

Líneas de Investigación

Tecnologías de la información y Marketing

La línea parte de estudios previos realizados por los investigadores del Grupo sobre la adopción y aceptación de estas tecnologías, tanto por parte de las empresas como de los consumidores.

Gestión Interna y Externa de la Marca

En la actualidad, las marcas representan uno de los activos intangibles más poderosos para las organizaciones y representan uno de los activos intangibles más poderosos para las organizaciones.

Gestión del Valor del Cliente

El punto de partida de línea de investigación lo constituyen los clientes, considerados el principal activo de toda organización empresarial al representar una fuente de valor fundamental.

Estrategia competitiva, rivalidad y resultados

El objetivo de esta línea es avanzar en la comprensión de la conducta de las empresas y el efecto de dicha conducta sobre la rivalidad y los resultados obtenidos por las mismas.

Formulario de Contacto

Solicítanos información rellenando todos los campos.

He leído la política de privacidad y acepto el tratamiento de mis datos para la contestación y resolución de las consultas que realice

Enviar

×