

**FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMIPRESENCIAL**

**DECANATO**

**RESOLUCIÓN Nº 234/2022**

**POR LA CUAL SE APRUEBAN LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA  
CARRERA DE MARKETING DIGITAL DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN A  
DISTANCIA Y SEMIPRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN  
DE LAS AMÉRICAS (UNIDA)**

Asunción, 25 de noviembre de 2022

**VISTO:** La necesidad de contar con líneas de investigación de la carrera de Marketing Digital de la Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial de la Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA), y;

**CONSIDERANDO:** Que, por el artículo 15 del Reglamento General de la Universidad corresponde al Decano de la Facultad gestionar los aspectos académicos de la misma. –

Que, es fundamental asegurar que las líneas de investigación se encuentren alineadas con los avances y tendencias actuales en el campo de la materia, con el fin de promover una formación integral y actualizada para nuestros estudiantes.

Que, las líneas de investigación contribuirán a fortalecer la calidad y relevancia de la formación brindada en la carrera de Marketing Digital. -----

Que, la construcción de las líneas de investigación se ha llevado a cabo de manera participativa y consultiva, involucrando a la comunidad educativa en la materia. -----

**POR TANTO, LA DECANA DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y SEMIPRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS AMÉRICAS (UNIDA), EN USO DE SUS ATRIBUCIONES,**

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1. APROBAR** las líneas de investigación de la carrera de Marketing Digital de la Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial de la Universidad de la Integración



Misión y Visión  
Res. Nº 29/19

**FILIAL CIUDAD DEL ESTE**  
Avda. del Lago e/ Capitán Acosta  
Teléfono: (061) 504 351


**SEDE ASUNCIÓN**  
Avda. Venezuela 1353 c/ Tte. Insaurralde  
Teléfono: (021) 288 9000

**FILIAL CAMBYRETÁ**  
Ruta 14 c/ Ladislao Casteví  
Teléfono: 0985 394 618

de las Américas (UNIDA), y se encuentran comprendidas en 03 (tres) fojas que forman parte del anexo de la presente resolución. -----

**ARTÍCULO 2. COMUNICAR** a la Oficina de Imagen Institucional y Marketing para su difusión en el Portal Institucional de la UNIDA. -----

**ARTÍCULO 3. REGISTRAR**, comunicar, publicar y archivar. -----



Dra. Yvonne Jacqueline Alarcón Villalobos  
Decana  
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial



**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN UNIVERSITARIA DE LA CARRERA DE  
MARKETING DIGITAL DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y  
SEMIPRESENCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE LA INTEGRACIÓN DE LAS  
AMÉRICAS (UNIDA)**

<b>FACULTAD</b>	Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial (UNIDA)
<b>CARRERA</b>	Marketing Digital
<b>MODALIDAD</b>	A distancia
<b>ÁREA DEL SABER</b>	Ciencias Económicas y Administrativas
<b>LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN</b>	<p><b>Línea de Investigación 1: "Innovación y Tecnologías Digitales en Marketing"</b></p> <p><b>Línea de Investigación 2: "Gestión y Estrategias Empresariales"</b></p> <p><b>Línea de Investigación 3: "Análisis y Toma de Decisiones Financieras"</b></p> <p><b>Línea de Investigación 4: "Desarrollo y Comportamiento del Consumidor"</b></p> <p><b>Línea de Investigación 5: "Emprendimiento e Innovación"</b></p>
<b>OBJETIVOS DE LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN</b>	<p>Los objetivos generales de cada grupo de "Líneas" son los siguientes:</p> <p><b>Línea de Investigación 1: "Innovación y Tecnologías Digitales en Marketing"</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar nuevas tecnologías aplicadas al marketing digital.</li> <li>• Desarrollar estrategias de marketing basadas en herramientas digitales.</li> <li>• Evaluar el impacto de las redes sociales en la promoción de productos y servicios.</li> </ul> <p><b>Línea de Investigación 2: "Gestión y Estrategias Empresariales"</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar modelos de gestión empresarial en la era digital.</li> <li>• Diseñar estrategias empresariales para mejorar la competitividad.</li> <li>• Estudiar la efectividad de diferentes enfoques de liderazgo en organizaciones.</li> </ul>





	<p><b>Línea de Investigación 3: “Análisis y Toma de Decisiones Financieras”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar métodos de análisis financiero para la toma de decisiones empresariales.</li> <li>• Investigar la influencia de la contabilidad financiera en la gestión empresarial.</li> <li>• Desarrollar modelos predictivos para la planificación financiera.</li> </ul> <p><b>Línea de Investigación 4: “Desarrollo y Comportamiento del Consumidor”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar el comportamiento del consumidor en entornos digitales.</li> <li>• Estudiar las tendencias de consumo y sus implicaciones para el marketing.</li> <li>• Investigar la psicología del consumidor y su influencia en las decisiones de compra.</li> </ul> <p><b>Línea de Investigación 5: “Emprendimiento e Innovación”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar las mejores prácticas para el desarrollo de nuevos productos.</li> <li>• Investigar estrategias de emprendimiento en el contexto digital.</li> <li>• Analizar el impacto de la innovación en el éxito empresarial.</li> </ul>
<p><b>ASIGNATURAS REFERIDAS</b></p>	<p><b>Línea de Investigación 1: “Innovación y Tecnologías Digitales en Marketing”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación Oral y Escrita</li> <li>• Introducción a las TIC</li> <li>• Marketing</li> <li>• Gestión Comunicacional</li> <li>• Canales de Distribución</li> <li>• Estrategias de Marketing</li> <li>• Gerencia de Productos y Marca</li> <li>• Marketing Internacional</li> <li>• Marketing Estratégico</li> </ul> <p><b>Línea de Investigación 2: “Gestión y Estrategias Empresariales”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de los Costos</li> <li>• Plan de Marketing</li> <li>• Gerencia de Ventas</li> <li>• Gestión de Proyectos y Calidad</li> <li>• Gerencia Administrativa y de Proyectos</li> <li>• Administración Financiera</li> <li>• Liderazgo Empresarial</li> </ul>

