



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de noviembre 2018 os hacemos llegar información sobre:

- Seminarios AEMARK de investigación y docencia
- Índice de impacto SJM-ESIC en Scopus
- Tesis doctoral defendida recientemente
- Información sobre workshop Artificial Intelligence and Robotics in Service Interactions AIRSI 2019
- Información sobre 6th International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing
- Oferta de plaza investigador postdoctoral Universidad de Sevilla
- Oferta de plazas docentes en Universitat de les Illes Balears
- Oferta de plaza docente en Universidad Pontificia de Comillas
- Éxitos de nuestros compañeros: nombramiento

Un saludo,

Ángel Herrero Crespo



SEMINARIOS AEMARK DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA !!INSCRIPCIÓN ABIERTA, PLAZAS LIMITADAS!!

Seminario de investigación: Métodos neurocientíficos y su aplicación en marketing, 17 y 18 de enero de 2019, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid.

Entre las principales funciones que se asigna a la actividad de marketing está el conocimiento de la respuesta del consumidor. Los métodos neurocientíficos, de creciente interés y aplicación en la actualidad, vienen a complementar la investigación tradicional y se revelan como de gran ayuda en

la interpretación de la conducta del consumidor y, por ende, en el incremento de la eficiencia de las acciones comerciales. Este seminario se plantea como doble objetivo ahondar en su conocimiento y mostrar su utilidad en la investigación científica. Para responder a este doble propósito, el programa del seminario se desarrolla en dos partes. En la primera, uno de los principales proveedores de tecnología neurocientífica en España, Bitbrain, introducirá el tema y hará un recorrido por los diferentes elementos que comprende el diseño de un experimento de neuromarketing. En la segunda, un grupo de compañeros de AEMARK nos explicarán cómo están aplicando el neuromarketing en su actividad investigadora. Este seminario es una gran oportunidad, tanto para adentrarse en el ámbito de la neurociencia, como para asentar los conocimientos sobre el tema y conocer algunas de las técnicas que más se están utilizando en el ámbito del marketing.

Programa

Jueves, 17 de enero

Neuromarketing: marco teórico, diseño y procedimiento experimental

15:30: Presentación de la jornada.

15:35-16:35: Neuromarketing: introducción y marco teórico. María López (Bitbrain)

16:35-17:35: Diseño experimental: briefing, muestra y tecnologías. María López (Bitbrain)

17:35-18:00: Pausa-café

18:00-19:00: Diseño experimental: organización del trabajo de campo, obtención de métricas y procedimiento. María López (Bitbrain)

19:00-20:00: Aplicación de la electroencefalografía y los potenciales evocados al análisis del comportamiento del consumidor. Jesús García de Madariaga (Universidad Complutense de Madrid).

Viernes, 18 de enero

Aplicaciones de los métodos neurocientíficos en marketing

09:00-10:00: La resonancia magnética funcional (fMRI) en el estudio del comportamiento del Consumidor: diseño experimental y aplicaciones. Juan Sánchez Fernández (Universidad de Granada) y Luis Alberto Casado Aranda (UDIMA)

10:00-11:00: El pulsómetro como herramienta de neuromarketing. Aplicaciones al análisis de envases de alimentos funcionales. Inés Kuster Boluda (Universidad de Valencia) y Natalia Vila López (Universidad de Valencia)

11:00-11:30: Pause-café

11:30-12:30: Eye tracking y reconocimiento facial. Aplicaciones en elección de marca. Enrique Bigné (Universidad de Valencia).

12:30-13:30: Aplicaciones de la neurociencia en el análisis del comportamiento del consumidor online. Carlos Flavián Blanco (Universidad de Zaragoza).

Lugar de celebración: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid. c/ Francisco Tomás y Valiente, 5. Ciudad Universitaria de Cantoblanco, 28049, Madrid. Cómo llegar:

http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1234888115007/localizacion/Como_llegar.htm

Inscripción: 50 € (no socio AEMARK o AEDEMO) o 90 € (no socio AEMARK o AEDEMO). Inscripción mediante transferencia bancaria: cuenta ES45 0081 0339 9000 0133 0441, Beneficiario: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK). Plazas limitadas hasta completar aforo. Necesaria la confirmación de asistencia en secretaria@aemark.es

Dirección: Ana Isabel Rodríguez Escudero (Universidad de Valladolid) y Ángel Herrero Crespo (Universidad de Cantabria)

Colabora en la organización: AEDEMO

Coordinación y contacto: Mercedes Martos (Universidad de Salamanca).

Seminario de docencia: “Metodologías participativas de docencia en marketing: *flipped classroom* y otras técnicas de aprendizaje cooperativo”, 17 de enero de 2019, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid.

Bajo la premisa de que la introducción de innovaciones en la docencia favorece mejores resultados en el aula y en el rendimiento académico de los estudiantes, en los últimos años la adopción de metodologías participativas y de aprendizaje cooperativo en las aulas universitarias ha cobrado especial relevancia. En este contexto, la denominada “flipped classroom” o “clase invertida” se presenta como una técnica innovadora y eficaz para mejorar el interés del estudiante en el aula, al tiempo que se mejoran sus resultados académicos como fruto de la mayor implicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El objetivo del presente curso-taller consiste en presentar diversas metodologías participativas y de aprendizaje cooperativo en la docencia universitaria de las asignaturas del área de marketing, prestando especial atención a la “flipped classroom”. Junto a la presentación formal de los objetivos y metodología de la técnica, se presentarán experiencias prácticas reales y se debatirá sobre los principales beneficios y dificultades experimentados en la implementación de este tipo de metodologías docentes.

Programa

Jueves, 17 de enero

11.00-12.00: Metodologías participativas, aprendizaje cooperativo y “flipped classroom”.

12.00-13.00: Taller “flipped classroom”: aplicación de técnicas participativas en la docencia universitaria de marketing

Ponente: Andrea Pérez Ruiz, Universidad de Cantabria.

Lugar de celebración: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid. c/ Francisco Tomás y Valiente, 5. Ciudad Universitaria de Cantoblanco, 28049, Madrid. Cómo llegar:

http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1234888115007/localizacion/Como_llegar.htm

Inscripción: Gratuita (socios AEMARK participantes en el Seminario de Investigación en Experimentación), 25 € (socios AEMARK) ó 50 € (no socios AEMARK). Inscripción mediante transferencia bancaria: cuenta ES45 0081 0339 9000 0133 0441. Beneficiario: Asociación Española

de Marketing Académico y Profesional (AEMARK).

Plazas limitadas hasta completar aforo. Necesaria la confirmación de asistencia en secretaria@aemark.es

Dirección: Mariola Palazón Vidal (Universidad de Murcia) y Ángel Herrero Crespo (Universidad de Cantabria)

Coordinación y contacto: Mercedes Martos (Universidad de Salamanca).



CUANDO UNA IMAGEN VALE MÁS QUE 1.000 PALABRAS ¡Gracias infinitas a todos por hacerlo posible!

Scopus

Spanish Journal of Marketing - ESIC
[Open Access](#) ⓘ
Scopus coverage years: from 2016 to 2018
Publisher: Elsevier
ISSN: 2444-9695 E-ISSN: 2444-9709
Subject area: [Business, Management and Accounting: Marketing](#)

CiteScore 2018

Calculated using data from 30 April, 2019

$$2.35 = \frac{\text{Citation Count 2018}}{\text{Documents 2015 - 2017*}} = \frac{54 \text{ Citations} >}{23 \text{ Documents} >}$$

*CiteScore includes all available document types

[View CiteScore methodology >](#) [CiteScore FAQ >](#)

[CiteScore](#) [Scopus content coverage](#)

CiteScoreTracker 2018 ⓘ

$$1.70 = \frac{\text{Citation Count 2018}}{\text{Documents 2015 - 2017}} = \frac{39 \text{ Citations to date} >}{23 \text{ Documents to date} >}$$

⚙ Metrics displaying this icon are compiled according to [Snowball Metrics ↗](#), a collaboration

Carlos Flavián
Editor SJM-ESIC

TESIS DEFENDIDAS RECIENTEMENTE

Lectura de la tesis doctoral "University Branding. Capital de marca universitario desde la perspectiva de sus grupos de interés". Universidad de Castilla La Mancha

El día 5 de octubre en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de Ciudad Real tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la tesis doctoral titulada "University Branding. Capital de marca universitario desde la perspectiva de sus grupos de interés", de la que es autora D^a Marta Retamosa Ferreiro, dirigida por el profesor Dr. Ángel Millán Campos y tutorizada por Dra. Águeda Esteban Talaya.

El Tribunal estuvo formado por los Doctores Dra. Haydeé Calderón García (Universidad de Valencia), Dr. Miguel Moital (Bournemouth University, UK) y Dr. Juan Antonio Mondéjar Jiménez (Universidad de Castilla La Mancha). La calificación obtenida fue de "Sobresaliente Cum Laude" por unanimidad, con mención internacional.



The University of Zaragoza (Spain) is proud to host this workshop (8-9 July 2019) preparatory for the Special Issue “Automated forms of interaction in services: current trends, benefits and challenges” to be published at The Service Industries Journal in 2020.

The implementation of automated and computerized forms of interaction (e.g. Artificial Intelligence, robots, chatbots, etc.) in business is having an important impact on economies and employment, among other aspects. Automation has been recently used to interact directly and physically with customers in frontline services, which is shaking up service delivery and customer-firm relationships. The use of automated forms of interaction in services is an innovation that may affect customer choices (e.g., Van Doorn et al. 2017) as well as productivity and profitability. In spite of increasing interest, recent contributions to this emerging field are mainly theoretical; consequently, there is a need to confront experts’ predictions with evidence obtained from the use of automation in frontline services.

The aim of this workshop is to deepen and broaden the current understanding of the use of automated forms of interaction in services (e.g. AI, service robots, chatbots, etc.) by focusing on their effects on value creation, relationship outcomes, customer reactions and other related aspects. We welcome submissions focused on varied service environments (health, education, banking, tourism and hospitality, etc.). All theoretical and methodological (both qualitative & quantitative) approaches are equally appreciated.

Workshop timeline (AIRSI 2019). Submission deadline: 10 March 2019. Accepted manuscripts: 15 April 2019. Workshop celebration: 8-9 July 2019.

Special issue timeline. Full papers submission: October 2019. Expected publication: July 2020

Contributions: This workshop welcomes both theoretical and empirical papers. Working papers, work in progress, and extended abstracts are welcome.

Format guidelines: Submit a work in progress or abstracts of 1.000 words by email to tsij2020@gmail.com. Please follow The Service Industries Journal guidelines for authors, available at: <https://www.tandfonline.com/action/authorSubmission?show=instructions&journalCode=fsij20>
Contact information: tsij2020@gmail.com

6th International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL 2019).

El próximo mes de junio de 2019, del 12 al 14 se celebrará en la sede de la UOC en Barcelona, la 6th International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL 2019).

Esta edición contará con Anne L. Roggeveen (Editora de Journal of Retailing) como chair de la Conferencia, junto con los profesores Martínez-López (UGR) y Gázquez-Abad (UAL). Los proceedings de la conferencia son publicados por Springer.

Se pueden presentar trabajos relacionados con cualquier aspecto del retailing, las marcas de

distribuidor o las marcas nacionales.

El plazo de envío de trabajos finaliza el próximo 10 de enero de 2019. Es necesario registrarse como autor en la plataforma Easychair, en el siguiente link: <https://easychair.org/conferences/?conf=nbpl2019>

En la web <http://www.nb-plmarketing.org/> se puede consultar información sobre las cinco ediciones anteriores, así como todos los plazos y detalles de esta sexta edición. Para más información, se puede contactar con Francisco J. Martínez- López (fjmlopez@ugr.es) o Juan Carlos Gázquez-Abad (jcgazque@ual.es).

BREAKING NEWS



Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

OFERTA DE PLAZAS INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA

Plaza investigador postdoctoral Universidad de Sevilla

El área de Marketing del Dpto. de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad de Sevilla BUSCA incorporar INVESTIGADOR DOCTOR con un curriculum potente en algunos de los campos de investigación sobre #MachineLearning y #BigData; #Neuromarketing y/o #Turismo y #SocialMedia Marketing.

Contrato como beca de investigación post doctoral. 4 años de duración que a su finalización será incluido en el plan de estabilidad del PDI de la US. Retribución bruta mensual, incluido prorrateo de 2 pagas extras, de 2.037,17 €. Esta convocatoria se incluye entre los Contratos a acceso al Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación para el desarrollo del Plan Propio de I+D+i de la Universidad de Sevilla.

Los candidatos interesados pueden ver las bases de la convocatoria en el siguiente enlace: <http://bit.ly/2PfvZvy> donde encontrarán toda la información para presentar la solicitud para optar a dicho contrato.

Se ofrece:

- Contrato beca de investigación post doctoral. 4 años de contrato que al finalizar será incluido en el plan de estabilidad del PDI de la US.
Retribución bruta mensual de 2.037,17 €.

Necesitamos que:

- El candidato, preferentemente, haya participado en convocatorias estatales de Ramón y Cajal ya evaluadas y que haya obtenido un umbral mínimo igual al 50% de la puntuación del último candidato seleccionado.
- Se valorarán las estancias en centros de investigación en el extranjero, por un período total no inferior a 12 meses, incluyendo tanto las etapas pre- como postdoctorales.



BUSCAMOS INVESTIGADOR DOCTOR
en los campos de **Machine Learning y Big Data;**
Neuromarketing ; Turismo y Social Media Marketing.



Plazas docentes Universitat de les Illes Balears

The Department of Business Economics at the University of Balearic Islands in Spain invites applications for full-time faculty positions at the level of tenure track Assistant or Associate Professor in Business Economics, Management, Corporate Finance, Marketing, and Accounting. Candidates are expected to have completed their PhD by end June, 2019.

Our department is growing and seeking for talented applicants who demonstrate a strong potential for research excellence and high quality teaching at both the graduate and the undergraduate levels. Additional information about the department is available on our website at <http://dee.uib.eu>. Since most teaching in the University is either in Spanish or in Catalan, the ability to teach at least in one of these two languages is required in two years. Open positions are to begin in September 2019.

Application procedure: Applications should include: 1. A cover letter specifying the selected area of interest; 2. Curriculum vitae; 3. Job market paper; 4. Two letters of recommendation. Applications must be submitted electronically at <https://econjobmarket.org/>.

Please, specify the position you are applying for by either selecting Business Economics”, “Management, “Corporate Finance”, “Marketing, or “Accounting” in your primary field. Qualified candidates will be invited to give a seminar in the department.

Application deadline: December 31st 2018

For further information, please email Eduard Alonso at eduard.alonso@uib.es



Universitat
de les Illes Balears

Plaza docente Universidad Pontificia de Comillas (Madrid)

El Departamento de Marketing de la Universidad Pontificia de Comillas selecciona candidatos doctores para una plaza de profesor colaborador asistente para incorporarse en el curso 2019-2020.

El perfil del puesto es el siguiente: Asignatura(s) a impartir: Investigación de Mercados y afines (Comportamiento del Consumidor) en Entornos Digitales y de Business Analytics. Tareas de impartición de clases, investigación y gestión académica en régimen de exclusividad para la Universidad con un cómputo de 37, 5 horas semanales e integración en equipo docente. Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Business Analytics. Idiomas: español e inglés.

Más información en:

<https://intranet.comillas.edu/TrabajaenComillas/PlazasPublicadas/ConvocatoriaPublica?convocatoriald=82f3d503-a241-46b9-af6b-252ad5687b10>



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

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



Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

NOMBRAMIENTOS

Ricardo Sellers Rubio, nuevo Catedrático del Departamento de Marketing en la Universidad de Alicante

El Dr. Ricardo Sellers Rubio ha sido recientemente nombrado Catedrático de Universidad en el área

de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante. El concurso se celebró el pasado 2 de octubre y estuvo presidido por Francisco Mas Ruiz (Universidad de Alicante). El resto del tribunal lo conformaron Yolanda Polo Redondo (Universidad de Zaragoza), Enrique Bigné Alcañiz (Universidad de Valencia), Ignacio Cruz-Roche (Universidad Autónoma de Madrid) y Natalia Vila López (Universidad de Valencia).



REDES SOCIALES



Publicación del libro "Nuevos horizontes del marketing y distribución comercial"

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.1022960504384731/2345057982174970/?type=3&theater>

"¿Cómo la inteligencia artificial está revolucionando el marketing digital?"

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/posts/2342624035751698>

¿Es posible robarle el color rojo a Nestlé?. McDonald's le robó el rojo a Nestlé en Facebook y fue por esto

<https://twitter.com/AEMARK/status/1066622548631318528>

Lectura de la tesis doctoral "The Strides of Consumer Neuroscience: Identifying the Brain Mechanisms Underlying the Processing of Advertising and E-commerce"

<https://twitter.com/AEMARK/status/1060834326433222657>

Recordatorio envío noticias

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

Debido a las vacaciones de Navidad, el periodo de recepción de noticias para el boletín de diciembre finalizará el día 18 de dicho mes.



Facebook



Twitter



Página Web

Copyright © AEMARK. Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Dirección postal:

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional
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