

Carlos Chávez Solís

Profesor Decano

Grados académicos

- Máster en Dirección de Empresas, Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE).
- Licenciatura en Ingeniería Química, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Otros estudios:

- Colloquium on Participant-Centered Learning, Harvard Business School, 2008.
- Strategic Marketing Management Program, Harvard Business School, 1992.

Experiencia directiva

- Director de mercadotecnia, planeación y publicidad, Banco del Atlántico.
- Director General Adjunto de Banca de Consumo, Banco del Atlántico.
- Director General Adjunto, Banca Cremi.
- Ha realizado consultorías en diversas empresas entre las que se encuentran: Aceros Camesa, Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, Atún Tuny Grupo Marindustrias, Avantel, Bancomer, Carl's Jr. Hamburguesas, Cementos Apasco, Domino's Pizza, Grupo Alsea, GNC Tiendas de Nutrición, Hielo Fiesta, Ingersol Rand, Joyerías Bizarro, Laboratorios Médicos Chopo, Laboratorios Pisa, Leche Boreal, Mexinox, Praxair, TSS, Prendalana Casas de empeño, Seguros BBVA Bancomer, Volkswagen de México, Leche San Marcos, Gelatinas D'GARI, Burger King, Coca Cola Femsa, SportCity, Laboratorios GSK, Ilusión, Peñaranda, Sanofi, Citrujugo, Fandeli, Banamex, Farmacias San Pablo, Grupo Cristal Joyas, Casas Quma y Pilgrims.
- Miembro del Consejo de Administración de varias empresas.

Anteriormente:

- Director de Programas Especiales, IPADE.
- Director del Programa de Alta Dirección (AD-2), IPADE, 2008-2009.
- Director del Programa de Alta Dirección (AD), IPADE, 2006-2008.
- Director del Máster en Dirección de Empresas, IPADE, 1999-2006.

Actividades profesionales

- Conferenciante invitado en diversas escuelas de negocios.
- Jurado e integrante del Comité del Premio EFFIE, a la Efectividad Publicitaria de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad AMAP.
- Socio Fundador de la firma de consultoría de STF Marketing.

Áreas de interés

- Marketing
- Estrategia comercial
- Ventas
- Relaciones públicas
- Publicidad
- Construcción de marca
- Investigación de mercado
- Satisfacción de clientes
- Promoción en Internet