Grupo Universitario Multidisciplinar de Gestión Avanzada, Gestión del Conocimiento y Gobernanza Pública

GRUPO Nº 6

Marketing Y Gestión Pública

Leioa, 21/6/05

- **DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA FINANCIERA II**
- **ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.**

Profesor **Dr. Iñaki Periáñez Cañadillas (Investigador Principal)**

Profesor titular de universidad. Facultad de CC. EE. y EE. de Sarriko.

Áreas de investigación: “Marketing turístico” y “Marketing no lucrativo”.

Teléfono: 946013717 ***E-mail: inaki.perianez@ehu.es***

Profesor **Dr. Julián Pando García**

Profesor titular de Escuela Universitaria. Facultad de CC. EE. y EE. de Sarriko.

Áreas de investigación: “Gestión de equipos comerciales, distribución y logística” y “Marketing en empresas de transporte y gestión marítima”.

Teléfono: 946013864 ***E-mail: julian.pando@ehu.es***

Profesora **Amaia Lafuente Ruiz de Sabando**

Profesora titular de Escuela Universitaria. EUE Empresariales de Vitoria.

Áreas de investigación: “Marketing en Instituciones de Educación Superior” y “Comercio electrónico”.

Teléfono: 945014367 ***E-mail: amaia.lafuente@ehu.es***

Profesor **Dr. Pedro Manuel Gómez Rodríguez**

Catedrático de Escuela Universitaria. EUE Empresariales de Bilbao.

Áreas de investigación: “Marketing de ciudades”, “Marketing geográfico o geomarketing” y “Marketing en Internet”.

Teléfono: 946014752 ***E-mail: pedro.gomez@ehu.es***

Trabajos y áreas en los que hemos investigado y podemos colaborar:

A.- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING DE CIUDADES Y ÁREAS METROPOLITANAS.

Estudio de la situación actual de las ciudades para el descubrimiento de oportunidades de desarrollo, así como el diseño de estrategias de marketing para la mejora de la competitividad.

1. **Análisis de la situación actual**
   - Análisis interno de la ciudad.
   - Análisis externo.

2. **Objetivos a alcanzar.**

3. **Estrategias a desarrollar.**

4. **Control de los resultados y de las estrategias: indicadores**.

B.- ESTRATEGIAS DE MARKETING EN INTERNET.

1.- Estudio de la página Web de la empresa.

2.- Utilidad de la página Web para el desarrollo de la estrategia.

3.- Implementación de Internet en la estrategia de la empresa.

Realizamos para Eraginkor S. Coop un estudio sobre la página Web de la empresa Burdinola, en el que reflejamos la debilidad de su página y la convertimos en un medio que permite informar y al mismo tiempo complementar la estrategia de la empresa.

C.- ANÁLISIS DEL MERCADO EN ORGANIZACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO.

Valoración y cuantificación de los distintos clientes y públicos objetivos para asociaciones y organizaciones profesionales.

Como ejemplo destacamos el trabajo que realizamos para el CVE en el que analizamos la situación de sus clientes actuales y potenciales. Para ello utilizamos entrevistas estructuradas en profundidad, cuestionarios guía y las dinámicas de grupo con diversos colectivos de los tres territorios históricos.

D.- MEDICIÓN DE IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y TURÍSTICO DE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS.

Medición del impacto de sus actuaciones, y del resultado de las acciones de promoción y apoyo a todo tipo de actividades económicas y sociales.

Realizamos para la Diputación Foral de Álava un estudio sobre " El impacto de los éxitos deportivos del deportivo Alavés y el Saski- Baskonia sobre la ciudad de Vitoria- Gasteiz"

Este trabajo lo desglosamos en tres ámbitos:

1.- El Empresarial: para ello utilizamos, entre otras fuentes, las tablas I-O.
2.- El Turístico: mediante encuestas y entrevistas en profundidad.
3.- El Residencial: mediante encuestas y fuentes primarias.

E.- GESTIÓN DE MARKETING DEPORTIVO.

Análisis de la gestión de entidades deportivas tanto públicas como privadas.

Fruto de nuestra investigación realizamos diversos artículos y organizamos una jornada titulada "Acciones de marketing en los clubes de fútbol"