

PEDRO JULIÁN RAMÍREZ ANGULO

CURRÍCULUM ACADÉMICO

Doctor en Ingeniería - Industria y Organizaciones Universidad Nacional de Colombia	2016
Magíster en Administración Universidad Nacional de Colombia	2012
Economista Universidad Nacional de Colombia	2006

CARGO ACTUAL

- Decano - Profesor Titular 3 – Tiempo Completo, Departamento de Ciencias Empresariales, Universidad de la Costa – Barranquilla, desde Enero 2019.
- Miembro del Consejo Científico de la Revista PODIUM de la UEES, desde Junio 2018.
- Par evaluador del Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología. 2019 -actualmente
- Evaluador del Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research (JTAER). Universidad de Talca (Chile). 2015 – actualmente.

RECONOCIMIENTOS ACADÉMICOS

- Miembro de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad (RIICO). 2013-2015
- Mención meritoria a la tesis doctoral. Facultad de Ingeniería. Universidad Nacional de Colombia. 2016
- Mejores profesores Universidad Autónoma de Occidente. Calificación 100/100. 2015
- Beca “Valencia Summer School in Business and Economics – Universitat de Valencia. 2014
- Beca “Jóvenes Investigadores” para estancia doctoral. Universitat de Valencia (España). 2014
- Mención meritoria a la tesis de maestría. Facultad de Ciencias Económicas- Universidad Nacional de Colombia. 2012
- Nominación al premio Portafolio mejores estudiantes de posgrado en Ciencias Económicas. 2012. Beca mejores estudiantes de posgrado. Universidad Nacional de Colombia. 2010-2012.

CURRÍCULUM PROFESIONAL

Docente ocasional Universidad Nacional de Colombia – Bogotá D.C	08/2007 – 12/2018
Asesor - Docente Investigador Universidad Agustiniiana - Bogotá D.C	04/2018 – 11/2018
Docente posgrados Universidad del Rosario- Bogotá D.C	04/2018 – 11/2018
Docente Invitado Internacional Universidad Espíritu Santo - Guayaquil (Ecuador)	04/2018 – 11/2018
Docente tiempo completo (varios roles) Universidad Autónoma de Occidente, Cali	07/2015 – 01/2018
Docente Investigador Universidad Konrad Lorenz, Bogotá D.C	01/2015 – 07/2015
Docente Tiempo Completo Universidad Central, Bogotá D.C	02/2008 – 05/2015
Consultoría empresarial Independiente	09/2009 – 04/2018
Coordinador Investigación de Mercados y Postventa Casa Editorial El Tiempo	08/2010 – 07/2011
Analista Ejecutivo DataBase Marketing – Director de proyectos DBM Wunderman – BRM S.A	09/2008 – 07/2009
Analista de Inteligencia de Clientes Casa Editorial El Tiempo	06/2007 – 09/2008
Consultor - instructor IBM SPSS Andino - Infórmese Ltda.	07/2006 – 06/2007
Evaluador de la revista INNOVAR Journal – Universidad Nacional de Colombia. 2016 – actualmente. Miembro de la Association of Consumer Research (ACR). 2016-2017	

ARTÍCULOS ACADÉMICOS

- Duque-Oliva, E. J., & Ramírez-Angulo, P. J. (2014). Evolución conceptual y relación entre involucramiento y lealtad. *Suma de Negocios*, 5(12), 169-179.
- López-Hurtado, J., & Ramírez-Angulo, P. J. (2016). Análisis sobre la predisposición tecnológica en usuarios de comercio electrónico en Colombia. In *Memorias del*

Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad (Vol. 9, No. 1, pp. 301-316

- Murcia, N., & Ramírez-Angulo, P. J. (2015). Motivos de deserción estudiantil en programas virtuales de posgrado: revisión de caso y consideraciones desde el mercadeo educativo y el mercadeo relacional para los programas de retención. *RED. Revista de Educación a Distancia* (España), 15(45)
- Ramírez-Angulo, P. J. (2012). “Determinantes de la Lealtad de Marca en consumidores bogotanos”. Memorias Encuentro Internacional de Investigadores en Administración. *Universidad Externado de Colombia y Universidad del Valle*. Pp. 866-889.
- Ramírez-Angulo, P. J., Duque-Oliva, E. Y Rodríguez-Romero, C. (2013). “Lealtad de marca: antecedentes y perspectivas de investigación”. *Revista “Universidad y Empresa”*, No. 24. Pp. 141-163
- Ramírez-Angulo, P. J. y Duque-Oliva, E (2013); “Involucramiento de producto y lealtad de marca para productos de consumo en Bogotá D.C “. *Estudios Gerenciales*, No. 29. Pp. 303- 312.
- Ramírez-Angulo, P. J. (2013); “El marketing, la gestión y la “gestión de mercados””; capítulo del libro “Reflexiones alrededor de la gestión”; en Ramírez, J. *Perspectivas y Reflexiones sobre Gestión de Organizaciones*. Universidad Central. Bogotá D.C.
- Ramírez-Angulo, P. J. (ed) (2013); “Perspectivas y Reflexiones sobre Gestión de Organizaciones”. *Editorial Universidad Central*. Bogotá D.C.
- Ramírez-Angulo, P. J; Cabrera-Martínez, A., Pulido, N., Junco, L.T (2017). Marketing y competitividad empresarial: diseño de un instrumento de medida aplicable a pymes a partir de una revisión bibliográfica sistemática de literatura. *Pre-Til*, 13(33)
- Ramírez-Angulo, P. J.; López-Hurtado, J.; Garzón-Santos, C.A. y Hermosa-Rodríguez, A.M. (2016) Una aproximación cualitativa a la predisposición tecnológica en usuarios de comercio electrónico. In In book: *La competitividad y su relación con la gestión del conocimiento y el mercado global*, Chapter: 13, Publisher: *Universidad de Guadalajara*, pp.302-318
- Ramírez-Angulo, P.J; Chaparro-Guevara,R.A;. (2020) Business Intelligence Readiness Assessment for a shopping mall: challenges and future directions; *Journal of Cases on Information Technology*. (22), 3, 2.
- Ramírez-Angulo, P.J; Duque-Oliva, E.J, Rodríguez-Romero, C.A, Rojas-Santoyo, F. (2020) Technology readiness and E-loyalty relationship in B2C e-commerce context: a literature review, *Journal of Electronic Commerce in Organizations* (JECO). Pendiente número.
- Ramírez-Angulo, P.J; Naranjo-del-Giudice, O;. (2020) Service quality and TTF-TAM relationship evaluation in Latin American E-commerce; *Journal of Services Marketing*. Pendiente número.
- Villamarín, J. & Ramírez-Angulo, P. J (2012). Estudio de caso – Comunicaciones de mercadeo para el sector healthcare de la compañía Philips Colombiana S.A.S. *Documentos EACP No. 14, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia*. Bogotá D.C.17 pp.
- Villamarín, J. y Ramírez-Angulo, P. J (2013). Comunicaciones de mercadeo en relaciones industriales. *Criterio Libre*,11(18), pp. 305-330.