

Convocatoria Especial para la

Revista Espacio Científico de Contabilidad y Administración (ECCA)

Título del número especial:

“Estrategias Innovadoras en la Mercadotecnia y la Administración”

La **Revista Espacio Científico de Contabilidad y Administración (ECCA)**, en colaboración con la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media y diversos Cuerpos Académicos de reconocidas instituciones educativas, invita a investigadores, docentes, estudiantes, empresarios y a la comunidad científica en general a participar en este número temático. Este número surge como parte de las actividades del 2do Encuentro Nacional Académico de Mercadotecnia.

Resumen de la temática: Esta edición especial tiene como objetivo explorar y analizar estrategias innovadoras en los campos de la mercadotecnia y la administración. Se busca destacar cómo estas disciplinas pueden abordar retos globales, la responsabilidad social y la sostenibilidad organizacional, promoviendo a la vez el crecimiento económico y el impacto social positivo.

Ejes temáticos:

1. Comportamiento del consumidor en un entorno sostenible.
2. Mercadotecnia digital y sostenibilidad.
3. Innovación social en organizaciones.
4. Enseñanza-aprendizaje en administración y mercadotecnia.
5. Mercadotecnia verde, social y política.
6. Estrategias empresariales frente al cambio climático.
7. Gestión de la responsabilidad social empresarial.
8. Neuromarketing y sostenibilidad.

Cuestionamientos temáticos

- ¿Qué factores psicológicos influyen en la toma de decisiones del consumidor?
- ¿Cómo impactan las emociones y la psicología del consumidor en las estrategias de marketing?
- ¿Cómo impactan los factores externos y/o contexto social en las decisiones de compra?
- ¿Cuáles son las tendencias emergentes en marketing digital?
- ¿Qué papel juega la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del consumidor?
- ¿Cómo pueden las empresas utilizar la innovación social para crear valor para la sociedad y el negocio?
- ¿Qué desafíos enfrentan las organizaciones al implementar proyectos de innovación social?
- ¿De qué manera los consumidores responden a las marcas que promueven causas sociales?
- ¿Qué estrategias de comercialización han resultado más efectivas en mercados emergentes?
- ¿Qué habilidades son esenciales para un emprendedor en el área de mercadotecnia?
- ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores al iniciar un negocio?
- ¿Cómo puede la educación en mercadotecnia adaptarse a las nuevas tendencias digitales?
- ¿Qué habilidades deben de desarrollar los futuros profesionales de marketing para mantenerse competitivos en la industria?
- ¿Qué metodologías de enseñanza son más efectivas para transmitir habilidades prácticas en mercadotecnia?
- ¿Cómo pueden las estrategias de marketing influir en el comportamiento de las personas respecto a la salud?
- ¿Cuáles son los principales desafíos al promover campañas de salud pública?
- ¿Qué impacto tiene la sostenibilidad ambiental en las decisiones de compra de los consumidores?
- ¿Cómo promover la conciencia ambiental a través de las campañas de marketing?
- ¿Qué papel juega la mercadotecnia social en el cambio de comportamiento?
- ¿Cómo influyen las emociones y la persuasión en las campañas de marketing político?

¿Cómo puede el neuromarketing ayudar a las marcas a comprender mejor los procesos de toma de decisiones del consumidor?

¿Qué tendencias consideran las empresas en la línea de la mercadotecnia para abordar los desafíos del cambio climático?

¿Cómo pueden las herramientas digitales, como las redes sociales y el big data, ser esenciales para educar y sensibilizar a los consumidores sobre el cambio climático?

Fechas importantes:

- **Apertura de convocatoria:** 27 de enero de 2025.
- **Fecha límite para envío de artículos:** 15 de mayo de 2025.
- **Envío de dictámenes:** 31 de junio de 2025.
- **Publicación del número:** julio de 2025.

Requisitos para los artículos:

1. Ser originales e inéditos.
2. Redacción en español o inglés.
3. Extensión 7000-1000 palabras
4. Estructura sugerida:
 - Título.
 - Resumen (120-150 palabras) y abstract.
 - Palabras clave (4-6).
 - Introducción.
 - Planteamiento del problema.
 - Objetivos.
 - Metodología.

- Resultados y discusión.
- Conclusiones y recomendaciones.
- Referencias en formato APA (7ma edición).

5. Adjuntar:

- Archivo principal con el texto completo sin los nombres de los autores.
- Archivo de portada con título, autores (ordenados por contribución), datos de contacto del autor corresponsal e institución de procedencia.

Proceso de envío y evaluación:

- Los artículos deben ser enviados a través de la plataforma en línea de ECCA:
<http://ciepecca.fca.uaslp.mx/ojs/index.php/revista/user/register>
- Serán revisados bajo el sistema de doble ciego por un comité de expertos.
- Los resultados de la evaluación serán comunicados vía correo electrónico.

Coordinadores del número especial:

Dr. Héctor López Gama (hlopez@uaslp.mx)

Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)

Dra. Sanjuana Edith Grimaldo Reyes (edith.reyes@uaslp.mx)

Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)

Dra. María Edith Balderas Huerta (edith.balderas@uaslp.mx)

Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)

Contacto: Correo electrónico: contacto.ecca@fca.uaslp.mx

Teléfono: +52 (487) 8729120 ext. 4560, 4513

¡Esperamos sus contribuciones para enriquecer el debate académico y profesional en torno a los ODS!