



Clotilde Hernández Garnica

Área de conocimiento: Mercadotecnia

Contacto: chernan@fca.unam.mx



NIVEL ACADÉMICO

2009

Doctora en Ciencias de la Administración

México

Universidad Nacional Autónoma de México

1993

Maestra en Administración de Organizaciones

México

Universidad Nacional Autónoma de México

1987

Especialidad en Mercadotecnia

México

Universidad Nacional Autónoma de México

1981

Licenciada en Administración

México

Universidad Nacional Autónoma de México

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Se ha desempeñado como consultora en el área de mercadotecnia, investigación de mercados y planeación estratégica. Particularmente en: Impulso Integral de Proyectos colaboró en el análisis del mercado para los estudios de desarrollo industrial del estado de Nayarit y estudios de factibilidad de parques industriales en Guanajuato y Chiapas; en Grupo CPS participó como consultora en investigaciones para identificar las necesidades de formación en micro financieras, estudios para medir ahorros de energía eléctrica, evaluación de proyectos en la región del Golfo y del Pacífico financiados por Banco Mundial, conocer necesidades de servicios de consultoría en las 100 empresas más importantes del país y medición del mercado de televisión de paga; en Ejecutivos de Marketing Asociados realizó diversas investigaciones de mercados, al igual que en Bussiness & Advertising Consulting de México para empresas como: Kendall de México, Aesculap de Alemania, CC Pace Consulting de Virginia EUA, Setasa del Grupo ICA, Servicio Panamericano de Protección, Digital de México. También se desempeñó como investigadora en el Instituto Mexicano de Opinión Pública, AC, la mayor parte de los trabajos realizados se publicaron en la Revista Dí o en el periódico Centenario.

EXPERIENCIA ACADÉMICA

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	ASIGNATURA(S) IMPARTIDA(S)
	<ul style="list-style-type: none">• Seminario integrador en mercadotecnia en la Especialidad en Mercadotecnia.• Las técnicas cualitativas en la investigación de mercados.• Mercadotecnia aplicada en los sistemas de salud.

PONENCIAS EN CONGRESOS

NOMBRE DE LA PONENCIA	FECHA	DISCIPLINA
Percepción acerca del bienestar: las diferencias por género en México.	01/01/2016	
Marketing y moda	01/01/2016	
Mercadotecnia en instituciones de salud: Análisis desde un enfoque de género	01/01/2016	
La vinculación de las instituciones de educación superior con el sector social	2015	
Estudio de la percepción a través de investigación neurofisiológica	2014	

TRABAJOS PUBLICADOS

NOMBRE DEL TRABAJO	SITIO DE PUBLICACIÓN	TIPO DE PUBLICACIÓN	FECHA
"Conocimientos y actitudes hacia la mercadotecnia en	Revista Cubana de Salud Pública, 42(1):115-	Artículo	2016

salud en países de Iberoamérica”.	128.ISSN 0864-3466		
“Actitud hacia la mercadotecnia en salud en países de Iberoamérica”	Revista Horizonte Sanitario, 15(1), enero-abril. ISSN: 1665-3252ISSNe: 2007 7459.	Artículo	2016