

Julio César Montiel Flores

México

Doctor en Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, Magíster en Mercadotecnia y Licenciado en Comunicación Medios Masivos de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Actualmente profesor de tiempo completo e investigador en el Departamento de Finanzas y Administración de la División de Ciencias Sociales y Administrativas en la Universidad de Guanajuato, Campus Celaya – Salvatierra. Académico registrado en el Programa de Estímulo Docente de la Universidad de Guanajuato. Miembro del núcleo académico básico de la Maestría en Ciencias en Desarrollo Estratégico y Agronegocios. Coordinador general del Foro Internacional de Investigación en la Universidad de Guanajuato.

Sus líneas de trabajo investigativo contemplan la mercadotecnia aplicada al turismo, medios publicitarios digitales, comercio electrónico. Otra gran área de trabajo es la educación a distancia, e-learning y TIC. Un tercer campo de trabajo son los procesos interculturales e identitarios y las prácticas organizacionales. Pertenece a la Alianza de Investigadores Internacionales ALININ y al cuerpo académico de bioeconomía y biodesarrollo en las organizaciones y políticas públicas.

Entre su experiencia profesional cuenta con 12 años de trabajo en investigación de mercados y mercadeo electrónico de productos de información estadística e informática, con el gobierno Federal Mexicano. Desarrollo de procesos formativos virtuales para la Secretaría de Comunicaciones y Transportes del gobierno mexicano. Miembro del núcleo académico básico de la maestría en administración con énfasis en mercadotecnia. Coordinación de la Licenciatura en Mercadotecnia. Docencia en el programa de Licenciatura en Mercadotecnia y Maestría en Administración con énfasis en mercadotecnia.

Adicionalmente, fue asesor del gobierno cubano en estrategias web. Docente con más de 20 años de experiencia en licenciatura, maestría y doctorado en Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad del Valle de México, campus Aguascalientes, Universidad Interamericana para el Desarrollo, Universidad Cuauhtémoc campus Aguascalientes, Universidad de Guanajuato. Coordinador de la licenciatura en mercadotecnia en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California, campus Tijuana donde obtuvo el perfil deseable

Organizan

PRODEP y miembro del Cuerpo Académico Estudios Multidisciplinarios de las Ciencias Sociales y Administrativas

Conferencista internacional en diversas instituciones de educación superior en Latinoamérica en temáticas de mercadotecnia especializada. Es autor de diversas publicaciones de alto impacto científico, experto en mercadotecnia y desarrollo empresarial tecnológico. Algunas de sus publicaciones más recientes en coautoría son: Aprendiendo a cooperar en el turismo gastronómico de Tijuana, 2018; Las prácticas de promoción digital de las vinícolas en el Valle de Guadalupe, B.C., México y su contribución en la construcción de la marca destino, una perspectiva desde las ciencias sociales y administrativas, 2017; Reflexiones en torno al problema de la visibilidad de las diferencias socioculturales en la educación, 2017; El migrante nacional y la construcción de la identidad cultural tijuanaense a través de Facebook, 2016; Estrategias publicitarias en línea utilizada por la oferta de turismo médico plástico y estético: El caso de Tijuana, Baja California, México, 2015; Marketing sensorial, estrategia para potenciar el enoturismo en el Valle De Guadalupe, Baja California, México, 2015. Autor del libro: Diversidad sociocultural y su atención en la práctica educativa en línea: caso de estudio del diplomado de educación a distancia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA), 2016. Director de trabajos de grado de maestría y doctorado, participante de la mesa de trabajo “Proyecto Nacional Perfiles de la Industria de Software” organizada por la Asociación Nacional de Instituciones de Educación en Tecnologías de la Información, ANIEI, A.C., Villahermosa, Tabasco, certificación Barreras de Mercado Acceso Global y Regulatorio, IMPORT – EXPORT custom – complaint, Marketing Intelligence, Inteligencia de Mercados ITC, International Trade Centre/ UNCTAD /WTO.

Organizan

