>Fecha del CVA</b>	09/2019
Nombre y apellidos	Leticia Rodríguez Fernández		
Núm. identificación del/de la investigador/a	WoS Researcher ID		
	SCOPUS Author ID		
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID)	<a href="https://orcid.org/0000-0002-7472-5472">https://orcid.org/0000-0002-7472-5472</a>	

### A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Antonio Nebrija		
Dpto./Centro	Publicidad		
Dirección	Calle Santa Cruz de Marcenado, 27		
Teléfono	correo electrónico	<a href="mailto:lrodrigu@nebrija.es">lrodrigu@nebrija.es</a>	
Categoría profesional	Profesora adjunta / Directora del Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos	Fecha inicio	2016
Palabras clave			

### A.2. Formación académica (*título, institución, fecha*)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Máster Universitario en Protocolo	Universidad Nacional de Educación a Distancia	2019
Doctorado en Ciencias de la Información	Universidad Complutense de Madrid	2012
Máster en Comunicación de Instituciones Públicas y Políticas	Universidad Complutense de Madrid	2008
Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas	Universidad de Valladolid	2007
Máster Universitario en Protocolo	Universidad Nacional de Educación a Distancia	2019

#### A.1. Indicadores generales de calidad de la producción científica

Publicados 10 artículos indexados, 3 de ellos Scopus Q1, 1 en Scopus Q3 y 6 publicaciones indexadas en otros índices como Latindex, Dice...;

7 capítulos de libro indexados en los primeros 3 cuartiles del SPI;

Coordinadora de la publicación "Audiencia social: estrategias para medios de comunicación y marcas (Síntesis, 2016)".

Co-dirección de la tesis doctoral Jiménez, J.M. (2017) Comunidad y gamificación: tácticas del director de juego de rol, aplicables al trabajo del community manager, para incentivar la participación e implicación.

Total citas:

73 Índice

H4

### Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Doctora en Ciencias de la Información (UCM, 2012) con la tesis doctoral "Hugo Chávez (1999- 2009): una década de "Hegemonía comunicacional" y "revival" propagandístico. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (UVA, 2007), Máster en Comunicación de Instituciones Públicas y Políticas (UCM, 2008), Máster Universitario en Protocolo (UNED, 2019). Docente en la Universidad Antonio Nebrija en el campo de la comunicación organizacional en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos. Directora del Grado en Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos (2017-actualidad).

Anteriormente Coordinadora de Calidad de la Facultad de Comunicación de la Universidad Antonio Nebrija y Coordinadora del Grado en Periodismo (modalidad a distancia) (Curso 2016-2017).

Experiencia profesional de 7 años como consultora de comunicación (LLORENTE Y CUENCA,

2008-2010), responsable de comunicación (Kedin.es; 2011-2012) y responsable de comunicación digital (Digitaller, 2012-2015). Anteriormente realizó prácticas en los departamentos de comunicación de la Confederación de Comisiones Obreras (2007-2008) y la Cámara de Comercio de Gijón (2006). Sus líneas de investigación se centran en la comunicación organizacional, con especialización en el área digital y el estudio de la propaganda y la desinformación.

## Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

### C.1. Publicaciones

- 1 **Artículo científico.** 2019. Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación El profesional de la información. 28-3, pp.1-11.
- 2 **Artículo científico.** Carlos Jiménez Narros; et al. 2019. Información de salud: fuentes periodísticas y desafíos profesionales El profesional de la información. 28-2.
- 3 **Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández; Marta Saavedra Llamas. 2018. Las cadena de televisión españolas frente al debate del 13J: estrategias de programación y audiencia social Fonseca, Journal of Communication. 17, pp.125-136.
- 4 **Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández. 2018. Percepción de los estudiantes universitarios sobre el sector profesional de la comunicación corporativa Estudios sobre el mensaje periodístico. UCM. 24-2, pp.1677-1690.
- 5 **Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández; Marta Saavedra Llamas. 2017. Debate electoral 13-J: la audiencia social en la estrategia digital de los partidos políticos Trípodos. 41, pp.173-192.
- 6 **Artículo científico.** Leticia Rodríguez Fernández. 2017. Smartphones y aprendizaje: el uso de Kahoot en el aula universitaria. Revista Mediterránea de Comunicación. 8-1, pp.181-189.
- 7 **Artículo científico.** Saavedra, M.; Rodríguez, L.2016. Audiencia social: Una oportunidad para el medio televisivo y para la estrategia publicitaria. TELOS. 103, pp.102-111.
- 8 **Artículo científico.** Saavedra, M.; Rodríguez, L.; Barón, G.2015. Audiencia social en España: Estrategias de éxito en la televisión nacional.ICONO14. 13-2, pp.214-237.
- 9 **Artículo científico.** Rodríguez, L. 2015. El uso de Facebook y Twitter de las Fuerzas de Defensa de Israel en la operación "Margen Protector". Historia de la Comunicación Social. 20-2, pp.465-482.
- 10 **Artículo de divulgación.** . Saavedra, M.; Rodríguez, .Investigación & Marketing (Aedemo) La evolución de la comunicación integrada de marketing: retos y competencias profesionales.123, pp.38-43.
- 11 **Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2018. Análisis cuantitativo. Información de salud, periodismo y entorno digital Cómo las tecnologías digitales están influyendo en la información de salud. Dykinson. pp.72-94.
- 12 **Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2017. La creatividad como resultado de aprendizaje en los programas máster en España El creativo publicitario en la era digital: nuevos roles y destrezas profesionales. Síntesis. pp.125-132.
- 13 **Capítulo de libro.** Rodríguez, L.; Barón, G.2017. La enseñanza del área de la dirección de comunicación en los grados en Publicidad y Relaciones Públicas. Los estudios universitarios especializados en comunicación en España. UOC. pp.103-121.
- 14 **Capítulo de libro.** Fernández, J; Leticia Rodríguez Fernández. 2017. Los grados en comunicación audiovisual y su formación en el campo de la dirección de comunicación Los estudios universitarios especializados en comunicación en España. UOC. pp.137-147.
- 15 **Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2017. m-Gobierno en España: aplicaciones móviles en la comunicación con el ciudadano. Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación. Dykinson. pp.275-285.
- 16 **Capítulo de libro.** Marta Saavedra Llamas; et al. 2016. La audiencia social en el formato de entretenimiento: el talent y el reality show a examen Audiencia social: estrategias de comunicación para medios y marcas. Síntesis. pp.89-103.
- 17 **Capítulo de libro.** Saavedra, M.; Rodríguez, L.2016. Érase una vez la audiencia social. Audiencia social: estrategias de comunicación para medios y marcas. Síntesis. pp.25-36.
- 18 **Capítulo de libro.** Leticia Rodríguez Fernández. 2015. Role Playing 2.0 en el Grado en Periodismo Digital y televisivo. Un reto profesional y de innovación docente en la universidad. DYKINSON. pp.153-165.

## **C.2. Proyectos**

- 1** Aula Nebrija MSD de Comunicación y Ciencias de la Salud. Carlos Cachán Alcolea. 01/09/2017-31/07/2018. 8.000 €.
- 2** AULA NEBRIJA ROMERO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y COMUNICACION MEDIOAMBIENTAL Carlos Cachán Alcolea. 01/03/2017-01/05/2018. 10.000€.
- 3** “ESTUDIO TICOMCOR: Investigación de las Titulaciones Universitarias en Comunicación Corporativa en España: perfiles, contenidos y competencias” Asociación de Directores de Comunicación. Marta Perlado Lamo de Espinosa. (Universidad Antonio de Nebrija). 28/02/2015-28/09/2015. 10.000 €.