

## Plantilla de asesores de Tesis



**Ana Violeta Bonilla Ramírez**

**Maestría en Administración**

**ana.bonilla@lasalle.mx**

### Área(s) del conocimiento:

- Branding
- Comunicación Integrada de Mercadotecnia
- Mercadotecnia Internacional
- Mercadotecnia
- Plan de Negocios
- Emprendimiento

### Formación Académica

- **Grado académico Obtenido: Especialidad en Estrategia y política empresarial**  
**Nombre de Universidad:** ITESM-CEM  
**Número de cédula:**  
**Fecha de obtención del grado:** Septiembre 2005
- **Grado académico Obtenido: Maestría en Administración**  
**Nombre de Universidad:** ITESM-CEM  
**Número de cédula:** 5467720  
**Fecha de obtención del grado:** Septiembre 2005
- **Grado académico Obtenido: Especialidad en Negocios Internacionales**  
**Nombre de Universidad:** ITESM-CEM  
**Número de cédula:**  
**Fecha de obtención del grado:** Diciembre 1999
- **Grado académico Obtenido: Licenciatura en Mercadotecnia**  
**Nombre de Universidad:** ITESM-CEM  
**Número de cédula:** 3292646  
**Fecha de obtención del grado:** Diciembre 1999

## Experiencia profesional

- **Universidad La Salle México**

**Puesto, Fecha:** Jefa de Carrera de Mercadotecnia 2018 a la fecha

**Principales actividades:** Manejo de planta docente y alumnos de la carrera de Mercadotecnia.

- **Manufacturas Pima S.A. de C.V.**

**Puesto, Fecha:** Directora de Mercadotecnia 2013 a la fecha

**Principales actividades:** Desarrollar y manejar la marca, su comunicación, promoción y venta.

- **Universidad La Salle México**

**Puesto, Fecha:** Docente 2009 a la fecha

**Principales actividades:** Materias de Mercadotecnia, Negocios Internacionales y Emprendimiento para las licenciaturas en Mercadotecnia, Negocios Internacionales y Administración. Para la Maestría MIEX (Master in International Management), Maestría en Administración, Maestría en Administración de Organizaciones de la Salud, Especialidad en Mercadotecnia y Publicidad, Especialidad en Desarrollo de Emprendedores y Negocios.

- **Centro Bancomext / Módulo de Orientación al Exportador, Secretaría de Economía.**

**Puesto, Fecha:** Jefe de Área 2004 a 2007

**Principales actividades:** Orientar y asesorar a los empresarios mexicanos que buscan exportar o hacer negocios internacionales. Organizar foros informativos y proyectos de colaboración entre alumnos y empresas hacia la exportación y promoción de los negocios internacionales.

- **ProMéxico-Bancomext en Singapur**

**Puesto, Fecha:** Asesor Regional 2000 a 2001

**Principales actividades:** Orientar y asesorar a los empresarios mexicanos que buscan exportar o hacer negocios con el sudeste Asiático y Oceanía. Desarrollar perfiles de mercado en la región del Sudeste Asiático y Oceanía.

- **AKJ Foro de Transferencia Tecnológica Automotriz Alemania-México**

**Puesto, Fecha:** Coordinadora 2002 a 2004

**Principales actividades:** Facilitar los conocimientos necesarios, contactos y acercamiento a fondeo para lograr la transferencia de tecnología automotriz de Alemania a México a través de institutos de investigación alemanes y la colaboración con universidades mexicanas.

### Experiencia académica

Institución	Asignaturas impartidas
Universidad La Salle México	COMUNICACIÓN INTEGRAL DE LA MERCADOTECNIA ACCIÓN GERENCIAL BUSINESS INTERACTIONS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL TENDENCIAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE MERCADOTECNIA INTERNACIONAL MERCADOTECNIA INTERNACIONAL Y MULTICULTURAL TALLER DE PROMOCIÓN Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL MERCADOTECNIA DE SERVICIOS PUBLICIDAD EN MEDIOS PUBLICIDAD Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR MERCADOTECNIA INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS Y ESTRATEGIA DE PRECIOS MERCADOTECNIA DE NEGOCIOS CURSO DE ENSEÑANZA DE MATERIAS PARA IMPARTIRSE EN INGLÉS (CEMPI) PLANEACIÓN ESTRATÉGICA E INVESTIGACIÓN DE MARKETING
ITESM-CEM	EMPRESAS Y NEGOCIOS EN EL MUNDO DESARROLLO DE EMPRENDEDORES NEGOCIACIONES INTERNACIONALES DOING BUSINESS ABROAD MEXICAN CULTURE
Alliant International University	MANAGERIAL MARKETING E-BUSINESS INTERNATIONAL MARKETING CONSUMER BEHAVIOR GLOBAL MARKETING SUSTAINABLE MARKETING MARKETING COMMUNICATION
Universidad de Las Américas	EL MERCADO GLOBAL Y LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL (MÓDULO DE DIPLOMADO)

### Ponencias en congresos

Últimas tres ponencias	Fecha	Área del Conocimiento

### PUBLICACIONES

Publicaciones	Sitio de Publicación	Tipo de Publicación	FECHA
¿Cuál es nuestra diferenciación de marca? Por Ana Bonilla	PORTAL Perfil Emprendedor	Artículo	JULIO 2015
¿Cambiarán los líderes de la Economía Global?. La Visión Económica del ITESM-CEM por Ana V. Bonilla Ramírez.	Periódico Economista	Artículo	Lunes 2 de abril del 2007
Cercanía, un Activo Global. La Visión Económica del ITESM-CEM por Ana V. Bonilla Ramírez.	Periódico Economista	Artículo	Jueves 8 de febrero del 2007
Mercado Hispano, ¿Mercado Conocido?. La Visión Económica del ITESM-CEM por Ana V. Bonilla Ramírez.	Periódico Economista	Artículo	Jueves 4 de enero del 2007
Alianzas Estratégicas, Motor de Competitividad. La Visión Económica del ITESM-CEM por Ana V. Bonilla Ramírez.	Periódico Economista	Artículo	Jueves 14 de diciembre del 2006.