



MANAGEMENT
& MARKETING

Grupo de Investigación Management and Marketing (m&m)

COL0190203

Universidad Nacional de Colombia

Facultad de Ciencias Económicas

Sede Bogotá

Descripción

Inicio: enero 2016

**Categoría declarada por resultados preliminares de medición de Colciencias:
B**

Disciplinas en el grupo: ingeniería administrativa, estadística, psicología, antropología, ingeniería, y sociología.

Miembros de: Academy of Marketing Science, American Marketing Association, Asociación Iberoamericana de Marketing. World Federation Future studies, Red de estudios organizacionales de Colombia REOC.

Relaciones Internacionales: Cardiff University (Gales), Universidad de Barcelona (España), Pontificia Universidad Católica de Paraná (Brasil), Instituto Politécnico Nacional, UNAM y Universidad Panamericana (México) y Universidad de San Martín de Porres (Perú).

Propósito e intereses

Generar conocimiento sobre los mecanismos adecuados para la gestión en organizaciones en los siguientes aspectos: Branding, CJ -Cex, Marketing Social, Marketing Interno, siendo nuestros ámbitos preferidos la tecnología, las Pymes, el Turismo, la agroindustria y la educación superior. Aportes:

- **Métodos nuevos y tradicionales**
- **La literatura**
- **Las políticas organizacionales y las públicas**

Integrantes: Director(es) - Investigadores

(Co) Directores

- Sandra Patricia Rojas-Berrio
- Luz Alexandra Montoya Restrepo
- Iván Alonso Montoya Restrepo

Inv. Externos

- Abel Eduardo Uribe Arévalo
- Aura Janeth Uribe Arévalo

Doctorandos

- Oscar Javier Robayo Pinzón
- Paola Andrea Ortiz Rendon
- Juan Esteban Hernández Betancur
- Andrea Karolina Bohorquez Torres

Doctores Formados

- Jhoany Alejandro Valencia Arias
- Jairo Antonio Rodas Areiza

Maestranter

- Fanny Angelica Torres Aya (tesis sustentada)
- Esperanza Trujillo (TF aprobado)
- Vanessa Andrea Roncancio Mateus
- Leidy Viviana González González
- Marlin Luz Barcenas Yaima
- Diana Libia Ciro Romero
- Fabián Andrés Reyes Rueda

Pregrado (Coordinadores Semillero de Investigación-30)

- Laura Daniela Ortiz Pineda
- Fabian Humberto Sánchez Sánchez
- Jeisson Leonardo Rincón Novoa

Proyectos: en ejecución y/o finalizados

Hermes:

- Investigación en estrategias de Marketing: Gestión de Marca, love mark y neuromarketing
- Factores de la gestión de mercadeo que inhiben o facilitan la internacionalización del turismo.
- Posturas conceptuales, teóricas y metodológicas para la intersección entre las temáticas Paisaje Urbano Histórico y Turismo.
- Marketing simbiótico
- Prospectiva y estudios de futuro.
- Metáforas biológicas aplicadas a las organizaciones

Doctorales

- Consumer Behaviour Analysis Applied to Mobile Marketing
- Aplicación de Big Data para el descubrimiento de Patrones de Compra
- Internacionalización de IES desde la perspectiva del Marketing Educativo

Maestría

- Evaluación de la calidad percibida del servicio bibliotecario
- Importancia relativa de la Responsabilidad Social y Ambiental, en la intención de compra de los consumidores en la ciudad de Bogotá
- Evaluación de la relación entre la calidad percibida, la estética percibida y la intención de compra para frutas y verduras con imperfecciones superficiales

Pregrado

- Razones por las que los turistas bogotanos no eligen al Parque Arqueológico Teyuna como destino turístico
- Customer Journey Nemocón y Mina Zipaquirá
- Plan de Marketing para el Programa de Educación Continua de la Facultad de Artes

Algunas publicaciones destacadas

- The Colombian electronic consumer: analysis of the leading factors of e-commerce use" . **International Journal of Electronic Marketing and Retailing** ISSN: 1741-1033 v.10 fasc.3 p.283 – 308, 2019, DOI:
- Buying behaviour and symbolic consumption of food and alcoholic beverages among people with religious affiliations in Bogota, Colombia. **International Journal of Consumer Studies** ISSN: 1470-6431, **2018** vol:42 fasc: 6 págs: 599 - 612, DOI:10.1111/ijcs.12475
- Asociación entre motivaciones extrínsecas e intrínsecas y decisión de compra en productos de lujo en Colombia. **Revista de Ciencias Sociales** ISSN: 1315-9518, 2018 vol:24 fasc: 3 págs: 50 – 61
- Moderating effect of socioeconomic factors and educational level on electronic purchasing in Colombia. **Tekhne** ISSN: 1692-8407, 2017 vol:15 fasc: 1 págs: 26 – 34,



MANAGEMENT
& MARKETING

Contáctenos

gimarketing_bog@unal.edu.co

lamontoyar@unal.edu.co