



Silvia Cacho-Elizondo

Profesora del Área de Comercialización

Grados académicos

- Doctorado en Ciencias de la Administración, especialidad Marketing, HEC Paris, Francia.
- Maestría en Ciencias, especialidad Mercadotecnia y Estrategia, Université Paris-IX Dauphine, Francia.
- Máster en Dirección de Empresas, Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE).
- Maestría en Administración de la Tecnología, University of Sussex, Inglaterra.
- Licenciatura en Ingeniería en Sistemas Electrónicos, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), campus Monterrey, México.

Otros estudios:

- Programa de intercambio académico, especialidad *Marketing*, HEC Paris, Francia.
- Diplomados en Mercadotecnia y Comercio Internacional, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), campus Morelos, México.

Experiencia directiva

- Miembro del Consejo de *e-Medicis*, *start-up* especializada en servicios de salud a distancia, Francia.
- Gerente asistente de marca, Procter & Gamble, México.
- Jefe de proyecto, Sistemas, Informática y Control S.A., México.
- Socia-fundadora de *Bocach* (venta de accesorios y servicios informáticos), México.

Actividades profesionales

- Profesora-Investigadora en la European Business School (EBS), París, Francia.
- Profesora-Investigadora en el Institut Supérieur de Commerce (ISC), París, Francia.
- Profesora en diversas universidades francesas: HEC Paris, EDC, EAP-Groupe ESCP, ACI-NEGOCIA, ISCID, EPSCI-Groupe ESSEC, ESCE.
- Profesora invitada: Universidad de Deusto, San Sebastián, España; Universidad de León, España.
- Profesora de planta, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), campus Morelos, México.
- Ingeniero-Investigador en el Instituto de Investigaciones Eléctricas (IIE), México.
- Acreditación como *Maitre de Conférence*, Francia.

- Miembro: GREGHEC (Laboratorio del CNRS al interior de HEC Paris); AFM (*Association Française de Marketing*); EMAC (*European Marketing Association*); ACR (*Association for Consumer Research*).

Áreas de interés

- Comportamiento del consumidor
- Estrategia relacional de marcas
- Innovación y administración de la tecnología
- *Marketing* de servicios
- Desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial