

# Mtro. Ricardo Verján Quiñones



Correo: ricardoverjan@uabc.edu.mx

## Formación Académica

2004 Maestría en Mercadotecnia Universidad Autónoma de Aguascalientes

1990 Lic. en Turismo Universidad Autónoma de Baja California

## Reconocimientos

Periodo Reconocimientos

## Cuerpo Académico

### “Las Organizaciones y su entorno” CONSOLIDADO

## Experiencia laboral

- Asesor técnico pedagógico 1997-2002.
- Coordinador de actividades recreativas 1994-1997.
- Coordinador de campamentos XXIV zona escolar 2001-2003.
- Profesor de asignatura en la Lic. en Turismo de UABC 1991-2001.
- Consejero del Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana 2006-2007.
- Subdirector de la FTYM de 2004-2006.
- Director provisional de la FTYM de 2006-2007.
- Asesor de mercadotecnia en Fusion Marketing Solutions 2002-2005.
- Profesor investigador en la FTYM de la UABC desde 2010 a la fecha.
- Consejero del Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana 2011 a la fecha.
- Organizador del Congreso Internacional de Nuevas Tendencias Turísticas con énfasis en Turismo Gastronómico realizado en World Trade Center Tijuana los días 16 y 17 de octubre de 2013.
- Organizador del Congreso Internacional de Nuevas Tendencias Turísticas con énfasis en Turismo Deportivo realizado en World Trade Center Tijuana en noviembre de 2014.
- Director de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia del 10 de junio de 2011 a la fecha.

---

## Publicaciones

- MEMORIA EN EXTENSO "Impacto de los sistemas de información y tecnologías de información (SI/TIC) en la promoción y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas turísticas" Presentado en le VI Congreso Internacional Virtual de Educación CIVE 2006, en Universidad de las Islas Baleares en Palma de Mallorca, España
- MEMORIA EN EXTENSO "Development of Camping Facilities in the Rural Area of Ensenada, Baja California, México: An Alternative Activity for Sustainable Tourism" publicada en Proceedings of the IASK International Conference, Advances in Tourism Research 2008, en Aveiro, Portugal.
- MEMORIA EN EXTENSO "Diagnóstico Estratégico de los pequeños y medianos restaurantes de la ciudad de Tijuana, B. C. México. Publicado en el II Congreso Virtual Latinoamericano de Competitividad de Empresas y Destinos Turísticos "MYPIMES Turísticas y hoteleras: Presente y Futuros" Organizado por la OEA en Buenos Aires, Argentina.
- MEMORIA EN EXTENSO: Diagnóstico estratégico de los Pequeños y Medianos Restaurantes de la Ciudad de Tijuana, B.C., México Sector de Impacto para el Desarrollo de la Ciudad. Publicado en Program and Proceedings Volume 3, Number 2, San José Costa Rica, dentro de The Global Conference on Business and Finance del Institute for Business and Finance Research IBFR, Mayo 2008.
- MEMORIA EN EXTENSO: Indicadores de Competitividad Generados por los sistemas de Información que aplica el sector bancario. Publicado en Program and Proceedings Volume 3, Number 2, San José Costa Rica, dentro de The Global Conference on Business and Finance del Institute for Business and Finance Research IBFR, Mayo 2008.
- CAPITULO DE LIBRO: Consideraciones entorno a la viabilidad del turismo rural sustentable para comunidades localizadas en el municipio de Ensenada, Baja California, en el libro Experiencias Universitarias de Acercamiento e involucramiento con las Organizaciones, publicado por el CA: Las Organizaciones y su Entorno, la Facultad de Turismo y Mercadotecnia y la UABC, diciembre 2008.
- MEMORIA EN EXTENSO: "Variables que afectan a las micro y pequeñas empresas de curiosidades y artesanías en la zona metropolitana de Tijuana, Baja California" ponencia presentada en el Coloquio Internacional Cátedra Patrimonial en Turismo "Sergio Molina" en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, en Chihuahua, México. Mayo de 2009.
- MEMORIA EN EXTENSO: "Incidencias de un programa de servicio social en la formación de los potenciales a egresar. Caso de estudio: Facultad de Turismo y Mercadotecnia, UABC. Publicado en el marco del 9º Congreso Internacional "Retos y expectativas del a Universidad: A diez años de la declaración de París" realizado en el Instituto Politécnico Nacional en junio de 2009.
- CAPITULO DE LIBRO: "La fijación del precio en un entorno competitivo" en el libro "Mercadotecnia y sociedad de consumo" publicado Editorial Fontamara y Colección Argumentos. Universidad Autónoma de Campeche, 2010.
- MEMORIA EN EXTENSO: "El marketing social como estrategia de desarrollo empresarial responsable. Una primera aproximación". Publicado en el marco del Primer Congreso Internacional de Cuerpos Académicos "Investigación e Innovación en las Ciencias Económico Administrativas" Realizado en la Universidad Autónoma de Tlaxcala, Tlax., 2010.
- CAPITULO DE LIBRO: "Las variables que inciden en la mercadotecnia de servicios turísticos" en el libro "La mercadotecnia en las organizaciones" publicado por el CA Las Organizaciones y su Entorno de la UABC, 2010.

- 
- CAPITULO DE LIBRO: "Community-based tourism and the development of local small business in rural Baja California, México" en el libro "The Sustainable World" publicado por Wessex Institute of Technology, (WIT Press) Southampton, Inglaterra.
  - MEMORIA EN EXTENSO: "Promotion as Marketing Strategy to improve the Tourism Sector: A case study in Mexico", publicada en Proceedings of the IASK International Conference Global Management 2010, Oviedo, España.
  - CAPITULO DE LIBRO: "Estrategias competitivas del sector restaurantero en el Valle de Guadalupe para desarrollarse como producto turístico bajacaliforniano" en el libro "Memorias 2ª. Cátedra Patrimonial en Turismo Sergio Molina" publicado por el Instituto de Ciencias Sociales y Administración de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Cd. Juárez, Chih. 2010.
  - CAPITULO DE LIBRO: "Reflexiones teórico conceptuales del turismo enológico aplicables a la región vitivinícola de Baja California" en el libro "Memorias 2ª. Cátedra Patrimonial en Turismo Sergio Molina" publicado por el Instituto de Ciencias Sociales y Administración de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Cd. Juárez, Chih. 2010.
  - ARTICULO ARBITRADO "Aproximaciones al turismo enológico y sus estrategias de mercadotecnia en México" en la revista Gestión Turística editada por la Universidad Austral del Chile "Conocimiento y Naturaleza", 2011.
  - CAPITULO DE LIBRO: "Planteamiento y estrategia mercadológica asociada al turismo enológico, caso: Ruta del Vino en Baja California" en el libro Competitividad, Innovación e Imaginario en el Tejido Socioeconómico. Una aproximación teórico-metodológica en turismo, publicado por la UNAM y editorial GASCA 2011.
  - CAPITULO DE LIBRO: "Aproximación al modelo discriminante de la percepción de seguridad turística. El caso de Baja California" en el libro Lo Glocal y el Turismo. Nuevos paradigmas de interpretación, publicado por la Academia Mexicana de Investigación Turística y la Universidad de Guadalajara 2012.
  - MEMORIA: "Análisis del eslogan publicitario como recurso para el posicionamiento de marca en alimentos industrializados, desde la teoría del discurso" publicado en Global Conference on Business and Finance Proceedings Volumen 9 Número 2 ISSN 1941-9589. Costa Rica 2014
  - ARTÍCULO ARBITRADO INDEXADO "Valoración de atributos culturales e históricos en la imagen promocional de la ciudad de Tijuana como destino turístico" publicado en El Periplo Sustentable de la Universidad Autónoma del Estado de México. Año 15, No. 28. ISSN1870-9036.
  - ARTÍCULO ARBITRADO INDEXADO "El Comportamiento del consumidor de internet bajo el modelo psicológico de Veblen" Publicado en Revista Global de Negocios Volumen 3 Número 5, 2015. ISSN 2328-4641

## **Proyectos de Investigación**

El campismo y el turismo rural.

---

## **Dirección de tesis.**

- Director del trabajo terminal de Virginia Ortega Alderete para obtener el grado de Maestría en Administración con Énfasis en Mercadotecnia con el tema "Plan de mercadotecnia para la empresa Uniformes y Promocionales Internacionales para el sector restauranero de la ciudad de Tijuana" presentado en abril de 2011.
- Director de tesis de Luis Rubén Núñez Vargas con el tema "El sector restauranero de Tijuana. Oportunidades de fortalecimiento a partir del análisis del perfil del consumidor de eventos gastronómicos en la ciudad" Presentada en mayo de 2014.
- Director de tesis de César Daniel Ortega Escalante con el tema "El posicionamiento de marca en alimentos industrializados desde su eslogan publicitario: Análisis a partir de la Teoría del discurso" presentada en junio de 2015.
- Director de trabajo terminal de Mariana Morales Alvarez con el tema "Elaboración de la marca personal como herramienta aplicada al automarketing" presentada en junio de 2015.