



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de enero de 2022 os hacemos llegar información sobre:

- 33 congreso Internacional de Marketing AEMARK 2022.
- Seminarios AEMARK 2022
- Homenaje póstumo a nuestro compañero Rodolfo Vázquez Casielles.
- Convocatoria Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial: Premio a TFG en materia de distribución comercial y retail.
- Conference: Congreso Internacional virtual Asociación Iberoamericana de Marketing (AIM 2022).
- Conference: International Marketing Trends Conference (IMTC 2022).
- Call for Chapter: Social Marketing & Sustainable development goals (Springer).
- Reconocimiento de nuestros compañeros: Nombramiento y Tesis.

Un saludo,

Ángel Herrero Crespo



33 CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AEMARK 2022



Ya está disponible la web del 33 Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2022 que se celebrará en Valencia, organizado por los profesores del área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València y la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional, AEMARK.

Fechas clave:

- 1 Febrero 2022. Apertura de la plataforma web para el envío de ponencias, trabajos en curso y pósteres.
- 2 de Mayo 2022. Fecha límite para el envío de ponencias, trabajos en curso y pósteres
- 2 de Mayo 2022. Fecha límite para el envío de Tesis Doctorales
- 1 Junio 2022. Fecha de comunicación de trabajos aceptados
- 15 Junio 2022. Fecha límite de inscripción con cuota reducida
- 7-9 Septiembre 2022. Celebración del 33 Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2022

Enlace web con la información:

<http://www.aemarkcongresos.com/congreso2022/index.php/en/>

GRAN ACOGIDA DE SEMINARIOS AEMARK 2022



Como es tradición en AEMARK, el pasado día 20 de enero se celebraron dos seminarios de gran interés para nuestros socios.

El primero de ellos, fue el seminario de docencia que abordó la situación de la docencia en Marketing Digital y retos para las titulaciones de marketing. El segundo, fue el seminario de investigación que trató sobre la evaluación y difusión de la investigación a través del análisis métrico de las publicaciones científicas.

Debido a la evolución de la pandemia, los seminarios se realizaron en modalidad online, aunque inicialmente estaba previsto realizarse en modalidad presencial en la sede de ESIC en Madrid. En este nuevo escenario se ampliaron las plazas, asistiendo más de setenta profesores procedentes de gran parte de las universidades españolas.

La mañana del jueves 20 de enero comenzó con el seminario titulado “La incorporación de los contenidos de marketing digital al Grado en Marketing”, impartido por Rebeca San José Cabezedo de la Universidad de Valladolid. Posteriormente, Mariola Palazón (Universidad de Murcia), Enrique Bigné (Universidad de Valencia) y Jose Manuel Más (ESIC Business School) participaron en el seminario “Experiencias sobre la docencia en marketing digital”.

Durante las dos sesiones pudimos conocer como han abordado, en diferentes universidades y titulaciones, la modificación de los planes de estudio en los grados de Marketing y ADE para incorporar contenidos de marketing digital. A través de las experiencias aportadas se plantearon los retos, dificultades, pero también los positivos resultados obtenidos en los procesos de adaptación de las titulaciones a la creciente demanda de conocimiento y experiencia en materia digital.

El segundo seminario, celebrado en la tarde del miércoles 20 de enero, fue el seminario de investigación impartido por María Ángeles Oviedo García con el título: “Métricas complementarias al Factor de Impacto del JCR” y Carlos Flavián Blanco con “Redes sociales de investigación y perfil del investigador”. La jornada finalizó con la mesa redonda sobre “Buena y mala praxis en investigación”.

Desde AEMARK queremos agradecer tanto a ponentes, como participantes y organizadores, por su presencia e interés en los dos seminarios desarrollados. Estamos muy satisfechos por la respuesta que han tenido y el aprendizaje y conocimientos compartidos.

Esperamos que hayan sido de utilidad en el desarrollo de vuestras actividades docentes e investigadoras.

¡¡Muchas gracias a todos, como siempre, por vuestra confianza en las actividades de AEMARK!!

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Seminario de docencia

"La docencia en Marketing Digital: contenidos básicos y retos para las titulaciones de marketing"

20 de enero de 2022

La incorporación de los contenidos de Marketing Digital al Grado en Marketing

Rebeca San José Cabezado

Universidad de Valladolid

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Métricas complementarias al Factor de Impacto del JCR

20 enero 2022

Spanish Journal of Marketing - ESIC

ISSN 2444-9709

ESIC

El perfil investigador (investigadores y revistas) Redes sociales de investigación

Carlos Flavián Editor SIM-ESIC Universidad de Zaragoza cflavian@unizar.es

Homenaje póstumo a nuestro compañero Rodolfo Vázquez Casielles

Se informa de la celebración del aplazado, por motivos de la pandemia, homenaje a nuestro compañero el Profesor Rodolfo Vázquez Casielles, fallecido en diciembre de 2019.

Dicho homenaje tendrá lugar a las 12 horas del próximo viernes 1 de abril, de forma presencial, en el aula magna de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo.

Con el fin de organizar el acto y dadas las restricciones actuales de espacio derivadas del protocolo COVID, rogamos a quienes tengan pensado acudir lo comuniquen a la dirección de correo catedrafarecesdc@uniovi.es antes del día 15 de marzo.

Convocatoria de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial. Premio al Trabajo de Fin de Grado en materias de distribución comercial y retail.



La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución convoca un premio a Trabajos Fin de Grado (TFG) de los Grados Oficiales impartidos en cualquiera de las universidades españolas que hayan sido presentados durante el curso académico 2020-2021 y durante el curso 2021-2022 (hasta el 1 de marzo de 2022).

El área temática con la que deben estar relacionados los TFG que opten al premio es la de distribución comercial en lo relativo al retail, comercio minorista.

El **plazo** de presentación de solicitudes está abierto hasta el día **15 de marzo de 2022**. Las solicitudes serán dirigidas a la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial de la Universidad de Oviedo, por correo electrónico a la dirección: catedrafarecesdc@uniovi.es

Las Bases de la Convocatoria junto con los anexos I, que recoge el modelo de solicitud, y el anexo II, que recoge la autorización para efectuar notificaciones por correo electrónico pueden consultarse [aquí](#).

CONFERENCE

Congreso Internacional virtual Asociación Iberoamericana de Marketing (AIM) 2022



El congreso internacional de la Asociación Iberoamericana de Marketing 2022 se celebrará el mes de mayo (días 30 y 31) en formato virtual. El congreso ofrecerá un espacio de encuentro para la comunidad académica y profesional de marketing que nos

permita interactuar con colegas. Por otro lado, nos permitirá compartir las nuevas tendencias de investigación a través de los trabajos sometidos a evaluación.

Los tracks del congreso son:

- Comportamiento del consumidor y consumo
- Marketing estratégico y RSC
- Innovación y decisiones de producto, marca y precio
- Comunicación y ventas
- TIC, e-marketing y mobile marketing
- Distribución comercial, gestión minorista.

Fechas importantes:

- Envío de Structured Abstracts (max. 4 pgs.): hasta 28 de febrero de 2022
- Llamado a revisores: hasta el 22 de febrero de 2022
- Notificación evaluación: 28 de marzo de 2022
- Período de inscripción ponentes: 28 marzo a 29 abril de 2022
- Período de inscripción sin ponencia: 28 marzo a 23 mayo de 2022
- Celebración congreso: 30 - 31 de mayo 2022.

Más información: <https://www.aimcongreso.org/>

International Marketing Trends Conference (IMTC 2022)



Roma - 20-22 January 2022

El pasado viernes 21 de enero tuvo lugar la sesión inaugural del 21st International Marketing Trends Conference (IMTC), en la Università LUMSA Roma.

En la Opening Session participó nuestro presidente, Ángel Herrero, en representación de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK.

Tras el discurso de bienvenida a cargo de la presidenta de IMTC, Françoise Conchon-Andreani, actuaron como chairs de la sesión, Alberto Pastore (Sapienza Università di Roma) y Gennaro Iasevoli (Università LUMSA Roma). Junto a la participación de AEMARK, dicha sesión contó con los representantes de Università LUMSA (Francesco BONINI, Rector of Università LUMSA Roma), de la Società Italiana Marketing SIM (Angelo Di Gregorio, President Società Italiana Marketing SIM), de la Società Italiana di Management SIMA (Sandro Castaldo, President Società Italiana di Management SIMA) y de la Association Française du Marketing AFM (Alain DECROP, President Association Française du Marketing AFM).

CALL FOR CHAPTER

Social Marketing & Sustainable development goals (SDGs). Case studies for a global perspective. Book Series “Springer Texts in Business and Economics”

Next book from Springer publishing. This book approaches the Sustainable Development Goals (SDGs) by the United Nations from a social marketing perspective, including cases from different regions around the world. The chapters should be written for classroom use.

In a globalized world, social marketing has become essential to solve problems related to public health, global warming, education, social issues, traffic safety, etc. Thus, social marketing has become a key tool for all types of organizations worldwide.

Social marketing is characterized by the coordination of different complementary approaches, to achieve the realization or modification of ideas, attitudes, or behaviors (Santesmases, 1999; Alves & Galan, 2019; Alves, Galan & Rivera, 2021) and, therefore, can be used in order to progress toward the achievement of Sustainable Development Goals (SDGs).

In 2015, the United Nations approved the 2030 Agenda on Sustainable Development, with the purpose of "improving the lives of all, leaving no one behind" (The United Nations, 2022).

It included 17 Sustainable Development Goals, "to build a better world" (The United Nations, 2022):

- Goal 1 - No poverty: “Economic growth must be inclusive to provide sustainable jobs and promote equality”.
- Goal 2 - Zero hunger: “The food and agriculture sector offers key solutions for development, and is central for hunger and poverty eradication”.
- Goal 3 - Good Health and Well-Being: “Ensuring healthy lives and promoting the well-being for all at all ages is essential to sustainable development”.
- Goal 4 – Quality Education: “Obtaining a quality education is the foundation to improving people’s lives and sustainable development”.
- Goal 5 – Gender Equality: “Gender equality is not only a fundamental human right, but a necessary foundation for a peaceful, prosperous and sustainable world”.
- Goal 6 – Clean Water and Sanitation: “Clean, accessible water for all is an essential part of the world we want to live in.
- Goal 7 - Affordable and Clean Energy: “Energy is central to nearly every major challenge and opportunity”.
- Goal 8 – Decent Work and Economic Growth: “Sustainable economic growth will require societies to create the conditions that allow people to have quality jobs”.
- Goal 9 – Industry, Innovation, and Infrastructure: “Investments in infrastructure are crucial to achieving sustainable development”.
- Goal 10 – Reduced Inequalities: “To reduced inequalities, policies should be universal in principle, paying attention to the needs of disadvantaged and marginalized populations”.
- Goal 11 – Sustainable Cities and Communities: “There needs to be a future in which cities provide opportunities for all, with access to basic services, energy, housing, transportation and more”.

- Goal 12 – Responsible Consumption and Production: “Responsible Consumption and Production”.
- Goal 13 – Climate Action: “Climate change is a global challenge that affects everyone, everywhere”.
- Goal 14 – Life Below Water: “Careful management of this essential global resource is a key feature of a sustainable future”.
- Goal 15 – Life on Land: “Sustainably manage forests, combat desertification, halt and reverse land degradation, halt biodiversity loss”.
- Goal 16 – Peace, Justice and Strong Institutions: “Access to justice for all, and building effective, accountable institutions at all levels”.
- Goal 17 – Partnerships: “Revitalize the global partnership for sustainable development”.

Delivery Date

- Deadline for an extended abstract submission (500 words, approximately): **by 15th March, 2022**. To: mgalan@unex.es and halves@ubi.pt
- Deadline for abstract acceptance: by **31st March, 2022**.
- Deadline for full case submission: **by 31st May, 2022**. To: mgalan@unex.es and halves@ubi.pt
- Deadline for case acceptance: **31st July, 2022**.

The book is scheduled to be published in 2023.

More information [here](#).



Inés Kuster Boluda y Pablo Muñoz Gallego nombrados especialistas y miembros del Comité Asesores de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora

En el BOE de 10 de enero de 2022 de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, se ha publicado la resolución por la que se nombran especialistas y miembros de Comités Asesores de la CNEAI.

En el campo 8: Ciencias Económicas y Empresariales se nombra a nuestros a nuestros compañeros Inés Küster Boluda (Universitat de Valencia) y Pablo Muñoz Gallego (Universidad de Salamanca).

Acceso a la información en https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-566



TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS / DEFENDIDAS POR SOCIOS

Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

María Cristina Otero Gómez nueva doctora de la Universidad de Valencia

El pasado día 21 de diciembre tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral “Amor a la marca y a la comunidad de marca: conexión entre valores emocionales y relacionales desde una perspectiva cross-cultural”, de la que es autora Dña. María Cristina Otero Gómez y dirigida por la Dra. Silvia Sanz Blas de la Universidad de Valencia. El tribunal evaluador estuvo compuesto por los doctores Dr. Javier Sánchez García (Universidad Jaime I), Dr. Joaquín Aldás Manzano (Universidad de Valencia), y Dra. Mar Gómez Rico (Universidad de Castilla-La Mancha).



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