

Sección a la que se dirige el artículo: Varia

Autores: Irene García Medina, Glasgow (Reino Unido), Patricia Margarida Farias Coelho (Brasil), Elena Bellido-Pérez, Sevilla (España).

Título: Nuevas tendencias en Marketing debido al auge de Internet

Title: New trends in Marketing due to the growth of Internet usage

Titulo: Novas tendências em marketing por causa do auge da Internet

Resumen/: El uso de Internet ha traído cambios considerables para la práctica del Marketing. Este artículo lleva a cabo una revisión bibliográfica donde se analizan los factores que están relacionados con el proceso de cambio así como las ventajas, desafíos y oportunidades que ofrece esta nueva tecnología desde una perspectiva del Marketing.

Abstract: The use of Internet has changed considerably the marketing practice. In this article the authors carry on a literature review to analyse the factors involved in the process and also the advantages, challenges and opportunities of this technology from a marketing perspective.

Resumo: O uso da Internet trouxe mudanças consideráveis para a prática do Marketing. Este artigo realiza uma revisão bibliográfica onde se analisam os fatores que estão relacionados com o processo de mudança assim como as vantagens, desafios e oportunidades oferecidas por esta nova tecnologia a partir de uma perspectiva de Marketing.

Palabras claves: Internet, Marketing, Comunicación digital, Conducta del consumidor, Tecnología, División Digital

Keywords: Internet, Marketing, Digital Communication, Consumer Behaviour, Technology, Internet Divide.

Palavras-chave: Internet, Marketing, Comunicação Digital, Comportamento do Consumidor, Tecnologia, Divisão Digital

Filiación institucional:

- **Nombre completo:** Irene García Medina, Glasgow Caledonian University: Department of Business Management.
- **Nombramiento profesional:** Lecturer
- **Cargo en la institución:** Profesora
- **E-mail:** Irene.Garcia2@gcu.ac.uk
- **Número de ORCID:** <http://orcid.org/0000-0003-4424-3357>
- **Curriculum Vitae:** Profesora de Marketing en la Glasgow Caledonian University (Glasgow, Reino Unido), Irene se licenció en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, y es doctora en Marketing por la Universidad de Sophia Antipolis, (Francia) así como doctora en Relaciones Internacionales por la Universidad de Viena (Austria). En su labor como profesora, Irene ha impartido previamente clases a nivel de grado y postgrado en el área del marketing en la

Universidad de Madeira (Portugal), en la Universidad de Vic y en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Respecto a su carrera profesional, ha trabajado, entre otros, como directora de Marketing en la empresa francesa VTDIM, como consultora para la Cámara de Comercio de Portugal o como jefa de Comunicación y Promoción de CORDIS (Comisión Europea). Irene ha impartido conferencias, seminarios y talleres en el área del marketing y la publicidad en varios países, además de publicar numerosos artículos y libros sobre esta materia. Sus principales intereses en el ámbito de la investigación se centran en el marketing móvil, el marketing digital, la comunicación digital, las redes sociales y el e-branding.

- **Nombre completo** Patrícia Margarida Farias Coelho, Universidad: Universidade de Santo Amaro – UNISA (São Paulo, Brasil) y Centro Universitário Internacional – UNINTER (Paraná, Brasil)
 - **Nombramiento profesional** Profesora Titular del Master Interdisciplinario en Ciencias Humanas da Unisa y Profesora Colaboradora del Master en Educación digital y Nuevas Tecnologías na Uninter.
 - **Cargo en la institución:** Profesora, investigadora y coordinadora de las Relaciones Internacionales da UNISA y Profesora colaboradora del Master en Educación en la Uninter.
 - **Email:** patriciafariascoelho@gmail.com
 - **Número de ORCID** <http://orcid.org/0000-0002-1662-1173>
 - **Curriculum Vitae.** Formada en Filología portuguesa e inglesa por la Facultad de Ciencias y Letras de Bragança Paulista, con Especialización en Didáctica de la Lengua Portuguesa. Maestría en Filología por la Universidad Mackenzie y Doctorado en Comunicación y Semiótica por la Pontificia Universidad Católica de São Paulo (PUC-SP). Post-Doctorado por el Programa de Postgrado en Tecnología de Inteligencia y Diseño Digital de la PUC-SP, con beca de la FAPESP. Actualmente, es profesora titular en el Máster Interdisciplinario en Ciencias Humanas y coordinadora de la Internacionalización en la Universidad de Santo Amaro (UNISA). Profesora colaboradora en el Máster en "Educación y Nuevas Tecnologías" en la Uninter. Tiene publicaciones en diversos periódicos nacionales e internacionales. Sus principales áreas de interés son la Semiótica Discursiva, los Advergamos y Games, los Modelos de Enseñanza y Aprendizaje, la Publicidad y la Propaganda.
-
- **Nombre completo** Elena Bellido-Pérez, Universidad de Sevilla: Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Facultad de Comunicación.
 - **Nombramiento profesional** Contratada Predoctoral (PIF)
 - **Cargo en la institución:** Investigadora
 - **E-mail:** ebellido@us.es
 - **Número de ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-3107-5481>
 - **Curriculum Vitae:** Elena Bellido-Pérez es contratada predoctoral como Personal Investigador en Formación (PIF) en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Comunicación (Universidad de Sevilla). En esta misma facultad realizó un Máster en Comunicación y Cultura y se graduó previamente en Publicidad y Relaciones Públicas, grado por el que obtuvo el Premio Extraordinario Fin de Estudios de la Universidad de Sevilla. Actualmente es

doctoranda en el programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación de la Universidad de Cádiz, Huelva, Málaga y Sevilla, donde está realizando su tesis sobre arte y propaganda. Elena Bellido-Pérez compagina la elaboración de la tesis doctoral con la docencia y otras labores de investigación.

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Nosotras, *Irene García Medina*, *Patricia Margarida Farias Coelho* y *Elena Bellido Pérez* manifestamos nuestro interés de someter a la evaluación de los dictaminadores que asigne la revista web Razón y Palabra, el texto *New trends in Marketing due to the growth of Internet usage* del cual somos autoras.

Afirmamos que ese texto, de nuestra autoría, es inédito.

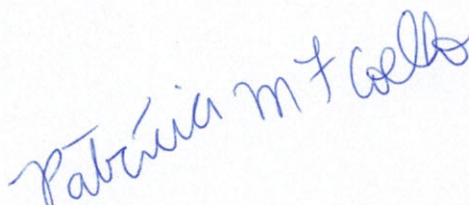
Sometemos a dictamen del Comité Editorial de Razón y Palabra el referido texto el día *30/05/2017* .

Declaramos que todo comentario y opinión expresado en el citado trabajo es responsabilidad exclusiva de quien suscribe. Lo cual, no necesariamente refleja el punto de vista ni de Razón y Palabra ni de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios.

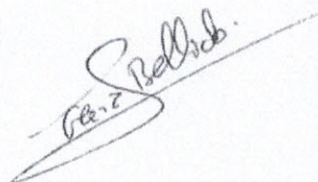
Declaramos que estamos de acuerdo en ceder los derechos de publicación del artículo *New trends in Marketing due to the growth of Internet usage* de nuestra autoría, a la revista web Razón y Palabra.



Irene García Medina



Patricia Margarida Farias Coelho



Elena Bellido Pérez
