



Alfonso Manuel Aguilar Guevara

Área de conocimiento: Ética en los negocios

Contacto: aaguilar@fca.unam.mx



NIVEL ACADÉMICO

- | | |
|--------|---|
| 2017 | Doctor en Pedagogía |
| México | <i>Universidad Nacional Autónoma de México</i> |
| 2012 | Maestro en Alta Dirección en Comunicación y Publicidad |
| México | <i>Centro Universitario de Comunicación</i> |
| 2009 | Licenciado en Ciencias de la Comunicación |
| México | <i>Universidad del Valle de México</i> |

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- | | |
|-------------|--|
| 2019 - 2020 | Universidad Latina |
| México | Director |
| 2013 - 2017 | Centro de Diseño, Cine y Televisión |
| México | Coordinador de Asignatura |

EXPERIENCIA ACADÉMICA

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	ASIGNATURA(S) IMPARTIDA(S)
Facultad de Contaduría y Administración, UNAM	<ul style="list-style-type: none">• Teoría del Conocimiento• Ética en las Organizaciones• Principios y Técnicas de la Investigación• Comunicación y Expresión Escrita en las Organizaciones• Responsabilidad Social y Empresarial.
Universidad La Salle	<ul style="list-style-type: none">• Teoría de la Comunicación• Seminario de Investigación• Gestión de la Comunicación• Comunicación y Posmodernidad• Análisis de la Información• Estudios de Mercados• Plan de Mercadotecnia.
Instituto Cultural Helénico	<ul style="list-style-type: none">• Semiótica del Arte• Seminario de Investigación

PONENCIAS EN CONGRESOS

NOMBRE DE LA PONENCIA	FECHA	DISCIPLINA
Marketing Digital	30/09/2022	Tecnologías de la Información e Investigación
De los millennials a los centennials y cómo comunicarnos con ellos	27/10/2021	Investigación y Ética
Semiótica pragmática, una mirada otra	28/10/2015	Semiótica y lingüística

TRABAJOS PUBLICADOS

NOMBRE DEL TRABAJO	SITIO DE PUBLICACIÓN	TIPO DE PUBLICACIÓN	FECHA
Narrativa Transmedia, ¿3.0? Nuevas ideas para antiguos conceptos	Revista Mediaciones CCH	Divulgación	2020
Más videns y menos locuens: el reto de diseñar investigaciones de mercado	Emprendedores	Divulgación	2019
Sobre el diseño de la comunicación de los diseños	Revista Economía Creativa	Investigación	2014