



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de octubre de 2021 os hacemos llegar información sobre:

- Reunión Junta Directiva AEMARK octubre 2021.
- Artículo divulgativo: Egresados universitarios y empleo. Especial referencia al ámbito de economía y empresa.
- Conference 16st Academy of Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Conference (ACIEK). Greening, Digitizing and Redefining Aims in an Uncertain and Finite World (Sevilla 2022)
- Oferta de empleo Tecnológico de Monterrey
- Reconocimiento de nuestros compañeros: Premio y Nombramientos.

Un saludo,

Ángel Herrero Crespo



REUNIÓN JUNTA DIRECTIVA AEMARK OCTUBRE 2021

El pasado día 7 de octubre de 2021 se celebró la reunión de la Junta Directiva de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK). Dicha reunión se celebró en formato híbrido. Presencialmente en la Universidad Autónoma de Madrid y virtual a través de la plataforma Microsoft Teams.

Con la asistencia de los miembros de la Junta Directiva y tras aprobarse el acta de la reunión anterior, el Presidente señaló los dos grandes hitos de AEMARK, como son la organización del Congreso Nacional AEMARK y los seminarios de investigación y docencia celebrados habitualmente en el mes de enero.

Posteriormente la reunión abordó las diferentes áreas de gestión de los integrantes de la Junta Directiva, realizándose una exposición sobre las nuevas propuestas de actuación para el curso 2021-22.

En la reunión de la Junta Directiva se debatieron también aspectos relacionados con la organización del XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK que se celebrará en Valencia en septiembre de 2022, y se puso de manifiesto el total apoyo de la Asociación al Comité Organizador.



ARTÍCULO DIVULGATIVO

EGRESADOS UNIVERSITARIOS Y EMPLEO. ESPECIAL REFERENCIA AL ÁMBITO DE ECONOMÍA Y EMPRESA.

En el presente número del Boletín septiembre 2021 compartimos la versión divulgativa, elaborada al efecto por los compañeros de la Universidad de Granada, Teodoro Luque Martínez, Luis Doña Toledo y Nina Faraoni que se basa en su ponencia presentada en el Congreso AEMARK 2021. Puede acceder al artículo pinchando [aquí](#).

En dicho trabajo se ofrece información sobre características de la inserción laboral y satisfacción o intención de repetir los estudios, en estudiantes egresados del área de Economía y Empresa. Estos son aspectos de especial utilidad tanto para los docentes como para los gestores universitarios.

Esperamos que la lectura sea de vuestro interés.

BREAKING NEWS

 Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

CONFERENCE

16st Academy of Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Conference (ACIEK). Greening, Digitizing and Redefining Aims in an Uncertain and Finite World (Sevilla 2022)

ACIEK

ACADEMY OF INNOVATION,
ENTREPRENEURSHIP AND KNOWLEDGE



Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge (ACIEK) is a global organization that welcomes scholars seeking to acquire a deep understanding of innovation and knowledge theory and practice. The Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge holds its Conferences in top international universities. The overall theme of each ACIEK Conference is broken down into the same topic or different subtopics for each journal.

Previous editions of this international conference have been held in cities such as Valencia, Lisbon, Verona, Madrid or Paris, while they have been regional in various locations of Asia-Pacific-South America. In the last 5 years the countries represented in the different editions have been about 70.

Journals indexed in the Web of Science-core collection with Journal Citation Report Social Science Citation Index (JCR-SSCI):

- Journal of Business Research. 2020 IF: 7.55. Subject: Business (Q1)
- Technological Forecasting & Social Change. 2020 IF: 8.593. Subject: Business (Q1)
- Review of Managerial Science. 2020 IF: 7.127. Subject: Management (Q1)
- International Journal of Entrepreneurial Behaviour Research. 2020 IF: 4.412. Subject: Business (Q2). Management (Q2)
- International Entrepreneurship and Management Journal. 2020 IF: 5.94. Subject: Business (Q2) Management (Q2)
- Psychology & Marketing. 2020 IF: 2.939. Subject: Business (Q3)
- Journal of Consumer Behaviour. 2020 IF: 3.28. Subject: Business (Q3)
- British Food Journal. 2020 IF: 2.518. Subject: Food (Q3). Agricultural Economics (Q2)
- Economic Research. 2020 IF: 3.034. Subject: Economics (Q2)
- International Journal of Software Science and Computational Intelligence. Indexed in Core Collection (WoS) on May, 2021.

Key Tracks:

<ul style="list-style-type: none">• New advances in business topics• Technology and innovation management• Open innovation and digital ecosystems• Psychology and management/psychology and marketing• Marketing and communication• Entrepreneurship• Strategic management	<ul style="list-style-type: none">• Education and development• Operations, supply chain management, and logistics• Information systems• Public and nonprofit organizations• Research methods• Tourism management• Family business• Diversity management• International business
--	---

<ul style="list-style-type: none"> • Service management • Corporate finance • Corporate governance • Organizational behavior • Human resource management • Social changes and social issues • Economics and society • Sustainability and the green economy 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumer behavior • Industrial marketing • Intangible asset management • Business ethics • Management control • Food & beverage • Gender and diversity
--	--

More information:

<https://www.aciek-academy.com/aciek-conference-2022/>

Important dates:

- Submission deadline for extended abstract: **November 30th, 2021.**
- Notification of conditional acceptance: **December 10th, 2021.**
- Submission deadline for full paper: **February 1st, 2022 (12:00 UTC+2).**
- Notification of acceptance of full paper: **February 10th, 2022.**
- Early bird registration: **Until March 4th, 2022.**
- Late registration: **From March 5th to April 1st, 2022.**
- Final program: **April 8th, 2022.**
- Conference: **June, 28th-30th, 2022.**

Co-Chairs:

- Dr. Manuel Rey-Moreno, Full Professor of Marketing at Universidad de Sevilla (mrmoreno@us.es).
- Antonio G. Leal-Millán, Full Professor of Management at Universidad de Sevilla (aleal@us.es)

OFERTA EMPLEO

Tecnológico de Monterrey invites applications for the position of Director of the Center for Retailing and Retailing Research Group



The Center for Retailing and Retailing Research Group of Tecnológico de Monterrey represents an exciting opportunity for a new Director to lead a very important initiative embedded in this relevant sector in Mexican economy. Despite the great growth of the modern channel, the traditional retail represents a great opportunity for companies in Latin American Region, considered one of the most attractive markets in the world for

different global retailers. With high standard academic performance and great challenges in the sector, this is a time for forward thinking in our Group.

About the Retail Group

Our Mission is to promote and support the development of retail trade in Mexico through the preparation of the best professionals specialized in the area, executive programs and activities, consulting and research, thereby promoting the improvement of retail trade practices in the country. Through the academic practices of consulting, training and research in retailing with companies in the sector, we look forward to place Tecnológico de Monterrey as the leading institution in Latin America, achieving long-term and solid relationships that bridge academia and industry on behalf of our Regional economies.

Due to the fact that in Mexico, the Retail industry represents **16%** of GDP, **45%** of economic units and **24%** of employment, according to official statistics, where traditional retail still represents **63%** of the market. The challenge of this position consists in maintaining and enhancing the outstanding record of our Center in the following areas:

- a) **National and international network:** **15** years of consolidated relationship with strategic companies in the industry through a vast national and international network of more than **800** Directors-Executives trained and a First level Advisory Council with CEO's of the most relevant companies in Mexico.
- b) **Research and Academic capital:** With more than **680** alumni from the Graduate concentration, **35** Q1, Q2 journal papers published in the recent years, **22** working papers, a Research and Innovation in Education Group with **9** researchers, **8** Doctoral students, and a Research Mentoring guidance by top Researchers in the field like Dhruv Grewal, Anne L. Roggeveen, and Jan Benedict Steenkamp.

The Research topics prioritized by the Retail GIEE

- Shopping Behavior
- Retail Branding
- Retail Atmospheric
- Retail Service
- Retail Environment
- Merchandise, Decisions and Profitability
- Green Retailing
- Store format innovation
- Impact of Technology in Retail Experience

Qualifications

The ideal candidate will be an accomplished scholar with outstanding skills related to leadership, communications, and relationship-building to be highly effective in this role. The candidate must have:

- Ph.D. in Management or Administration (with a specialty/or focused in Marketing, Consumer Behavior, Business Intelligence, Business Analytics)

- Rank is open in line with qualifications
- Publications in refereed journals and a well-developed research agenda with the potential for sustained publications in high quality journals.
- Commitment to high quality teaching as evidenced by student evaluations.
- Professional work experience related to discipline is desirable.
- Challenge, guide and foster student development.
- Participation in the professional, academic and social environment.
- Being a role model to inspire students

Contract type

This is an undetermined time contract. With the following benefits and

- Monthly base salary guaranteed
- Christmas Bonus
- Vacation Premium
- Savings Fund
- Employee Federal Medicare Fee
- Medical Insurance
- Scholarships for your children at Tecnológico de Monterrey Campuses

Monthly based salary package: is designated according to Credentials (experience and academic level)

About Tecnológico de Monterrey

Tecnológico de Monterrey is a private non-for-profit institution with over 26 campuses in Mexico. It has more than 89,000 students and 230,000 alumni. Our mission is to educate proactive, humanistic and internationally-competitive leaders for the academic, business, civic, and government sectors. With over 100 academic programs at the undergraduate and graduate level, we have established a reputation for providing educational experiences of the highest quality and fit for an increasingly globalized and digitalized world.

Our university is one of the Top 5 in Latin America and Top 30 of the private universities in the world, according to the QS World University Ranking. The Times Higher Education World University Ranking considers it #1 in Mexico and #4 in Latin America. In addition, our university is accredited since 1953 by the Southern Association of Colleges and Schools of the United States. For more information about Tecnológico de Monterrey, please visit: <https://www.tec.mx/en>

Appointment date:

January 2022

Application procedure:

Interested candidates should submit an application package including the following: curriculum vitae, cover letter, and evidence of academic credentials that might include student evaluations, publication in academic journals, etc.

Please send application package by e-mail to Liliana Mendivil, Business Faculty Recruiter: lmendivil@tec.mx

Review will begin immediately and will continue until the position is filled.

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS A LOS SOCIOS DE AEMARK



PREMIOS

Los profesores de la Universidad de Granada, Juan Sánchez Fernández y Luis Alberto Casado Aranda, reciben el primer premio de Estudios Financieros 2021 por su trabajo de investigación en la categoría de Marketing y Publicidad

Los profesores del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la UGR Juan Sánchez Fernández y Luis Alberto Casado Aranda han conseguido el primer premio en la categoría "Marketing y publicidad" dentro de la 31ª Edición del Certamen Estudios Financieros.

El reconocimiento se ha producido por el trabajo titulado "Neuroonline: ¿Puede el neuromarketing ayudar a mejorar el diseño de la web de compra? Un estudio neurocientífico sobre entornos de compra hedónicos y utilitarios". El premio está dotado con 9.000€.

La gala de entrega se ha celebrado en el Ateneo de Madrid. Este galardón de investigación nacional está impulsado por el Centro de Estudios Financieros, una institución privada de ámbito español creada en 1977 y que imparte másteres, cursos y oposiciones en el ámbito de administraciones públicas, asesoría de empresas, jurídico, laboral y marketing y ventas.

El trabajo premiado sigue una línea desarrollada en los últimos años por el grupo de investigación al que pertenecen (SEJ-625: Marketing y Cambio Social), que versa sobre el neuromarketing y la capacidad de las herramientas cerebrales para identificar diferencias en elementos inmersos en entornos de compra online.

En este trabajo, los autores utilizan la técnica cerebral de resonancia magnética funcional para explorar diferencias cerebrales durante la exposición de usuarios de Internet ante dos tipos de anuncios estáticos online (llamados banners), ampliamente utilizados en entornos de compra: los llamados hedónicos y utilitarios. Los resultados cerebrales revelan que, en comparación con los banners utilitarios, los anuncios estáticos hedónicos implican procesos cerebrales cognitivos más fuertes, que se traducen en mayores activaciones relacionadas con la selección de información relevante (o "codificación de la memoria") y la recuperación de la memoria. De forma crucial, los investigadores encontraron que estas áreas cerebrales se relacionaron con un mayor recuerdo de los usuarios hacia estos anuncios hedónicos.

Dichas revelaciones pueden implicar que el uso de atributos estáticos basados en la experiencia, en lo social (por ejemplo, enlaces a redes sociales o entornos familiares) y en lo emocional (tales como enfatizar los sentimientos y emociones) como forma de presentación de productos online conduzca a ese anuncio a una mayor relevancia, mejor recuerdo y en fin, último, a que su producto sea elegido frente al de otros competidores.



Carla Rodríguez Sánchez nueva Titular del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante.

El pasado 1 de octubre tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesores Titulares de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores Dr. Ricardo Sellers Rubio (Universidad de Alicante), Dr. Felipe Ruiz Moreno (Universidad de Alicante), Dra. Ana Belén Casado Díaz (Universidad de Alicante), Dr. Luis Casaló Ariño (Universidad de Zaragoza) y Dra. María José Miquel Romero (Universidad de Valencia).



Franco Manuel Sancho Esper nuevo Titular del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante.

El pasado 1 de octubre tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesores Titulares de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores Dr. Francisco José Mas Ruiz (Universidad de Alicante), Dra. Ana Belén Casado Díaz (Universidad de Alicante), Dr. Felipe Ruiz Moreno (Universidad de Alicante), Dr. Luis Casaló Ariño (Universidad de Zaragoza) y Dra. María José Miquel Romero (Universidad de Valencia).



Lucía Porcu nueva Titular del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada.

El pasado 4 de octubre tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesores Titulares de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores Dr. Teodoro Luque Martínez (Universidad de Granada), Dr. Salvador del Barrio García (Universidad de Granada), Dr. Carlos Flavián Blanco (Universidad de Zaragoza), Dra. Leticia Santos Vijande (Universidad de Oviedo) y Dra. Carmen Pérez Cabañero (Universidad de Valencia).



Juan Antonio García Martín nuevo Titular del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Castilla-La Mancha.

El pasado 20 de octubre tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesores Titulares de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Castilla-La Mancha. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores Dra. Águeda Esteban Talaya (Universidad de Castilla-La Mancha), Dra. Leticia Santos Vijande (Universidad de Oviedo), Dr. Joaquín Aldás Manzano (Universidad de Valencia), Dr. Jesús García de Madariaga (Universidad Complutense de Madrid), y Dr. Ángel Millán Campos (Universidad de Castilla-La Mancha).



Alicia Bernal Palazón, nueva doctora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia

El pasado día 18 de octubre tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral "Determinantes y consecuencias de los ataques colaborativos contra la marca (Online Firestorms)" de la que es autora Dña. Alicia Bernal Palazón y dirigida por la Dra. Elena Delgado Ballester y la Dra. Inés López López de la Universidad de Murcia. La Tesis, obtuvo la calificación de Sobresaliente. El tribunal evaluador estuvo compuesto por los doctores Dr. Francisco José Sarabia (Universidad Miguel Hernández) como presidente, el Dr. Luis Casaló (Universidad de Zaragoza) como vocal y la Dra. Manuela López (Universidad de Murcia) como secretaria.



REDES SOCIALES

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.org