

Grupo de Investigación en Mercadeo y Publicidad, Gimpu

Reconocido Institucionalmente

Productos académicos

Artículos

- ISSN 0123-5818. Ícaro Boletín. El mercadeo público, una estrategia gerencial. Ana Milena Álvarez. Escuela Militar de Aviación Marco Fidel Suárez. Vol. XIV, No. 1. Cali, julio de 2010. Pág. 7-12.
- ISSN 1990-365X. Estadísticas Oficiales. Estudio de los factores que impactan la satisfacción de los estudiantes en las instituciones de educación superior. Madeline Melchor. Juan José Bravo (Universidad del Valle). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, julio de 2009.
- ISSN 2145-471X. El Poder del Marketing. Los planes de negocios internacionales, una realidad en Colombia. Rafael Muñoz. Universidad Autónoma de Occidente. No. 4. Cali, septiembre de 2009.
- ISSN 2145-471X. El Poder del Marketing. Pagar un "precio" para los consumidores significa recibir atributos convertidos en beneficios reales. Ángela Beltrán. Universidad Autónoma de Occidente. No. 3. Cali, agosto de 2009.
- ISSN 2145-471X. El Poder del Marketing. Proceso de contratación de fletes internacionales en Colombia. Rafael Muñoz. Universidad Autónoma de Occidente. No. 1. Cali, marzo de 2009.
- ISSN 2145-471X. El Poder del Marketing. Del top of mind al top of heart y del top of hand al top of tongue; principios del posicionamiento de las marcas en la era digital. Santiago Roldán. Universidad Autónoma de Occidente. No. 4. Cali, septiembre de 2009.
- ISSN 2145-471X. El Poder del Marketing. Factores claves de éxito de una estrategia de negocios en Internet. Santiago Roldán. Universidad Autónoma de Occidente. No. 1. Cali, marzo de 2009.
- ISSN 2145-471X. El Poder del Marketing. La estrategia de las 7 ces. Santiago Roldán. Universidad Autónoma de Occidente. No. 2. Cali, mayo de 2009.
- ISSN 2145-471X. El Poder del Marketing. Matrices de valoración de una estrategia en Internet. Santiago Roldán. Universidad Autónoma de Occidente. No. 3. Cali, agosto de 2009.
- ISSN 2145-471X. El Poder del Marketing. El abc del cliente. Alfredo Beltrán. Universidad Autónoma de Occidente. No. 4. Cali, septiembre de 2009.
- ISSN 0123-5818. Ícaro Boletín. La quinta disciplina en las organizaciones. Ana Milena Álvarez. Héctor Becquer Paz (Universidad Santiago de Cali). Escuela Militar de Aviación Marco Fidel Suárez. No. 14. Cali, julio de 2009. Pág. 5-10.
- ISSN 0123-5818. Ícaro Boletín. La función social de las organizaciones. Ana Milena Álvarez. Escuela Militar de Aviación Marco Fidel Suárez. Año 10. No. 2. Cali, octubre de 2006. Pág. 14-15.

Libro

- Plan de marketing. Modelo para alcanzar el éxito en el mercado. ISBN 978-958-44-5323-5. Fabio Villegas (Universidad del Valle). Alfredo Beltrán. Cali, mayo de 2009. 71 páginas. Comunicación Impresora Editores.

Ponencias

- La influencia de las redes sociales virtuales como herramienta para las acciones de mercadeo; tendencias de mercadeo de influencia social en Internet. Santiago Roldán. I Congreso Internacional ASPROMER-Orbemarketing. Pontificia Universidad Javeriana, sede Bogotá. Bogotá, abril 13-15 de 2010.

- Tendencias y estilos de vida del estudiante de la UCPR a partir de su consumo cotidiano (marcas y productos) desde sus habitaciones. Paola Andrea Gómez. II Jornada de Mesas de Trabajo de Investigadores en Publicidad. Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, septiembre de 2010.
- El consumo hedonista. Carmen Elisa Lerma. II Jornada de Mesas de Trabajo de Investigadores en Publicidad. Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, septiembre de 2010.
- Estudio de los factores que impactan la satisfacción de los estudiantes en las instituciones de educación superior. Madeline Melchor. Juan José Bravo (Universidad del Valle). 19º Simposio de Estadística 2009. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, julio de 2009.
- Neuromarketing: el nuevo mercado de la experiencia y los sentidos. Alfredo Beltrán. Ier Encuentro Internacional de Neuromarketing. Universidad Rafael Belloso Chacín. Maracaibo, Venezuela, septiembre 26 de 2009.
- La publicidad como agente educativo: modelos de consumo e identidad. Carmen Elisa Lerma. II Jornada de Investigación en Publicidad. Universidad Autónoma de Occidente. Cali, junio de 2009.
- Lectura en Internet y formación de investigadores. Carmen Elisa Lerma. II Encuentro de Lectura y Escritura en la Educación Universitaria. Universidad Autónoma de Occidente. Cali, noviembre 5-7 de 2008.