



Mónica Peñalosa Otero

Programa de Mercadeo

Formación Académica

Profesional en Relaciones Internacionales y Magíster en Mercadeo Agroindustrial. Docente Asociada II, Investigadora y Coordinadora de Área de merchandising, ventas y comunicaciones de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Investigadora Junior de Colciencias.

Se ha venido desempeñando en los últimos 12 años como docente en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, la Universidad de La Salle y la Universidad de Pamplona, entre otras. Hace parte de la Red Internacional de Investigadores en Marketing RIIM y la Asociación Iberoamericana de Marketing AIM.

Mercedora de tres premios internacionales en reconocidos eventos académicos por mejor ponencia internacional en el área del marketing. Miembro y Par evaluadora de proyectos de investigación, libros y capítulos de libro de la Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia – ACAC. Par evaluadora de las revistas Economía & Administración de la Universidad Autónoma de Occidente, así como de la revista FACE de la Universidad de Pamplona, la revista científica multidisciplinaria de prospectiva CIENCIA ergo-sum de la Universidad Autónoma del Estado de México, entre otras. Par evaluadora de los trabajos de maestría del Politécnico Grancolombiano, la Fundación del Área Andina, entre otras instituciones de educación superior.

Resultados de investigación y distinciones

Cuenta con investigaciones científicas comprobada en temas relativos al Consumo Socialmente Responsable, Tipificación de los tenderos colombianos, microempresarios por localidades en Bogotá, joyeros colombianos e internacionalización de pymes colombianas, entre otros; participación como ponente en eventos académicos nacionales e internacionales, con publicación de artículos resultado de investigaciones en revistas SCOPUS, ISI y en general en revistas académicas nacionales e internacionales con indexación en más de dos bases de datos en temas relacionados con consumo responsable,



Carrera 4 # 22-61
Oficina 405 módulo 1




51-2427030 ext. 1527



monica.penalosa@utadeo.edu.co



http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001163469



responsabilidad social, comportamiento del consumidor, internacionalización de pymes, mercadeo agroindustrial, merchandising y comunicaciones.

Autora de diversos capítulos de libro con editoriales tales como UNAM Publishing, Pearson México, Universidad Externado de Colombia, Publicaciones Unimilitar, Universidad Autónoma de Tlaxcala, Universidad Autónoma de San Luis de Potosí, Editorial Utadeo, Editorial UNAD, entre otros. Autora del libro Mercadeo Básico editado por la Universidad de La Salle en el 2010.

Nominada a Premios P&M 2021 en la categoría Profesor de Mercadeo, ganadora Premios Utadeo 2019 como Semillero de Investigación 2019, nominada a Premios Utadeo 2018 como Semillero de Investigación en 2018, con reconocimiento a la mejor ponencia en el 7 Congreso de Mercadotecnia Latinoamericana en la Universidad De Guanajuato en 2016, mejor ponencia presentada del Área Temática “Mercadotecnia Estratégica” en la Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo en 2015, mejor paper del track de Marketing. Congreso de CLADEA en 2015 y profesora destacada Universidad Jorge Tadeo Lozano en 2011.

PROPUESTA DE CAMPAÑA

1. Apoyar la generación de debates académicos en los comités curriculares del programa, que conlleven a la actualización del plan de estudios y el desarrollo de posibles líneas de profundización de acuerdo con las tendencias cambiantes del marketing.
 2. Contribuir con el desarrollo de proyectos de investigación y creación de manera interdisciplinaria, que generen resultados científicos de alto impacto para el sector empresarial público y privado; que además contribuyan con el fortalecimiento de los investigadores de la Escuela de Administración, Contaduría y Mercadeo de Utadeo, desde una perspectiva académica.
 3. Estimular diversas alianzas estratégicas entre pares académicos de instituciones nacionales e internacionales, con el fin de robustecer los procesos de internacionalización.
 4. Fomentar la investigación aplicada en las aulas de clase, con miras a generar acercamientos en el campo de la consultoría entre nuestros estudiantes y el sector productivo, en especial en temáticas de relevancia mundial como lo es la Responsabilidad Social Empresarial y el Consumo Socialmente Responsable.
 5. Estimular el crecimiento de los semilleros de investigación del programa y la participación de estos en distintos eventos académicos.
- 