



Información Empresa

HOP UBIQUITOUS



Responsable

Antonio J. Jara

Andrea Gómez Oliva

2016/2019

Diseño y análisis de estrategias de marketing y procesos estratégicos a través de herramientas para recolección masiva de datos basadas en Internet de las cosas

Con la ejecución del proyecto se pretende ofrecer un nuevo canal de marketing basado en el análisis y recolección de datos sobre el comportamiento, localización e interacción con el entorno físico (productos y espacios de la tienda) por parte del usuario con la ayuda de nuevas tecnologías tales como Internet de las cosas, en particular tecnologías emergentes como proximity marketing. Se diseñarán, evaluarán y formalizarán técnicas y nuevos métodos de marketing para mejorar la experiencia de los consumidores en dichos comercios mediante los beneficios de la tecnología Web y Redes Sociales integradas con una interacción con el mundo físico (physical web). Por otra parte se pretende diseñar, evaluar y formalizar nuevas formas de interacción comercio / consumidor tanto en el ámbito físico (tienda), como en el digital (apps, webs, etc.), teniendo en cuenta la usabilidad para

Información General



Grupo de Investigación

Organización de empresas, marketing y economía



Programa de Doctorado
Ciencias Sociales



Director/es Tesis

Concepción Parra Meroño

ambos perfiles, desde un punto de vista no intrusivo y respetuoso con la privacidad. Finalmente se mejorará la experiencia del consumidor a través de aplicaciones móviles que interaccionen con el entorno físico (Enhanced Shopping Experience) basadas en la información obtenida en los estudios anteriores y se diseñarán aplicaciones y las campañas publicitarias necesarias para promover el uso de esta tecnología.