

Facultad de ciencias socioeconómicas y empresariales
Programa Académico Marketing y Negocios Internacionales por ciclos propedéuticos
Nombre del Semillero: SEI+MARK
Grupo de Investigación: GIMA
Temática(s) o Línea(s) de Investigación: Comportamiento del Consumidor, Marketing estratégico
Misión Fomentar el espíritu investigativo, en espacios académicos donde interactúan estudiantes y docentes dinamizadores con el fin de afianzar metodologías y conceptos en investigación, que permitan llegar a desarrollar nuevos conocimientos en el área del Comportamiento del consumidor, aportando a la comunidad y al sector empresarial informaciones sobre este tema.
Visión Para el 2020 el semillero estudiante SEI+MARK quiere ser reconocido como el líder regional de generación de ideas, conceptos y proyectos en áreas del Comportamiento del Consumidor con soluciones a la problemática empresarial y de las comunidades a nivel regional y nacional.
Objetivo General 1 Estudiar del comportamiento del consumidor y/o usuarios de la ciudad de Bucaramanga a nivel comercial y social
Objetivo General 2 Realizar auditorías de marketing aplicadas a las microempresas del sector calzado, cuero y marroquinería (2015), joyería (2016), Turismo (2017), confección y prendas de vestir (2018) y alimentos y bebidas (2019) de la ciudad de Bucaramanga.
Objetivos Específicos <ul style="list-style-type: none">Realizar una revisión de literatura sistemática

- Conocer las opiniones de los consumidores y/o usuarios mediante una investigación de mercados descriptiva con el fin de explicar cuáles variables tienen influencia en el Comportamiento de estos consumidores así que las costumbres, patrones de conducta y motivaciones (Objetivo general 1)
- Proporcionar apoyo a las microempresas del Clúster de la ciudad de Bucaramanga y del Departamento de Santander mediante Planes y Auditorias de Marketing (Objetivo general 2)
- Analizar los datos obtenidos y convertirlos en informaciones útiles para conocer las tendencias de consumo (Objetivo general 1)
- Analizar los datos obtenidos y convertirlos en informaciones útiles para las microempresas del Clúster de la ciudad de Bucaramanga y del Departamento de Santander (Objetivo general 2)
- Escribir dos artículos de investigación por semestre para ponencia y publicación en revista indexada

Estrategias de Trabajo

- Revisión de literatura enfocando la búsqueda a las bases de datos SCIELO y el motor de búsqueda Google Académico y entrega de síntesis
- Determinación de la muestra que representa la población objetiva
- Redacción de una encuesta
- Aplicación de la encuesta al público objetivo
- Realización de un taller para clasificar tabulaciones, tratar y analizar los datos con el objetivo de obtener informaciones valiosas para cada pregunta de la encuesta
- Realización de dos borradores de artículo, socialización y discusión

Nombre del Dinamizador

Cyril Castex

Identificación

C.E. 341.723

Nivel de Formación Académica

Magister en Marketing

Teléfono

301.694.52.98

Email

cgerard@correo.uts.edu.co

Principales Proyectos de Investigación en los cuales trabaja el semillero actualmente:

Proyecto 1: Estudio del comportamiento del consumidor de joyas producidas y distribuidas por las microempresarios de Bucaramanga

Proyecto 2: Estudio diagnóstico de la cultura uteista a nivel del cuidado del medio ambiente y de la gestión de desechos.

TÍTULO DE LOS PROYECTOS SEMILLERO

Proyecto 1: Auditoría de marketing aplicada a las microempresas del sector cuero, calzado y marroquinería de la ciudad de Bucaramanga

Proyecto 2: Diagnóstico del potencial de comercialización del ecoturismo en el departamento de santander

TÍTULO DE PROYECTO MARCO

Proyecto marco 1: Metodología de formulación y desarrollo de un modelo de gestión en marketing estratégico para las microempresas del sector cuero, calzado y marroquinería que posibilite el mejoramiento de la competitividad empresarial que llevara a la satisfacción y a la fidelización de los clientes en la ciudad de Bucaramanga.

MODALIDAD PROYECTO Presencial y virtual

CAMPO DEL SABER (marque con una x)

Ciencias de la salud y del deporte	
Ciencias exactas y de la tierra.	
Ciencias Humanas	
Ingenierías	
Lingüística, letras y artes.	
Ciencias sociales.	X
Ciencias Agrarias.	
Ciencias biológicas.	

<p>Proyecto marco 2: Metodología de formulación y desarrollo de un modelo de gestión en marketing estratégico para las microempresas del sector turístico que posibilite el mejoramiento de la competitividad empresarial que llevara a la satisfacción y a la fidelización de los clientes en el Departamento de Santander</p>			
<p>Publicaciones (Sólo relacione las publicaciones de los estudiantes de llegar a existir)</p>			