



Universidad de la Integración de las Américas

FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMIPRESENCIAL

EJES ACTIVIDAD DE INVESTIGACIÓN

CARRERA DE MARKETING

N°	Áreas del Saber	Descripción	Líneas de Investigación
1	Comportamiento del Consumidor	<ul style="list-style-type: none">▪ Orientada al estudio de la optimización de la gestión a través del logro de mejoras en la efectividad de las acciones de marketing, en el análisis de la propia naturaleza del consumo y sus efectos sobre el bienestar humano y de la sociedad en general.▪ Buscará generar respuestas concretas y oportunas a la problemática vinculada al Comportamiento del Consumidor.	<ul style="list-style-type: none">▪ La publicidad y el comportamiento del consumidor.▪ El papel del consumo y su efecto en la organización.▪ Estudios cross-culturales.▪ Efecto del diseño de la página Web en el consumidor.
2	Distribución Comercial	<ul style="list-style-type: none">▪ Orientada al estudio de las estrategias de la distribución, así como de las relaciones en el canal, la distribución física y operadores logísticos.▪ Buscará generar respuestas concretas y oportunas a la problemática vinculada a la Distribución Comercial.	<ul style="list-style-type: none">▪ Orientación al mercado de la distribución comercial.▪ Estrategias multicanal.▪ Factores de éxito de las estrategias de distribución comercial.▪ Cadena de valor en el canal de distribución.▪ Valor logístico.
3	Comunicación y Nuevas Tecnologías	<ul style="list-style-type: none">▪ Orientada al estudio de los procesos de comunicación de marketing en entornos reales y virtuales.▪ Buscará generar respuestas concretas y oportunas a la problemática vinculada a la Comunicación y Nuevas Tecnologías en el Marketing.	<ul style="list-style-type: none">▪ Estrategias de comunicación publicitaria y de relaciones públicas dirigidas a las personas mayores.▪ La Comunicación y el Marketing dirigido a los niños▪ Nuevas tendencias de comunicación, publicidad y cultura digital.▪ Comunicación y nuevas tecnologías en Marketing.
4	Aplicaciones Sectoriales del Marketing	<ul style="list-style-type: none">▪ Orientada al estudio de las exploraciones existentes en el Marketing con relación a su aplicación a ámbitos concretos que requieren acercamientos específicos.▪ Buscará generar respuestas concretas y oportunas a la problemática vinculada a la aplicación Sectorial del Marketing.	<ul style="list-style-type: none">▪ Gestión de Marketing de las organizaciones públicas.▪ Gestión de Marketing de las organizaciones no lucrativas.▪ Gestión de Marketing de las organizaciones con fines de lucro.▪ Gestión de Marketing Social y Político.
5	Marketing Internacional	<ul style="list-style-type: none">▪ Orientada al estudio del comportamiento de las empresas que operan en el mercado internacional.▪ Buscará generar respuestas concretas y oportunas a la problemática vinculada al Marketing Internacional.	<ul style="list-style-type: none">▪ Análisis del entorno competitivo en el mercado internacional.▪ Estudio de posibles barreras y estímulos de la internacionalización de una empresa o producto.▪ Nuevas tecnologías en la operatoria internacional.▪ Proceso de internacionalización de la empresa.