

Investigaciones | [volver](#)**Título****La evolución en la mercadotecnia: del e-commerce al mobile marketing****Código**

C2\_ECO\_057

**Director** (El link en el nombre del director, envía un mail desde su outlook o thunderbird)[Schamne, Yanina Noemí](#)**Investigadores**

- Casse, Juliana
- De Inca, Alejandro
- Fritz, Romina
- Pousada, Gabriel
- Tobar, Verónica
- Uhrig, Viviana (graduada)
- García Mejías, Ma. Lourdes (alumna)

**Resumen**

La evolución en la mercadotecnia: del e-commerce al mobile marketing, tiene como objetivo investigar y analizar las nuevas tendencias en el marketing relacionadas con el uso de las tecnologías no solo para la concreción de la compra sino también para las estrategias de comunicación. Específicamente, realizar un relevamiento bibliográfico con el fin de establecer el marco teórico y posibilitar la definición de aplicación práctica. Adicionalmente, esta investigación tiene objetivo la elaboración de indicadores del uso de esta nueva tendencia y el rol de la tecnología de nuestro país (se deja constancia de la falta de estadísticas sobre esta temática en particular). Por último, es necesario definir el perfil del comprador tanto del e-commerce como del mobile marketing con el objeto de definir similitudes y deferencias que determinan la evolución en el marketing