



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de marzo de 2023 os hacemos llegar información sobre:

- Nuestra asociación: XXXIV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2023.
- Nuestra asociación: Seminario de investigación Text and Image Mining for Marketing Research with KNIME (22 al 25 de mayo de 2023).
- Reconocimiento de nuestros compañeros: Nombramientos y Tesis.

Un cordial saludo,

Natalia Rubio Benito



La 34ª edición del Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2023, se celebrará en Madrid los días 6, 7 y 8 de septiembre. Está organizado por los profesores de ESIC University & ESIC Business & Marketing School y la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK.

Os recordamos que el 2 de mayo de 2023 es la fecha límite para el envío de ponencias, trabajos en curso, pósteres y Tesis Doctorales.

Enlace a la web del congreso con toda la información:

<http://www.aemarkcongresos.com/congreso2023/es/>

De acuerdo con su vocación de impulsar la investigación y docencia en el ámbito del Marketing, AEMARK convoca diversos premios, que se entregan anualmente en el Congreso Internacional de Marketing:

1. Premio Trayectoria en Marketing
2. Premio Mejor Artículo de Investigación
3. Premio Mejor Artículo Publicado en la Spanish Journal of Marketing -ESIC
4. Premio Mejor Tesis Doctoral
5. Reconocimiento a la Mejor Ponencia
6. Reconocimiento al Mejor Trabajo en Curso
7. Reconocimiento al Mejor Póster
8. Ayudas Investigadores Latinoamericanos
9. Ayudas para Investigadores de la asociación Francesa de Marketing (AFM)
10. Premio al Mejor Revisor de Spanish Journal of Marketing -ESIC
11. Reconocimiento Aemark a la Excelencia en Marketing

La información y bases actualizadas de los premios AEMARK 2023 está disponible en la web de la asociación:

<https://www.aemark.org/index.php/es-es/nosotros/premiosaemark>

Aprovechamos también para anunciar los miembros de la sesión “Meet-the Editors”

Esta edición da la bienvenida a tres revistas líderes del sector: Journal of Business Research, Journal of Interactive Marketing, Journal of Travel Research.



Dr. Dipayan Biswas, Editor del [Journal of Business Research](#)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/dipayan-biswas-b216b7241/>

Journal homepage:

<https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-business-research>



Dra. Sonja Gensler, Editora del [Journal of Interactive Marketing](#)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/sonja-gensler-6369a86/>

Journal homepage:

<https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-interactive-marketing>



Dra. Nancy McGehee, Editora del [Journal of Travel Research](#)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/nancy-mcgehee-19082296/>



Seminario de investigación: Text and Image Mining for Marketing Research with KNIME (22 al 25 de mayo de 2023)

Knime es una plataforma modular abierta de exploración de datos, que permite al usuario crear flujos de datos de forma visual e intuitiva. La operativa de Knime permite ejecutar funciones matemáticas y estadísticas, control de flujo de trabajo, algoritmos predictivos avanzados y de machine learning. Tras la ejecución, los resultados se pueden analizar mediante vistas interactivas tanto de los datos como de los modelos.

Uso de KNIME para Marketing Analytics

(a) Análisis de datos sobre rotación de clientes (Customer Churn)

(b) Text mining:

Análisis de sentimientos y reputación de marca

Análisis de experiencias del cliente y Topic Models.

(c) Image mining:

Análisis de contenido visual de marketing.

(d) Investigación de keywords para SEO

El objetivo de este curso es contribuir al conocimiento del investigador sobre cómo utilizar métodos, procesos y herramientas de minería de texto/imágenes para la investigación empresarial (enfoque en marketing). El curso está diseñado para preparar a los investigadores para los desafíos conceptuales y empíricos que implica el uso de datos no estructurados.

El investigador que impartirá el curso es Francisco Villarroel Ordenes, profesor de Marketing en la Universidad LUISS Guido Carli, donde enseña Business & Marketing Analytics, Performance Marketing y Unstructured Data Analysis. Su investigación gira en torno al marketing en redes sociales y la experiencia del cliente. Ha publicado en revistas como Journal of Consumer Research, Journal of Marketing, Journal of Service Research y Journal of Retailing, entre otras.

Programa

Fechas:

- 22 de mayo, lunes, de 10:00 a 13:00 horas.
- 23 de mayo, martes, de 10:00 a 13:00 horas.
- 24 de mayo, miércoles de 10:00 a 13:00 horas.
- 25 de mayo, jueves de 10:00 a 13:00 horas.

Contenido:

- 1) Introducción a los métodos de minería de texto/imágenes y KNIME (4 horas).
- 2) Métodos de diccionario (4-5 horas).
- 3) Machine Learning (4-5 horas).

Cada unidad incluye teoría relacionada con la investigación del lenguaje, aplicaciones empíricas con KNIME y trabajo práctico (es posible que algunos trabajos prácticos deban llevarse a cabo después de las sesiones) utilizando conjuntos de datos públicos de plataformas de redes sociales (Twitter) y sitios de comentarios/recomendaciones (ej., YELP). El curso será útil para la toma de decisiones relacionadas con la recopilación de datos de texto, la medición, el modelado y el posicionamiento de futuros artículos.

Requisitos previos:

Se recomiendan conocimientos básicos de marketing, machine learning y estadística (pero no son necesarios). El curso utilizará KNIME Analytics Platform como el principal software de análisis, junto con integraciones de R. Antes del inicio del curso, los participantes deberán descargar e instalar la plataforma KNIME Analytics de código abierto y las extensiones en su computadora portátil. Recibirán un correo electrónico con indicaciones sobre la preparación necesaria antes de unirse al curso (por ejemplo, descargar un libro gratis, ver vídeos introductorios, lecturas sugeridas). Se recomienda utilizar un portátil con al menos 16 GB de RAM. Aquellos que trabajan con un portátil de menos capacidad RAM (< 16 GB) pueden experimentar dificultades al trabajar con conjuntos de datos más grandes.

Idioma: Los materiales del curso están en inglés y las explicaciones orales serán en español.

Lugar de celebración: Online a través de Microsoft Teams.

Inscripción: 50 € (socios AEMARK), 90 € (no socios AEMARK). Para inscribirse en el seminario rellena el siguiente formulario <https://forms.gle/byBRu3VvBheeSy567> y una vez confirmada la inscripción por secretaría, realizar transferencia bancaria a la siguiente cuenta: cuenta ES45 0081 0339 9000 0133 0441, Beneficiario: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK).

Dirección: Jano Jiménez Barreto (jano.jimenez@uam.es) y Natalia Rubio Benito (natalia.rubio@uam.es) (Universidad Autónoma de Madrid).

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

M^a del Mar García de los Salmones Sánchez, nueva Catedrática del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Cantabria

El pasado miércoles 15 de marzo tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de D^{ña}. M^a del Mar García de los Salmones Sánchez. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores D^{ña}. Matxalen Llosa Blas (Vicerrectora de Internacionalización y Compromiso Global de la Universidad de Cantabria), D^{ña}. Ana Isabel Rodríguez Escudero (Universidad de Valladolid), D. Arturo Molina Collado (Universidad de Castilla La Mancha), D^{ña}. Ana Díaz Martín (Universidad Autónoma de Madrid) y D. Ángel Herrero Crespo (Universidad de Cantabria).



José Luis Franco Sánchez-Lafuente, nuevo doctor de la Universitat de València

El pasado día 14 de febrero tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: “Estudio del Contenido Experiencial Generado por las Empresas en Social Media: Efecto sobre el Alcance y las Ventas” de la que es autor D. José Luis Franco Sánchez-Lafuente de la Universitat de València, y que ha sido dirigida por la Dra. Blanca Hernández Ortega, de la Universidad de Zaragoza. El tribunal evaluador estuvo compuesto por el Dr. Julio Jiménez Martínez de la Universidad de Zaragoza (Presidente), el Dr. Rafael Currás Pérez de la Universitat de València

(Secretario) y la Dra. M^a del Mar García de los Salmones Sánchez de la Universidad de Cantabria (Vocal). La defensa fue realizada de manera online y el trabajo obtuvo la máxima calificación, Sobresaliente Cum Laude.



Felipe Gómez Ferrándiz, nuevo doctor de la Universitat de València

El pasado día 10 de marzo tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: “Extensión del modelo de comunicación publicitaria de Rossiter y Percy a la decisión de compra electrónica del consumidor”, de la que es autor D. Felipe Gómez Ferrándiz de la Universitat de València y que ha sido dirigida por el Dr. Enrique Bigné de la Universitat de València. El tribunal evaluador estuvo compuesto por la Dra. Natalia Vila López de la Universitat de València (Presidenta), el Dr. Javier Sánchez García de



la Universitat Jaume I (Vocal) y la Dra. María Dolores Palazón Vidal de la Universidad de Murcia (Secretaria).

REDES SOCIALES



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

PROTECCIÓN DE DATOS:

Responsable del Tratamiento: ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MARKETING ACADÉMICO Y PROFESIONAL G84642537

Finalidad del Tratamiento: Mantener informados a los contactos de los servicios y productos de la entidad.

Procedencia de los datos: El correo electrónico ha sido facilitados por usted mismo o por su organización.

Categoría de datos: Tratamos únicamente su e-mail para mantener el contacto.

Ejercicio de derechos: Podrá acceder, corregir, eliminar y portar sus datos personales, así como oponerse y solicitar la limitación de los mismos. Puede ejercitar sus derechos, así como obtener más información en Facultad de Economía y Empresa (Campus el Espinardo), 30100, MURCIA, MURCIA, en el correo electrónico secretaria@aemark.es o solicitándolo al remitente de este correo electrónico.

Si no desea recibir más publicidad conteste al e-mail marcando en el asunto la palabra **BAJA**.