

# CRÓNICA INTERCAMPUS

11 DE SEPTIEMBRE DE 2009 | NO. 89 | AÑO V

INICIO

INSTITUCIONAL

ACADÉMICA

ESTUDIANTIL

PUBLICACIONES

AGENDA



El doctor Rajagopal enfoca actualmente sus investigaciones en el comportamiento de los consumidores latinoamericanos.

## Más notas de la sección Académica

Enseña a enseñar a científicos de la NASA. >>

Analizan jurisdicción e impartición de justicia en América del Norte.>>

Formarán abogados expertos en el litigio oral.>>

**Investiga los comportamientos del consumidor latinoamericano.>>**

Virtual Commissioning revoluciona la aplicación del conocimiento. >>

Identifican oportunidades de negocios en San Luis Potosí. >>

Nombran a Otto Granados profesor honorario del Instituto de Estudios Bursátiles de España.>>

Muestra desventajas en sistema legal de comercialización de productos en México.>>

## Investiga los comportamientos del consumidor latinoamericano

**Emerald**, el líder mundial publicación de investigaciones sobre administración, otorgó la distinción de "Highly Commended Award Winning Paper" al doctor Rajagopal, profesor-investigador del Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México por su trabajo "Measuring Brand Performance through Metrics Application".

En su trabajo, el doctor Rajagopal afirma que el propósito de su investigación es discutir las estrategias de medición de marcas y la aplicación de una tarjeta de resultados como un acercamiento integrado a la medición del desempeño total de las mismas.

"Las herramientas para medir el desempeño de marcas están integradas por firmas de sistemas de medición con nuevos modelos para priorizar cálculos periódicos en términos de impacto al consumidor, estimulando la demanda del mercado, sustentando efectos estacionales y explorando oportunidades de proliferación", cita el artículo.

La investigación descubrió la medición de marcas es considerada una herramienta efectiva para medir los parámetros cualitativos del desempeño de la misma en un mercado y tiempo específicos, permitiendo a la empresa calcular la efectividad de sus construcción de marcas en referencia con la inversión y el impacto de la misma en los negocios. Además, concluye el artículo, la administración de marcas no es sólo un asunto de mercadotecnia sino que incide directamente en la rentabilidad corporativa.

Durante más de dos décadas el doctor Rajagopal se ha desempeñado como investigador, profesor e instructor; en la actualidad, aprovecha su ubicación en Latinoamérica para hacer investigaciones sobre de la región.

"En este momento estoy concentrado en estudios sobre Latinoamérica. He conducido la investigación tomando como referencia 11 países de esta región. En México me interesa analizar el comportamiento del consumidor", dijo.

## Su campo de trabajo

Actualmente, el doctor Rajagopal se desempeña como profesor-investigador en la Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas (EGADE) del Campus Ciudad de México; as materias que imparte incluyen Análisis de competidores, Estrategia de mercadotecnia, Publicidad y comunicación y Mercadotecnia de servicios.

En sus cursos de posgrado el doctor Rajagopal enseña administración de mercadotecnia corporativa y sujetos relacionados a nivel profesional y de posgrado y dirige sesiones en la Administración de Mercadotecnia para candidatos al doctorado. Además ha conducido sesiones en la administración de mercadotecnia para el programa Executive MBA, una oferta compartida del Tecnológico de Monterrey y la University of Texas at Austin.

## Trayectoria

El doctor Rajagopal tiene la maestría y el doctorado en Economía con especialización en Agroindustria y Administración de Mercadotecnia, de Ravishankar University, India. Por lo que se ha especializado en Administración de Marca, Venta de sistemas, Mercadotecnia de servicios, Mercadotecnia internacional, Enlaces económicos rurales y Economía del desarrollo.

En agosto de 2006 fue nombrado socio de la Royal Society for the Encouragement of Arts, Manufactures and Commerce (RSA) de Londres; por sus logros en la instrucción a ejecutivos y en la consultoría fue aceptado como miembro del Chartered Management Institute del Reino Unido desde 2008.

En enero del 2009, fue aceptado como socio del Institute of Operations Management del Reino Unido; Su biografía se publicó en Who's Who in the World, editado por Marquis Who's Who, LLC, USA, y también en la prestigiosa 2000 Outstanding Intellectuals of the 21st Century, editado por el Internacional Biographical Centre, Cambridge, Reino Unido.

El doctor Rajagopal ha escrito 28 libros, 156 artículos de investigación, 45 informes de trabajo, 70 documentos de trabajo, 48 casos de mercadotecnia y 54 ponencias.

Sus trabajos se han publicado en docenas de revistas arbitradas, entre los que destacan: Development and Practice, Economic Issues y Journal of Brand Management del Reino Unido; Journal of Business and Industrial Marketing, Global Business and Economics Review y Latin American Business Review, de los Estados Unidos.

Dada la calidad y cantidad de sus publicaciones, el doctor Rajagopal ha logrado el Nivel 2 en el Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología (CONACYT).

Además, el doctor Rajagopal ha completado 41 proyectos de investigación y asesoría en las áreas de mercadotecnia, empoderamiento, género, desarrollo rural, estrategia corporativa, estrategia virtual empresarial y análisis de competencia.

Más información en:

[http://www.geocities.com/prof\\_rajagopal/homepage.html](http://www.geocities.com/prof_rajagopal/homepage.html).

Agencia Informativa con información de la Dirección de Investigación y Posgrado de la Rectoría de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

CRÓNICAS ANTERIORES

 COMENTARIOS

 QUIÉNES SOMOS

ENFOQUE

MUNDOTEC

PANORAMA

PERFIL

TALENTO TEC

VISIÓN TEC

CRÓNICA INTERCAMPUS 2009 D.R. © ITESM