

BOLETÍN DE NOVIEMBRE DE 2023



Seminario de Docencia: “Estrategias y herramientas de inteligencia artificial para la docencia y la investigación” (15 y 16 de enero de 2024)

El objetivo principal de este seminario es conocer el uso educativo de herramientas digitales interactivas e inteligencia artificial generativa para la docencia, así como aprender a integrar didácticamente las herramientas de inteligencia artificial generativa en el marco de diferentes estrategias metodológicas.

Las profesoras que impartirán el seminario son, María del Mar Sánchez Vera e Isabel Solano; ambas docentes e investigadoras de la Facultad de Educación de la Universidad de Murcia.

Plazas disponibles: 40 plazas

Programa

Fechas:

- 15 de enero, lunes, sesión de mañana de 11:00 a 13:00 horas.
- 15 de enero, lunes, sesión de tarde, de 15:30 a 19:30 horas.
- 16 de enero, martes, sesión de mañana de 09:00 a 15:00 horas.

Contenido:

- Estrategias metodológicas básicas en la docencia universitaria.

- Principios del diseño de recursos educativos digitales.
- La inteligencia artificial generativa como asistente en tareas docentes.
- Herramientas de diseño de contenido interactivo y posibilidades didácticas.
- Herramientas de diseño de recursos audiovisuales y posibilidades didácticas.
- Introducción a la IA generativa y herramientas de chatbot. Posibilidades didácticas.
- IA generativa de ayuda para tareas docentes y científicas.
- IA generativa de imágenes y presentaciones visuales. Posibilidades didácticas.

Requisitos previos: No se necesitan requisitos previos para participar en este seminario.

Idioma: Español

Lugar de celebración: Universidad Autónoma de Madrid.

Inscripción: 50 € (socios AEMARK), 90 € (no socios AEMARK).

Para inscribirse en el seminario rellena el siguiente formulario <https://forms.gle/medyMhpn1sCutxkg9> 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).

ESIC ofrece 10 ayudas de 100 € cada una para la asistencia a los Seminarios de Investigación y Docencia de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK). Estas ayudas están dirigidas a estudiantes matriculados en programas de doctorado, becarios de investigación FPU o similar, que estén vinculados con grupos de investigación de Marketing de universidades españolas, y profesores Ayudantes y Ayudantes doctores del Área de Comercialización e Investigación de Mercados.

Dirección: Jano Jiménez Barreto (jjimenez-barreto@brookes.ac.uk) (Oxford Brookes University) 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).

**Seminario de investigación: “Effective Conceptualizations in Marketing Research, with a dedicated Q&A Session”
(16 y 17 de enero de 2024)**

Los avances conceptuales son críticos para el desarrollo del Marketing como disciplina, sin embargo, muchos estudios sugieren que el avance conceptual se está desacelerando (MacInnis 2011; Yadav 2010; Yaada and Paul, 2014). Debido a la importancia de avanzar en la identificación y definición de nuevos constructos y del propio impacto de la disciplina en la sociedad, este seminario aborda la conceptualización en Marketing. De manera específica, se discutirá el proceso por el cual una conceptualización debe ser estructurada según aportes conceptuales (similitudes y diferencias con conceptualizaciones ya existentes) para finalmente identificar medidas que evalúen su impacto en la disciplina.

El objetivo principal de este seminario es mejorar las habilidades de pensamiento vinculadas a diversos tipos de contribuciones conceptuales e identificar herramientas que puedan facilitar estas habilidades. Como parte del seminario se realizará el análisis de un caso publicado en el “Journal of Marketing”.

Asimismo, el seminario contará con una sesión taller, donde los participantes podrán generar y discutir cuestiones con el ponente de la sesión en aras de solucionar una cuestión de investigación específica.

El investigador que impartirá el curso es [Eric Boyd](#), profesor de Marketing en **University of Central Florida, Orlando (EEUU)**. Su investigación se centra en la intersección del marketing y las finanzas. Muchos de sus estudios intentan esclarecer de qué manera las acciones de Marketing tienen repercusiones en el rendimiento financiero. Ha publicado en revistas como *Journal of Marketing*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, *Journal of Retailing* y *Journal of Marketing Research*, entre otras.

Referencias:

MacInnis, Deborah J. (2011), "A Framework for Conceptual Contributions in Marketing," *Journal of Marketing*, 75 (July), 136—54.

Yadav, Manjit S. (2010), "The Decline of Conceptual Articles and Implications for Knowledge Development," *Journal of Marketing*, 74 (1), 1—20.

Yadav, Manjit S. and Paul A. Pavlou (2014), "Marketing in Computer-Mediated Environments: Research Synthesis and New Directions," *Journal of Marketing*, (January), 20—40.

Plazas disponibles: 40 plazas

Programa

Fechas:

- 16 de enero, martes, de 17:00 a 20:00 horas.
- 17 de enero, miércoles, de 09:00 a 13:00 horas.

Contenido y duración aproximada:

- 1) Conceptualización en Marketing (3 horas).
- 2) Análisis de un caso "Journal of Marketing" (2 horas).
- 3) Sesión taller con Eric Boyd (2 horas).

Requisitos previos: No se necesitan requisitos previos para participar en este seminario.

Idioma: Inglés.

Lugar de celebración: Universidad Autónoma de Madrid.

Inscripción: 30 € (socios AEMARK), 50 € (no socios AEMARK).

Para inscribirse en el seminario rellena el siguiente formulario <https://forms.gle/medyMhpn1sCutxkg9> 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).

ESIC ofrece 10 ayudas de 100 € cada una para la asistencia a los Seminarios de Investigación y Docencia de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK). Estas ayudas están dirigidas a estudiantes matriculados en programas de doctorado, becarios de investigación FPU o similar, que estén vinculados

con grupos de investigación de Marketing de universidades españolas, y profesores Ayudantes y Ayudantes doctores del Área de Comercialización e Investigación de Mercados.

Dirección: Jano Jiménez Barreto (jjimenez-barreto@brookes.ac.uk) (Oxford Brookes University) 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).



COLABORACIÓN AEMARK Y BILENDI & RESPONDI

Nos complace anunciar una **colaboración** que hemos alcanzado entre **AEMARK** y la compañía **Bilendi & Respondi**, bajo la cual los socios de AEMARK interesados en contratar su tecnología o panel podrán disfrutar de un **descuento sobre el precio final** de sus soluciones.

Bilendi es una empresa multinacional de origen francés, asentada en 13 países europeos, entre ellos España, cuya actividad se centra en la **recopilación de datos online y en aportar soluciones tecnológicas en la recogida de información**.

Cuentan con **13 paneles online** en propiedad con más de **2,5 millones de consumidores** dispuestos a expresar sus opiniones para cualquier proyecto de investigación y teniendo la capacidad de realizar estudios online en cualquier parte del mundo.

Disponen de una solución, Bilendi Discuss para la realización de **proyectos híbridos**, teniendo la posibilidad de unir metodologías **cuantitativas y cualitativas**.

- Lleva integrada **Inteligencia Artificial y ChatGPT** para ayudar en el **Análisis** de la información a gran escala.

- **Mejora** la experiencia de comunicación y **recogida de datos** a través de las plataformas de mensajería instantánea más utilizadas como **WhatsApp, Messenger, Instagram**, etc..

Pronto **estaremos con ellos en los cursos de enero donde podremos participar como usuarios de su tecnología Bilendi Discuss**. Verás en la inscripción al curso, una casilla para participar en un pequeño estudio de mercado los días 15 y 16 de enero a modo de ejemplo. Al finalizar el seminario de docencia, **Bilendi & Respondi** nos mostrará el análisis de resultados de este estudio, que permite realizar su solución Bilendi Discuss.

¿Quieres ser parte del experimento? ¡Confirma en el formulario de inscripción a los cursos para saber más!

Os animamos a inscribiros para ser parte de este evento interactivo.

BREAKING NEWS



CALL FOR PAPERS



III Congreso |
Sociedad de la Innovación y de la Inteligencia Artificial
Alicante: 14-15 diciembre 2023

ECO-IA | INSTITUTO DE ECONOMÍA INTERNACIONAL | UNIVERSIDAD DE ALICANTE

UA | UNIVERSITAT D'ALACANT | UNIVERSIDAD DE ALICANTE | Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales | Facultat de Ciències Econòmiques y Empresariales

III Congreso Sociedad de la innovación y de la inteligencia artificial. Universidad de Alicante (14-15 de diciembre de 2023)

El Congreso "**Sociedad de la innovación y de la inteligencia artificial**", está dirigido a estudiantes que, o bien se encuentren en plena realización de sus proyectos de fin de estudios (TFGs y TFM) y tesis doctorales, o bien lo han presentado en fechas recientes cuyas temáticas estén relacionadas con la innovación, sostenibilidad y grandes retos del s.XXI en cualquier disciplina.

El objetivo de estas jornadas es conocer nuevas líneas de investigación y reforzar el interés por los temas de vanguardia en las ciencias sociales.

Desarrollo del evento:

- Las sesiones serán en formato online, dado el carácter internacional del congreso.

- Los estudiantes tendrán un tiempo limitado de exposición (**10 minutos para TFGs, 15 minutos para TFMs y tesis doctorales**).
- A continuación, se harán algunas recomendaciones a su trabajo.
- Se debe asistir al 50% de las sesiones para recibir el diploma de participación. Se entregará una constancia al mejor trabajo.
- La participación en este congreso no tiene ningún coste asociado.

Deadline:

- El Congreso se realizará de manera **online**, los días **14 y 15 diciembre**.
- Se puede realizar la **inscripción hasta el 1 de diciembre**. Posteriormente se pondrán en contacto con los inscritos, para solicitar un **resumen de la presentación de un máximo de 250 palabras**.

Más información [aquí](#)



11th International Conference Research on National Brand & Private Label Marketing (July 8th-10th 2024)

After celebrating all ten previous editions in Barcelona, the NB&PL International Conference moves to Oxford, where Oxford Brookes University will host the eleventh edition.

As usual, this conference welcomes papers on topics related to national brand or private label issues from both consumer and managerial perspectives across different sectors. We particularly encourage submissions related to the following topics:

- *Emerging trends in international brand management.*
- *Creating a seamless customer experience across different channels.*
- *Smart store formats and the use of technology in brand management decisions.*
- *Managing brands from an omnichannel perspective.*
- *Optimizing assortment mix.*
- *Recent food and non-food strategies for NBs and PLs.*
- *Ethical aspects in NBs and PLs management.*
- *Optimizing shelf-space distribution between NBs and PLs.*

CONFERENCE DATES AND VENUE:

JULY 8th – JULY 10th, 2024, OXFORD BROOKES UNIVERSITY, BUSINESS SCHOOL, HEADINGTON CAMPUS, OXFORD (UK)

DEADLINE FOR PAPER SUBMISSION:

January 15th, 2024

CONFERENCE CHAIRS:

Juan Carlos Gázquez-Abad (University of Almería, Spain), *Nicoletta Occhiocupo* (Oxford Brookes University, UK), and *José Luis Ruiz-Real* (University of Almería, Spain)

CONFERENCE PUBLICATION:

Conference papers will be published as chapters in a conference proceedings book entitled "Advances in National Brand and Private Label Marketing. Eleventh International Conference, 2024" by the prestigious publisher Springer. Conference papers will also be accessible online through Springer's online platform, for a quick and effective dissemination of the conference participant's research work.

Similar to previous editions, all papers must be formatted according to the conference's format and submitted through the conference management system, before the peer review process.

Further details are published in the [conference website](#).

IMPORTANT DATES:

- Conference paper submission deadline: January 15th, 2024.
- Authors notification date: February 20th, 2024.
- Accepted papers camera-ready: March 15th, 2024.
- Springer book publication: at least one of the co-authors must register by March 22nd, 2024.
- Conference dates: July 8th – July 10th, 2024 (in person only).

Organiza



Avala y auspicia



2DO. CONGRESO INTERNACIONAL DE METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES

**II Congreso Internacional de Metodología de Investigación en Ciencias Sociales
(8-10 de abril de 2024)**

El 2º Congreso Internacional de Metodología de Investigación en Ciencias Sociales organizado por Qualitativa y avalado y auspiciado por el International Institute of Qualitative Inquiry, dirigido por Norman Denzin, de la Universidad de Illinois, propone reunir a investigadores e investigadoras con el fin de generar un espacio de trabajo, debate y actualización respecto de los métodos de investigación en el ámbito de las ciencias sociales.

El congreso se realizará de modo virtual los días 10, 11 y 12 de abril de 2024.

Los interesados en participar deberán enviar un **abstract de entre 200 y 300 palabras**, a través del formulario de inscripción al congreso.

Fechas importantes:

- **Recepción de resúmenes de trabajos: prorrogado hasta el 1 de diciembre.**
- **Comunicación de aceptaciones** de trabajos: 12 de diciembre.
- **Inscripción** al congreso: 15 de diciembre al 15 de marzo.

Socios AEMARK

Hasta 3 socios de AEMARK con trabajos aceptados para su presentación en el congreso podrán inscribirse de forma gratuita, por riguroso orden cronológico de inscripción.

Líneas temáticas para el envío de trabajos:

01- Análisis de métodos y técnicas	09- Uso de softwares para el análisis de datos
02- Procedimientos de análisis de cualitativos /análisis del discurso	10- Etnografías
03- Procedimientos y técnicas de análisis de datos cuantitativos	11- Nuevos desarrollos en recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos
04- Investigación en Educación	12- Integración de métodos
05- Investigación en Salud	13- Estudios de género
06- Investigación en comunicación	14- Prácticas creativas (autoetnografía, narrativa, performance, otras)
07- Investigación en organizaciones	15- Investigación en política
08- Investigación de mercados	

Más información sobre el Congreso [aquí.](#)

Para el envío de trabajos, cumplimentar el formulario [aquí.](#)

Si deseas realizar alguna consulta, escribir a congresoqualitativa@gmail.com

Dirección General del Congreso: Dr. Aldo Merlino

Coordinación: Diego Passamonte



The North American Social Marketing Conference (15-18 may 2024)

The theme for the next North American Social Marketing Conference is **A DOSE OF HOPE: FOSTERING UNITY, INSPIRING CHANGE**. The Conference will be held at the Sheraton Sand Key, Clearwater Beach, Florida.

Help inspire others, share knowledge and drive forward best practice in Social Marketing by sharing your work at NASMC 2024.

Conference tracks

The WSMC conference organising committee would be delighted to receive submissions with a clear Social Marketing perspective focused on any of the following tracks;

1. Public Health, Healthcare, and Determinants of Health
2. Environmental Sustainability, One Health, and Emergency Settings
3. Social Justice, Equity, Diversity, Inclusion, and Stigma
4. Business for Social Good, Innovative Partnerships, and Commercial Determinants of Health
5. Research Methodologies
6. Advancing Social Marketing Theory & Thought

Deadline:

- **Call for abstracts: 22 january 2024.**

- **Early bird registration: 8 december.**

More information [here](#)

AIRSI2024

The Metaverse Conference **Physical Edition**

10-12 June 2024 (Zaragoza, Spain)

**AIRSI 2024. The Metaverse Conference Physical Edition. 10-12 June 2024
(Zaragoza, Spain)**

AIRSI2024 celebra su sexta edición como conferencia internacional centrada en la aplicación y efectos de las tecnologías 4.0 (inteligencia artificial, robots de servicio, asistentes virtuales, realidad aumentada, realidad virtual, Metaverso, big data, Blockchain, IoT, etc.) en contextos como marketing, turismo y servicios.

En esta edición, **AIRSI2024 se celebrará en formato presencial en la Universidad de Zaragoza**. AIRSI se caracteriza por ofrecer un alto valor añadido a través de las sugerencias constructivas y los comentarios de mejora ofrecidos a los autores. El objetivo es ayudar a los autores a mejorar sus trabajos antes de enviarlos a los números especiales asociados al congreso que suelen ser revistas científicas de primera línea internacional.

AIRSI2024 contará con la presencia de varios conferenciantes de primer nivel internacional, que serán anunciados próximamente. Entre los conferenciantes de ediciones previas se encuentran figuras tan destacadas como Roland Rust (University of Maryland; USA); Ming-Hui Huang (National University of Taiwan; Taiwan); Russell Belk, (York University; Canada); Yogesh Dwivedi (Swansea University; UK); Jochen Wirtz (National University of Singapore); Ko de Ruyter (King's College London; UK); Martin Wetzels (EDHC Business, School; France); Giampaolo Viglia (University of Portsmouth; UK); Richard Bagozzi (University of Michigan); Ulrike Gretzel (University of Southern California; USA); Werner Kunz (University of Massachusetts Boston (USA); Linda Hollebeck (Montpellier Business School, France); etc.

AIRSI2024 contará con **dos números especiales** que serán publicados en revistas científicas de primera línea internacional cuyos detalles se anunciarán próximamente. Entre los números especiales ya publicados cabría citar: [Automated forms of interaction in services: current trends, benefits and challenges](#) (*The Service Industries Journal*); [Artificial Intelligence in Hospitality and Tourism](#) (*International Journal of Contemporary Hospitality Management*) o [Implementing Industry 4.0 Technologies in Services: Challenges and Reinventions](#) (*Service Business*)

Temas de interés:

- Artificial Intelligence, Generative AI

- Immersive Technologies: AR, VR, XR, Metaverse
- Robots, Chatbots, Virtual Assistants, Avatars
- Social media, Omnichannel, Virtual influencers
- Internet of Things, NFTs, Blockchain, Big Data

Posibles contribuciones:

Todos los enfoques teóricos y metodológicos (tanto cualitativos como cuantitativos):

- **Extended abstracts:** 1.000 palabras.
- **Work in progress:** 4.000 palabras.
- **Full papers:** 6.000 palabras.

Premios:

- El comité científico seleccionará los mejores trabajos en cada categoría (EA, WP, FP) para recibir el Best Paper Award en las modalidades sénior y junior.

Fechas relevantes:

- Envío a AIRSI: 15 de febrero
- Celebración de AIRSI: 10-12 de junio
- Celebración: Universidad de Zaragoza
- Información adicional: cflavian@unizar.es; lcasalo@unizar.es
- Envío a los números especiales 30 de septiembre y 31 de diciembre

Más información sobre AIRSI2024 y ediciones previas:

- <https://airsi.unizar.es/>

OFERTAS DE EMPLEO



LECTURER IN MARKETING (R3) - ASSOCIATE PROFESSOR (UIC)

The Faculty of Economic and Social Sciences at the Universitat Internacional de Catalunya, has begun a recruitment and selection process to hire teaching and research staff for the Bachelor's Degree in Business Administration and Management. We are looking for someone with a PhD in Marketing to perform mainly teaching and research tasks in areas related to Marketing (Principles in Marketing, Advertising, Digital Marketing, Retail, etc) The selected applicant will be expected to contribute to the

education of undergraduate students and must have a proven track record of effective teaching in English and Spanish.

We offer

A full-time contract in a dynamic and international scientific environment in the Faculty of Economic and Social Sciences at UIC Barcelona (Social Science Campus, in Barcelona). A part-time contract may be negotiated.

A tenure-track (3-year) position with a mid-term evaluation (depending on the applicant's profile, the position may automatically become permanent).

A competitive salary based on the qualifications and experience of the candidate and financial support for the candidate's research (in accordance with the experience of the candidate).

Start date: September 2024 (date is negotiable).

How to apply

All applications must be submitted in a single PDF document. The title of the document should be your last name.

The document must include:

- A cover letter with a statement of interest
- A full CV including contact details

Application deadline

The deadline for applications is **15th February 2024**

More information [here](#).

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





María del Carmen Alarcón del Amo, nueva Catedrática del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia

El pasado 24 de noviembre, tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de D^a. María del Carmen Alarcón del Amo. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores/as: D. Salvador Ruiz de Maya, como presidente (Universidad de Murcia), D^a. Carlota Lorenzo Romero como secretaria (Universidad de Castilla La Mancha) y como vocales D^a. Natalia Rubio Benito (Universidad Autónoma de Madrid), D. Miguel Ángel Gómez Borja (Universidad de Castilla La Mancha) y D. Josep Rialp Criado (Universitat Autònoma de Barcelona).



Highly Cited Researcher 2023



Carlos Flavián Blanco, primer investigador español en el área de Marketing y Business que aparece en la lista Highly Cited Researchers 2023

Clarivate ha publicado la lista de los Highly Cited Researchers 2023, que han demostrado una influencia amplia y significativa en sus campos de investigación.

Cada investigador seleccionado, es autor de varios Highly Cited Papers que se ubican en el 1% superior por citas para su(s) campo(s) y año de publicación, en Web of Science durante la última década.

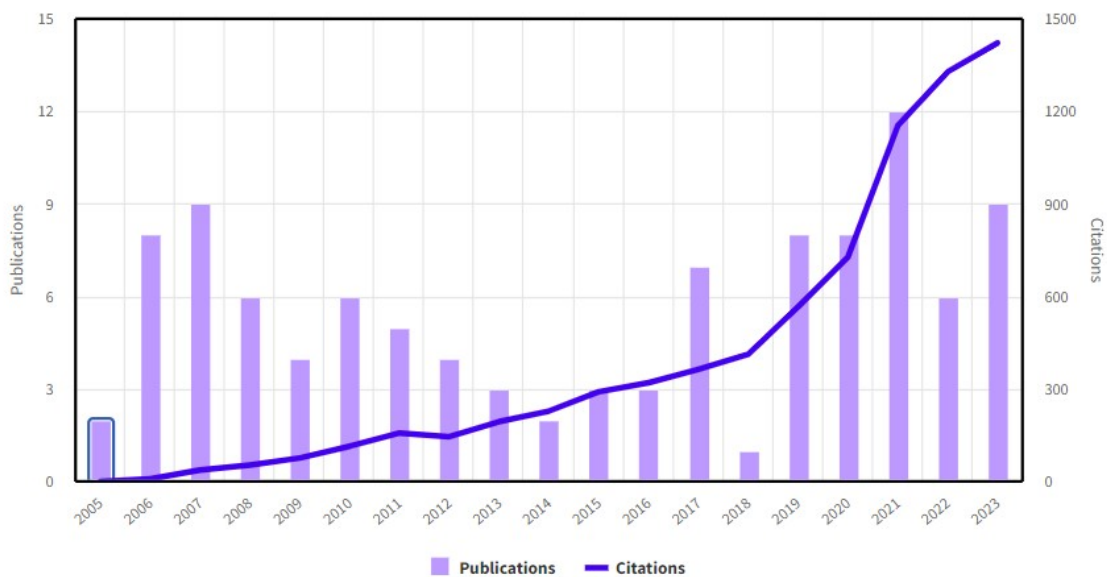
Carlos Flavián Blanco, profesor del de la Universidad de Zaragoza, es el primer investigador español en el área de Marketing y Business en aparecer en dicha lista.

Desde AEMARK, queremos felicitar y dar la enhorabuena a nuestro compañero Carlos Flavián por este éxito conseguido, que representa un hito tan importante. Animamos al resto de compañeros para que también formen parte de esta lista y reciban tan prestigioso reconocimiento.

Carlos Flavián Blanco. Métricas de la colección principal de Web of Science

106	7.601	45
Publicaciones en Web of Science	Total de veces citado	H-Index

Veces citado y publicaciones a lo largo del tiempo



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**.