



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de junio de 2019 os hacemos llegar información sobre:

- Congreso AEMARK 2019 Cáceres
- Premio al mejor artículo publicado en el Spanish Journal of Marketing - ESIC (9ª edición)
- Creative Industries Global Conference 2019
- 2020 International Conference on PLS-SEM
- Publicación DOCFRADIS de la Cátedra Ramón Areces
- Éxitos de nuestros compañeros

Un saludo,
Ángel Herrero Crespo



Congreso Internacional de Marketing Aemark19



Se aproxima la fecha del XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK19 que se celebrará en Cáceres los días **12 y 13 de septiembre** de 2019. En pocas semanas se publicará el programa extendido en el que además de las sesiones temáticas de presentación de trabajos enviados por los congresistas, se aportará más información sobre las sesiones especiales. El jueves 12 está prevista la **conferencia del Prof. Ko de Ruyter** "When nothing is what it seems. Developing a Digital Marketing research agenda", patrocinada por la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial; y el viernes en la sesión

Meet the Editors participarán los Profesores **Brian Ratchford** (Co-Editor in Chief, Journal of Interactive Marketing), **Cleopatra Veloutsou** (Co-editor in Chief, Journal of Product and Brand Management) y **Debbie Keeling** (Regional editor for Europe, European Journal of Marketing)

De las propuestas enviadas al V Doctoral Colloquium han sido seleccionados **13 proyectos de tesis doctorales** de temáticas diversas e innovadoras de nuestro campo de estudio. En esta edición, 8 tesis optan al Premio a la Mejor Tesis Doctoral en Marketing, que otorga AEMARK cada año con la colaboración de Banco Sabadell. A estos doctorandos y recién doctores los animamos a que participen íntegramente de la experiencia AEMARK19. Asimismo, recordamos que en el Congreso se otorgarán reconocimientos y premios a la Trayectoria en Marketing, al mejor artículo de investigación, al mejor artículo publicado en la Spanish Journal of Marketing-ESIC, a la mejor ponencia, al mejor trabajo en curso y póster, así como las ayudas a los investigadores latinoamericanos.

Por el elevadísimo nivel de los trabajos aceptados estamos convencidos del éxito científico del XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK 19. Además, desde el Comité Organizador pondremos también nuestro máximo esfuerzo para lograr que el Congreso sea un éxito en todos los sentidos, y una experiencia inolvidable para los más de 200 congresistas que esperamos recibir en Cáceres.

Para los que todavía no lo habéis hecho, no olvidéis hacer vuestra inscripción para poder disfrutar de esta experiencia compartida entre tantos expertos en marketing, provenientes del mundo académico y también de la práctica empresarial. Para los que estáis planificando vuestro viaje invitaros a visitar el apartado sede/host de la web del congreso en el que encontraréis ofertas de alojamiento especiales para el congreso, e información práctica par organizar el viaje y vuestra visita a Cáceres, que esperamos sea una experiencia inolvidable.

Disfrutad del verano y nos vemos en Cáceres en septiembre.

Comité Organizador del XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK 19.



Premio al mejor artículo publicado en el Spanish Journal of Marketing

Querid@s compañer@s,

La Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) convoca el Premio AEMARK al mejor artículo publicado en Spanish Journal of Marketing – ESIC, que se otorgará durante la celebración del XXXI Congreso Internacional de Marketing en Cáceres en septiembre de 2019. Las bases de este premio son las siguientes:

1. El/la/los autor/a/es del Artículo de Investigación premiado recibirá/n un Diploma acreditativo y una remuneración de 1.500 €, dotados por AEMARK. Cuando haya varios autores, el reparto de esta dotación económica será responsabilidad de los mismos.
2. Optarán al Premio los Artículos de Investigación publicados entre el 1 de enero de 2017 y 31 de diciembre de 2017 en Spanish Journal of Marketing-ESIC/ Revista Española de Investigación de Marketing-

ESIC/ cuyos autores o al menos uno sea socio de AEMARK con un mínimo de dos años de antigüedad en los últimos 4 años. No serán aspirantes al premio aquellos artículos en los que alguno de los autores haya sido también autor de algún artículo premiado en alguna de las tres últimas convocatorias. Por otra parte, si los autores de un artículo desean de común acuerdo que el artículo no sea considerado como candidato al premio, deben comunicarlo al editor de la Revista antes del 3 de junio de 2019 para proceder a su exclusión.

3. AEMARK hará pública la lista de Artículos de Investigación candidatos, señalando la referencia completa de los mismos (autores, título y fecha de publicación).

4. Para seleccionar el artículo merecedor del premio, se preseleccionarán de cada número publicado, los dos trabajos que hayan tenido una mayor repercusión en la literatura publicada hasta la fecha (Web of Science, SCOPUS, Google Scholar). Posteriormente, un investigador independiente de reconocido prestigio, designado al efecto por el Consejo Editorial de la revista, seleccionará el trabajo atendiendo a los siguientes criterios: interés e implicaciones para la disciplina de marketing, originalidad e innovación, uso apropiado de la metodología y calidad de la revisión de la literatura.

5. Para valorar el impacto de cada trabajo en la literatura posterior, uno de los autores de cada trabajo podrá enviar (antes del 1 de julio de 2019) un correo electrónico a sjmespain@gmail.com incluyendo una lista de trabajos de investigación que citan su trabajo y hayan sido publicados hasta la fecha. En dicha lista deberán destacarse aquellas publicaciones indexadas en SCOPUS y/o JCR.

6. El fallo del Premio se hará público en el XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK, a celebrar en Cáceres en septiembre de 2019 y será inapelable.

¡Mucha suerte a todos los candidatos!

Carlos Flavian
Editor de SJM-ESIC



**SEMINARIOS Y CONGRESOS
ORGANIZADOS POR SOCIOS**



Creative Industries Global Conference 2019 (CIGC-19)

Creative Industries Global Conference 2019 (CIGC-19), pretende convertirse en un foro transnacional de investigadores de las Industrias y Creativas, temas de enorme interés considerados como focos de innovación, motor económico y cambio social por distintas instancias. Para la UNESCO (2009) las Industrias Culturales y Creativas son: "Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto

principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”.

El eje central del evento será la transformación digital de las industrias culturales y creativas y tiene como objetivo, presentar a partir de la intervención de expertos, diversas experiencias, investigaciones, casos o estudios sobre el tema. El grupo de ponentes, está compuesto por académicos de Iberoamérica y la Unión Europea de tal forma que logren articularse las diversas perspectivas del tema. Se pretende contribuir a la difusión del conocimiento y al acercamiento de propuestas investigativas entre distintos países de tal forma que el evento se convierta en una plataforma para generar proyectos de investigación conjunta, a partir de los ejes temáticos del encuentro.

En esta segunda edición, la sede escogida es la ciudad de Orihuela. La Conferencia se celebrará en la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Orihuela de la Universidad Miguel Hernández el **24 y 25 de octubre de 2019**.

Áreas Temáticas

- La transformación digital en las industrias culturales y creativas.
- El comportamiento del consumidor en las industrias culturales y creativas.
- Estrategias de dirección y gestión en las industrias culturales y creativas.
- El audiovisual y software (cine, video, radio, televisión, videojuegos, sitios web).
- La publicidad (branding, comunicación, comunicación digital, marketing...)
- El diseño (editorial, gráfico, interactivo, industrial, moda, fashion marketing...)
- La música (producción, grabación, ejecución en vivo, etc.)
- Herencia y turismo culturales
- Otras industrias culturales y creativas: literatura, moda, arquitectura, calzado, juguetes y gastronomía.
- Aspectos jurídicos y sociales de las industrias culturales y creativas: sostenibilidad y desarrollo.

En la web <https://creativeindustriesglobalconference.es/> se ofrece información más detallada sobre el programa, proceso de inscripción, normas para autores y demás aspectos de interés. La fecha máxima para el envío de comunicaciones es el **22 de julio**.

2020 International Conference on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Beijing, China)

The PLS2020 conference is aimed at bringing the community of researchers and practitioners empirically applying and/or methodologically advancing the PLS-SEM method together. PLS2020 welcomes both novices and world-leading experts on the method. In its spirit of sharing and caring, this special conference will endeavor to develop the method further in all respects. We believe that the PLS2020 results will guide PLS-SEM research strongly during the coming years. In addition, PLS2020 will emphasize the rigor of and set new standards for the method's application. Against this background, we look forward to receiving the following types of submissions:

1) Applications of PLS-SEM: The conference will highlight best-practice PLS-SEM applications in various disciplines. In particular, we welcome PLS-SEM applications in marketing, international business, strategic management, information systems, accounting, human resource management,

organizational behavior, service management, operations management, and innovation management. However, submissions from fields outside the social sciences that use PLS-SEM are highly welcome (e.g., computer science, engineering, medicine, etc.).

2) Methodological advances: PLS2020 will be a platform for the fruitful exchange of new concepts and methodological advances in the field. Some of the emerging topics include factor-based vs. composite-based model estimation (e.g., PLSc, PLSF), goodness-of-fit measures, predictive model assessment, longitudinal data analysis, robust segmentation methods, and the use of PLS-SEM for predictive vs. explanatory research.

- Call for abstracts and papers: <https://www.pls2020.org/call-for-papers/call-for-papers/>
- Submission guidelines: <https://www.pls2020.org/call-for-papers/submission/>
- Deadline: Please submit your abstract or full paper before October 12, 2019
- Proceedings: We will consider all accepted submissions for publication in the conference proceedings to be published by Springer.
- Special issues: Several special issues (SSCI and SCOPUS) will support the conference.

The general conference will be in English, but we will also accept a limited number of Chinese submissions for presentation during special tracks.

Dates: March 17 - 19, 2020. Beihang University, Beijing. Conference co-chairs: Huiwen Wang, Yide Liu, Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt Keynote speaker: Joseph F. Hair, Professor of Marketing, University of South Alabama, USA. Pre-conference workshops: March 16, 2020. Beihang University, Beijing.

Should you have any queries, please do not hesitate to contact the conference chairs (info@pls2020.org). We look forward to your contribution to the discourse pertaining to PLS-SEM.

BREAKING NEWS



Publicación de cuatro documentos de trabajo (DOCFRADIS) durante el primer semestre del año 2019

En el primer semestre de 2019 se han publicado cuatro Documentos de Trabajo de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial (DOCFRADIS). En la actualidad, esta Colección dispone de ISSN y se difunde en la Plataforma RePEc (Research Papers in Economics). Además, se constata la calidad de los trabajos ya que varios artículos fundamentados en los DOCFRADIS han sido publicados en revistas con índices de impacto JCR.

Se pueden enviar nuevas propuestas de trabajo susceptibles de evaluación y posterior publicación. Los DOCFRADIS que posteriormente sean publicados en revistas con índices de impacto, serán objeto de una compensación económica complementaria. Se puede acceder a todos los DOCFRADIS publicados y a las normas de envío en la página web de la Cátedra (<http://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es>).

Los publicados durante este 2019 son los siguientes:

DOCFRADIS 01/2019

¿Qué ocurre cuando viajamos en grupo? Análisis de la situación del estudio del turismo grupal
Sonia San Martín y Nadia Jiménez.

DOCFRADIS 02/2019

Procesamiento neuronal de señales de seguridad y riesgo online: un estudio neurocientífico
Luis-Alberto Casado-Aranda, Francisco J. Liébana-Cabanillas y Juan Sánchez Fernández.

DOCFRADIS 03/2019

Efecto moderador de la imagen de marca de fabricante y de distribuidor sobre el valor de marca y el precio relativo de fabricantes duales
Samanta Pérez-Santamaría, Mercedes Martos-Partal y Álvaro Garrido Morgado.

DOCFRADIS 04/2019

Retos de la logística inversa en entornos urbanos: una aplicación en áreas comerciales
Sergio Rubio, Beatriz Jiménez-Parra y Juan Ramón Sicilia-Pozo.

**RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS
A LOS SOCIOS DE AEMARK**



Lectura Tesis Doctoral: Gözde Erdogan nueva doctora de la Universitat Autònoma de Barcelona

El pasado 17 de junio tuvo lugar la lectura de la tesis doctoral "Antecedents and Consequences of Value co-creation from Employee and Customer Perspectives" en la Universitat Autònoma de Barcelona de Gözde Erdogan, dirigida por Dr. Joan Llonch Andreu y Dra. M^a Carmen Alarcón del Amo. El tribunal estuvo compuesto por la Dra. Carlota Lorenzo, Dr. Jorge Matute y Dr. Rossano Eusebio.



Mariola Palazón Vidal, nueva Profesora Titular del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia

La Dra. Mariola Palazón Vidal ha sido recientemente nombrada Profesora Titular de Universidad en el área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia. El concurso se celebró el pasado 20 de junio y estuvo presidido por Salvador Ruíz de Maya (Universidad de Murcia). El resto del tribunal lo conformaron Ángel Herrero Crespo (Universidad de Cantabria), María Sicilia Piñero (Universidad de Murcia), Elena Delgado Ballester (Universidad de Murcia), y Samuel Baixauli (Universidad de Murcia).



REDES SOCIALES



Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

Si vas a asistir a # AEMARK19 te informamos que hay más de 200 habitaciones de hotel para los congresistas. En el apartado Sede/Host de la web del congreso encontrarás toda la información. Nos vemos en Cáceres!!!

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.1022960504384731/2678554858825279/?type=3&theater>

Si vas a asistir a # AEMARK19 te informamos que hay más de 200 habitaciones de hotel para los congresistas. En el apartado Sede/Host de la web del congreso encontrarás toda la información. Nos vemos en Cáceres!!!

<https://t.co/VdrRliZnK> <https://t.co/wYDOv3Tlyp>

Recordatorio envío noticias

Os recordamos que podéis enviar vuestras noticias sobre seminarios, call for papers, libros publicados, nombramientos, etc., hasta el día 24 de cada mes para su publicación en este boletín. La dirección de envío es boletin@aemark.es

Facebook



Twitter



Página Web



Copyright © AEMARK. Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Dirección postal:

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional
Facultad de Economía y Empresa. Campus Universitario de Espinardo
Espinardo. Murcia, Murcia 30100
Spain

Nota: Si desea modificar sus datos de contacto o darse de baja del boletín, pongase en contacto con nosotros: boletin@aemark.es