



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de noviembre de 2020 os hacemos llegar información sobre:

- Seminario de investigación. Análisis de datos generados por el usuario (UGC) en marketing.
- **Spanish Journal of Marketing-ESIC.**
- Call for papers: 8th International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2021)
- Call for papers: Congreso Internacional de Marketing (CAIM 2021).
- Colaboración: La empresa social ClicKoala busca desarrollar nuevos estudios en colaboración con grupos de investigación universitarios.
- Éxitos de nuestros compañeros. Nombramientos.

Un saludo,
Ángel Herrero Crespo



Seminario de investigación (online). Análisis de datos generados por el usuario (UGC) en marketing (20-21 enero 2021)

El contenido online generado por los usuarios (UGC) se ha convertido en una fuente de información fundamental en marketing, no solo por su riqueza y diversidad, sino también por la influencia que ejerce sobre el comportamiento de los consumidores a la hora de tomar decisiones a través del conocido como marketing boca a boca digital (eWoM). La creación de UGC online ha crecido vertiginosamente en los últimos años, especialmente en el caso de las reseñas (reviews). Por ello se hace necesario el uso de técnicas de minería de opiniones (opinion mining) para procesar esta información masiva (big data). A nivel metodológico, es conveniente seguir una serie de pasos. En primer lugar, es necesario seleccionar adecuadamente el sitio web donde se aloja el UGC, mediante webometrics e identificando su estructura. En segundo lugar, resulta preciso recolectar y descargar la información mediante filtros y software especializado. En tercer lugar, se requiere pre-procesar los datos, aplicando web content mining, ordenación y limpieza de la información. El último paso es proceder al análisis de forma cuantitativa y temática del contenido para poder obtener resultados significativos e interpretarlos. Este tipo de análisis es especialmente interesante para el marketing de empresas de servicios, como hoteles y restaurantes, donde las reseñas en línea juegan un papel fundamental en la formación de su reputación.

La ponente del seminario será Estela Mariné Roig, especialista en el análisis de la imagen del destino turístico a través de información online. Estela es Doctora Europea por la Universidad Rovira i Virgili y profesora de Marketing de Destinos Turísticos en la Universidad de Lleida, universidad en la que además es coordinadora y profesora del Máster en Marketing de Medios Sociales.

El software que se utilizará es de acceso abierto, exceptuando Excel que ya está muy extendido en nuestro país:

- Copiador de webs. Se utilizará HTTrack Website Copier (<https://www.httrack.com/>) o Cyotek WebCopy (<https://www.cyotek.com/cyotek-webcopy>).
- Editor de texto. Notepad++ (<https://notepad-plus-plus.org>) en Windows, NotepadQQ (<https://notepadqq.com>) en Linux, o Atom (<https://atom.io>) en MacOS.
- Hoja de cálculo. Microsoft Office Excel o Apache OpenOffice Calc.
- Análisis de contenido. Aplicación recomendada es KH Coder (<http://khcoder.net/en>), un software para análisis cuantitativo de contenido y minería de texto, también empleado para lingüística computacional (NLP: modelado de lenguaje natural). Actualmente, admite análisis de texto en 13 idiomas en los sistemas operativos Windows, Linux y MacOS. Además de extraer y contar palabras, KH Coder analiza la ubicación y co-ocurrencia de palabras, palabras distintivas para cada parte, agrupación y clasificación de documentos, y búsqueda y recuento de documentos usando reglas codificadas.

Fechas e inscripción:

- Celebración: 21 y 22 enero de 2021
- Inscripción: 30 € (socio AEMARK) o 60 € (no socio 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: Ana Isabel Rodríguez Escudero (Universidad de Valladolid) y Ángel Herrero Crespo (Universidad de Cantabria)
- Coordinación y contacto: Mar Gómez Rico (Universidad de Castilla-La Mancha).
- Sala virtual: Se informará días antes de la celebración del curso.

Seminario de docencia (online) "La docencia de Investigación de Mercados en la era de las nuevas tecnologías de la información" (15 enero 2021)

El sector de la investigación de mercados está experimentando una profunda transformación como consecuencia del desarrollo tecnológico, y son muchos los retos a los que se enfrenta en los próximos años. Los procesos de investigación de mercados, tal y como los tenemos entendidos hasta ahora, se verán afectados por la tecnología, la generación de datos en Internet, sitios web y redes sociales.

En este contexto, la asignatura de Investigación de Mercados forma parte del plan de estudios en el Grado en Administración y Dirección de Empresas y en el Grado en Marketing en la universidad española. También está presente en un gran número de programas de Máster. Con esta asignatura los docentes tratan de dotar a los estudiantes de las competencias necesarias para llevar a cabo todo tipo de investigaciones y análisis que les permitan conocer el mercado y obtener información de los consumidores para la toma posterior de decisiones en la empresa. Sin embargo, no sabemos en qué medida la docencia de esta asignatura se está adaptando a la nueva realidad a la que nos enfrentamos como consecuencia de la tecnología. En este sentido, son muchas las

cuestiones que surgen: ¿qué contenidos se deben impartir en la asignatura de investigación de mercados? ¿han evolucionado los contenidos al ritmo que lo ha hecho el sector de la investigación de mercados? ¿cuáles son los retos a los que nos enfrentamos los docentes en esta asignatura?.

Este seminario de AEMARK tratará de abordar estas cuestiones, y ser un foro de discusión sobre lo que debe ser la asignatura de investigación de mercados en el futuro. Para ello, comenzaremos la sesión con la ponencia a cargo del profesor Francisco Javier de la Ballina Ballina, quien nos planteará cual es la situación de la docencia en Investigación de Mercados en la universidad española tras varios años de estudio. Posteriormente, contaremos con una mesa redonda en la que los profesores Salvador del Barrio, Miguel Cervantes, y Rafael Currás debatirán sobre los nuevos retos a los que nos debemos enfrentar en la docencia de esta asignatura.

Programa

Viernes, 15 de enero

11.00 h.: “Situación de la docencia en Investigación de Mercados en la Universidad española”

Ponente: Francisco Javier de la Ballina Ballina, Universidad de Oviedo.

12.00 h.: “Nuevos retos en la docencia en Investigación de Mercados”

Ponentes:

- Salvador del Barrio García, Universidad de Granada
- Miguel Cervantes Blanco, Universidad de León / Insights Analytics España
- Rafael Currás Pérez, Universidad de Valencia

Inscripción: Gratuita (socios de AEMARK participantes en el Seminario de Investigación de UGC en Marketing), 10 € (socio de Aemark) y 25 € (no socio AEMARK). Para inscribirse en el seminario enviar petición de inscripción a secretaria@aemark.es y una vez confirmada la inscripción por secretaria realizar transferencia bancaria a la siguiente cuenta: cuenta ES45 0081 0339 9000 0133 0441, Beneficiario: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK). Plazas limitadas.

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

Coordinación y contacto: Mar Gómez Rico (Universidad de Castilla-La Mancha).

Sala virtual: Se informará días antes de la celebración del curso.



SJM-ESIC ya es virtualmente Q1 en Marketing

Queridos compañeros,

Según el Citescore de noviembre de 4.8, nuestra revista **estaría virtualmente situada** en como **Scopus Q1 en marketing**. En concreto, ocuparía la última posición del primer cuartil (41 de 177; percentil 76). Estaría ubicada justo por detrás de revistas como Journal of Services Marketing (5.4); International Journal of Bank Marketing (5.3); Journal of Research in Interactive Mk (5.5) o J. High Technology Mngmnt Research

(5.0). No obstante, tendría muy cerca otras revistas con las cuales se está discutiendo la posición relativa como Public Relations Review (4.8); Journal of Consumer Culture (4.7).

La **evolución de las citas** durante los últimos años ha sido **muy positiva**. Habiendo subido desde las 0 citas de 2016 a las 158 recibidas hasta la fecha en 2020 (0; 2; 36; 108; 158). Los trabajos que incluyen alguna cita proceden de Universidad de Zaragoza (13); Universidad de Malaga (10); Universidad de Granada (9); Universitat de Lleida (7); Central University of Kashmir (5); Università degli Studi di Firenze (4); The University of Western Australia (4); University of Seville (4); Universitas Indonesia (4); University of West Attica (4); etc.

Sería fantástico poder **conseguir este objetivo todos juntos** y contar con el apoyo de los socios a para conseguir **consolidar SJM-ESIC en el primer Cuartil (Q1)** en la categoría de **marketing**.

SJM-ESIC conseguirá consolidarse en esta posición si se citan los trabajos publicados desde 2017. No obstante, cuanto más recientes sean los trabajos citados, mayor será el número de años en el que se considere su impacto. De esta forma, si un trabajo publicado en 2020 se cita en 2021, esta cita tendrá efectos en los índices de impacto de 2021, 2022, 2023 y 2024. Sin embargo, si el trabajo es de 2017, solamente incrementará el impacto en 2021.

Desde hace varios meses, hemos habilitado en la **web de AEMARK un repositorio de la revista** con todos los trabajos publicados de la revista de la asociación desde su fundación (SJM-ESIC y Reimke). La revista ha pasado por diversas editoriales (Esic, Elsevier y Emerald) lo cual hace que los trabajos están dispersos en distintas plataformas. A partir de ahora, está todo disponible en el repositorio institucional de AEMARK.

<https://aemark.org/index.php/es-es/component/sppagebuilder/?view=page&id=206>

Este nuevo repositorio permite tener en una misma pestaña los trabajos publicados en bloques de 3 años. Esto **facilita la búsqueda de por palabras clave entre los títulos** de trabajos más recientemente publicados, a través de la **función de buscar de cada explorador**.

En espera de poder **celebrar todos juntos** la próxima **consolidación** de **SJM-ESIC** como una revista **Q1 en marketing** os enviamos nuestros mejores deseos.

	Revista	CiteScore noviembre 2020
37	Journal of Research in Interactive Marketing	5.5
38	Journal of Services Marketing	5.4
39	International Journal of Bank M Marketing	5.3
40	J. High Technology Mngmnt Research	5.0
41	SJM – ESIC	4.8
42	Public Relations Review	4.8
43	Journal of Consumer Culture	4.7

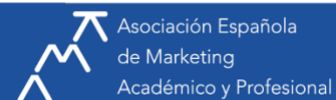
44	European Journal of Marketing	4.4
45	Journal of Brand Management	4.2

Carlos Flavián

Editor SJM-ESIC



BREAKING NEWS



CALL FOR PAPERS

8th International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2021)

The eight edition of this conference, **NB&PL2021**, will be held on **June 22nd – 23rd 2021**. This Conference has been always based on Barcelona (Spain), although this eight edition will be fully online and with reduced fees regarding the conventional edition.

Prof. Harry Timmermans (Eindhoven University of Technology, Netherlands) (*Journal of Retailing and Consumer Service's* EIC) will serve as guest-chair for this edition.

This conference is supported by **Springer**, which will publish all accepted and presented papers in a conference book, both in hard copy and online. Accepted papers will be available to a worldwide audience on Springer's platforms. This will benefit the diffusion and potential citations of this conference's papers.

More: <http://www.nb-plmarketing.org/2021-edition/welcome>

Deadline:

- Submission date at EasyChair: December 31st 2020
- Notification date: February 5th 2021
- Paper camera-ready: March 1st 2021
- Springer book: At least one of the co-authors must register by March 5th, 2021.
- Conference Dates: June 22nd – 23rd 2021

Congreso Internacional de Marketing (CAIM) 2021

La Asociación Iberoamericana de Marketing (AIM), invita a investigadores a presentar ponencias al Congreso Internacional de Marketing CAIM 2021. El Congreso se celebrará de manera virtual, en colaboración con la Universidad de Cali-Colombia los días **12 y 13 de abril de 2021**.

Todas las presentaciones deben enviarse en formato Microsoft Word y a través de la plataforma Easy Share en el sitio web de la Conferencia. El formato solicitado es un abstract extendido de no más de 4 páginas.

Las pautas y los enlaces de envío se pueden encontrar en el sitio web del Congreso Internacional de la AIM 2021 <http://aibmarketing.org/instructivo/>

Las fechas clave, así como las áreas temáticas e información general del Congreso, pueden consultarse en <http://aibmarketing.org/congreso/>



COLABORACIÓN

La empresa social ClicKoala busca desarrollar nuevos estudios en colaboración con grupos de investigación universitarios

ClicKoala es una iniciativa sin ánimo de lucro. Creada en el ámbito de la sostenibilidad por **expertos en investigación social y de mercados** cuyo propósito es **ayudar a que conecten empresas, universidades y la sociedad generando conocimiento real, contrastado y de confianza**.

A través del conocimiento generado, se crean soluciones orientadas a potenciar la sostenibilidad y hacerla más fácil, como un buscador de productos sostenibles avalados por expertos, la visibilización de expertos o la conexión de nuevas demandas en el ámbito de la sostenibilidad con el tejido empresarial español.

Hasta el momento llevan a cabo los siguientes estudios:

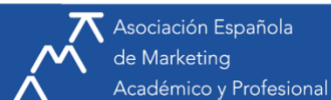
- **Estudio anual sobre consumo sostenible en España.** Se pregunta a una muestra representativa de españoles y a un panel de catedráticos, profesores e investigadores vinculados al mundo de la sostenibilidad de 25 universidades españolas. Es posible consultar la versión gratuita del estudio con el registro [aquí](#).
- **Ranking de los principales Influencers en el mundo de la sostenibilidad en Twitter en España.** Es posible consultar su última publicación [aquí](#).
- **Mapa digital de la sostenibilidad**, en el que analizan 17 sectores diferentes en clave de sostenibilidad. Es posible consultarlo [aquí](#).
- **Nuevas tendencias en el mundo de la sostenibilidad:** contrastando el crecimiento en las redes sociales de temáticas concretas relacionadas con el mundo de la sostenibilidad con la búsqueda de las mismas en Google.

ClicKoala busca colaboración y posible financiación para ampliar estos estudios o crear nuevos vinculados a **temas relacionados con la sostenibilidad que encajen con los objetivos de algún grupo de investigación / universidad** y sea beneficiosa para ambas partes. El contacto ha sido posible gracias a la colaboración de AEMARK con Insights Analytics Spain (antigua AEDEMO).

Contacto: Xavier Moraño xavier.m@empiricaonline.com



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



Cuatro nuevas catedráticas en el Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València

Entre los días 15 y 16 de octubre tuvieron lugar los concursos de acceso al cuerpo de profesor Catedrático de Catedrático de Universidad en el Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València.

Las profesoras Haydeé Calderón, Marta Frasset, M^a Eugenia Ruiz y Martina González-Gallarza concursaron a cuatro plazas de profesor Catedrático y sus comisiones evaluadoras fueron las siguientes:

Plaza Haydeé Calderón: Alejandro Mollá (Universitat de València), Amparo Cervera (Universitat de València), Jose Miguel Múgica (Universidad Pública de Navarra), M^a Jesús Yagüe (Universidad Autónoma de Madrid), Juan Antonio Mondéjar (Universidad de Castilla-La Mancha).

Plaza Marta Frasquet: Alejandro Mollá (Universitat de València), Irene Gil (Universitat de València), Jose Miguel Múgica (Universidad Pública de Navarra), M^a Jesús Yagüe (Universidad Autónoma de Madrid), Juan Antonio Mondéjar (Universidad de Castilla-La Mancha).

Plaza Eugenia Ruiz: Alejandro Mollá (Universitat de València), Irene Gil (Universitat de València), Manuel Sánchez (Universidad de Almería), Carmen Berné (Universidad de Zaragoza), Miguel Ángel Gómez (Universidad de Castilla-La Mancha).

Plaza Martina González-Gallarza: Irene Gil (Universitat de València), Gloria Berenguer (Universitat de València), Manuel Sánchez (Universidad de Almería), Carmen Berné (Universidad de Zaragoza), Miguel Ángel Gómez (Universidad de Castilla-La Mancha).



Ana M Díaz Martín, nueva Catedrática del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Autónoma de Madrid.

El martes 24 de noviembre tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo de profesor Catedrático de Universidad del Departamento de Financiación e Investigación Comercial de la Universidad Autónoma de Madrid. La Comisión evaluadora estuvo formada por los profesores Enrique Bigné Alcañiz (Universidad de Valencia), María José Sanzo Pérez (Universidad de Oviedo), Agustín Ruíz Vega (Universidad de La Rioja), Ángel Herrero Crespo (Universidad de Cantabria) y Luis Enrique Alonso Benito

(Universidad Autónoma de Madrid). La comisión acordó por unanimidad proponer el nombramiento de Ana María Díaz Martín para la plaza convocada a concurso.



Nieves Villaseñor Román, nueva Profesora Contratada Doctora del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Autónoma de Madrid

El 18 de noviembre tuvo lugar el concurso a la plaza de Profesora Contratada Doctora del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Autónoma de Madrid. La Comisión evaluadora estuvo formada por los profesores Francis Blasco (Universidad Complutense de Madrid), Juan Antonio Mondéjar (Universidad de Castilla La Mancha), Carmen Berné (Universidad de Zaragoza), Mónica Cortiñas (Universidad de Navarra), M^a Isabel Heredero (Universidad Autónoma de Madrid) y Angel Baltanás (Universidad Autónoma de Madrid).

La profesora Vanessa Mato Santiso, nueva doctora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de A Coruña (UDC).

El día 25 de septiembre tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral "Stakeholder relationship marketing in nonprofit organizations: towards omnichannel strategies", de la que es autora Vanessa Mato Santiso y codirigida por Dña. Marta Rey García (Universidad de A Coruña) y Dña. María José Sanzo Pérez (Universidad de Oviedo). El tribunal evaluador estuvo compuesto por D. Luis Ignacio Álvarez González (Universidad de Oviedo), Dña. Arminda María Finisterra do Paço (Universidade da Beira Interior-Portugal) y D. Domingo Javier Calvo Dopico (Universidad de A Coruña).



Samanta Pérez Santamaría, nueva doctora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados por la Universidad de Salamanca

El día 20 de noviembre, tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral "Private Label Supplier Disclosure: Implications for Manufacturers, Retailers and Consumers", de la que es autora Samanta Pérez Santamaría, co-dirigida por la Dr. Mercedes Martos Partal y el Dr. Álvaro Garrido Morgado, en el Programa de Doctorado en Economía de la Empresa.

El Tribunal estuvo compuesto por los Doctores Óscar González Benito (Universidad de Salamanca), Natalia Rubio Benito (Universidad Autónoma de Madrid) y Yuksel Ekinci (University of Portsmouth).



Claudia Aguirre Mejía, nueva doctora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados por la Universidad de Murcia

El 13 de noviembre tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral de Claudia Aguirre Mejía titulada "Antecedentes y consecuencias de compartir información mediante boca-oído electrónico sobre actividades de responsabilidad social corporativa" y dirigida por los doctores Salvador Ruíz de Maya, Mariola Palazón Vidal y Augusto Rodríguez Orejuela. El tribunal estuvo compuesto por Ángel Herrero López (Universidad de Cantabria), Natalia Rubio Benito (Universidad Autónoma de Madrid) y Longinos Marín

Rives (Universidad de Murcia). Esta es la primera tesis desarrollada en el marco del Convenio de Cotutela de Doble Titulación, firmado entre la Universidad del Valle y la Universidad de Murcia.



REDES SOCIALES

 Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

REDES SOCIALES

Publicación de la 2ª edición del libro Marketing digital y comercio electrónico (Eds. Pirámide) de la profesora Inma Rodríguez-Ardura.

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.2726205907393507/4010438968970188/?type=3>

El V Colloquium on European Research in Retailing CERR2020 celebrado en Valencia durante el mes de septiembre y presidido por la profesora Marta Frasquet reunió a importantes investigadores del área de la distribución comercial. La próxima edición CERR2021 se celebrará en Skema Business School Sophia Antipolis (Niza, Francia) los días 15 y 16 de julio de 2021.

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/posts/4007500262597392>

Invitación para el envío de trabajos de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial @CatedraFRAdc que se publicarán en la Colección de Documentos de Trabajo (DOCFRADIS). Los detalles para el envío, así como el índice

de impacto de la Colección y otros detalles relevantes, se pueden consultar en <https://buff.ly/3fvK8By>

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.2726205907393507/4004488602898558/?type=3>

The 25th CMC Conference @CMC_2020 will be held ONLINE on 14th-16th April 2021. All decisions regarding acceptance of submissions for 2020 will be carried forward to 2021. New submission are also invited. Deadline: 15th December 2020. More information in: <https://buff.ly/2WVhGQt>

<https://twitter.com/AEMARK/status/1329345702623899649>

Frontiers in Psychology, Frontiers in Communication and Frontiers in Artificial Intelligence invite submission to this research topic: "The Impact of AI-Enabled Technologies in E-commerce and Omnichannel Retailing". More information in: <https://buff.ly/32A9uJh>

<https://twitter.com/AEMARK/status/1327153230392995841>

Special Issue Sustainability: Applications of New Technologies in Tourism Activities. Deadline: 15 September 2021. More information: <https://buff.ly/3eU3osh> . Guest Editors: Elena Carvajal-Trujillo (University of Huelva) and David Castilla-Espino (University of Huelva)

<https://twitter.com/AEMARK/status/1327878761077989378>

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.