



XXXV Congreso Internacional  
de Marketing | Cuenca, 2024

11 - 13 septiembre

## **AEMARK 2024 en cifras: ¡Un éxito rotundo!**

Queridos compañeros y compañeras,

Cada vez queda menos para el XXXV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2024, que, como sabéis, se celebrará en la ciudad de Cuenca del 11 al 13 de septiembre de 2024. Nos gustaría compartir con vosotros algunas cifras que nos permiten realizar un balance de la magnífica acogida que ha tenido el Congreso. Los datos actualizados de la plataforma online muestran que:

- **Se han inscrito un total de 360 personas** dentro del plazo para realizar la inscripción con cuota reducida. Esta cifra puede aumentar sensiblemente porque todavía continúa abierta la inscripción con cuota normal.
- **Se han aceptado un total de 293 contribuciones.** Por tipo de contribución, la distribución es la siguiente: 111 ponencias (37,9%), 131 trabajos en curso (44,7%), 31 pósteres (10,6%) y 20 trabajos para el Doctoral Colloquium (6,8%).

Desde los Comités Organizador y Científico queremos agradecer la excelente acogida de nuestro Congreso.

Estamos trabajando para que la experiencia del Congreso sea inolvidable. ¡Os esperamos en Cuenca!

**Águeda Esteban Talaya.** Presidenta del Comité Científico

**Juan Antonio Mondéjar Jiménez.** Presidente del Comité Organizador



## Venkatesh Shankar: *Keynote Speaker* invitado por la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

Queridos compañeros y compañeras,

Es un honor anunciar que la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial ha invitado como *Keynote Speaker* del XXXV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2024 a **Venkatesh Shankar**, Catedrático de Marketing y Ford Chair in Marketing and E-Commerce, de la Mays Business School, perteneciente a la Texas A&M University. Shankar impartirá la conferencia titulada "*Leveraging AI for ROI*", cofinanciada por la mencionada Cátedra y AEMARK. Sus principales áreas de especialización son negocios digitales, marketing estratégico, innovación y gestión de nuevos productos, *retailing*, marketing de servicios, precios, marketing internacional, *branding*, marketing móvil e inteligencia artificial.

Shankar está reconocido como uno de los científicos más influyentes en todo el mundo, situándose entre el **1% de los mejores científicos de marketing**, entre los 10 mejores investigadores sobre innovación y como el principal referente en *retailing*. Es Editor Emérito del *Journal of Interactive Marketing* y también ha sido Editor Asociado de revistas como *Journal of Marketing Research* o *Management Science*. Además, ha publicado en revistas académicas tan prestigiosas como *Journal of Marketing Research*, *Management Science*, *Marketing Science*, *Strategic Management Journal*, *Journal of*

*Marketing, Journal of Public Policy and Marketing, Journal of Retailing, Harvard Business Review o Sloan Management Review.*

Esperamos que esta noticia sea un importante incentivo para que nos acompañéis en nuestro próximo Congreso. ¡Os esperamos en Cuenca!

**María José Sanzo Pérez.** Directora de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

**Águeda Esteban Talaya.** Presidenta del Comité Científico

**Juan Antonio Mondéjar Jiménez.** Presidente del Comité Organizador



## **Actividad cultural AEMARK 2024: visita exclusiva a la Catedral de Cuenca, concierto de órgano y visita nocturna al casco histórico**

Queridos compañeros y compañeras,

Desde el Comité Organizador seguimos trabajando para diseñar un programa de actividades académicas y culturales de lo más completo para el XXXV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2024. En este sentido, os adelantamos que el **jueves, 12 de septiembre**, hemos programado una **visita exclusiva a la Catedral de Santa María y San Julián de Cuenca**, sede de la diócesis de Cuenca y una de las joyas del gótico español.

La Catedral de Cuenca, aunque originalmente de estilo gótico, es el resultado de diversas aportaciones arquitectónicas. Su visita nos permitirá hacer un recorrido por los distintos estilos artísticos de sus más de ocho siglos de historia. Además de conocer la evolución artística del conjunto patrimonial y artístico, tendremos oportunidad de pasear por su Claustro, disfrutar de las vistas del Patio de la limosna, ascender a parte del triforio o descubrir desde las alturas la increíble profundidad de la Catedral.

Por si esto fuera poco, tendremos también el placer de disfrutar de un **concierto a doble órgano** y finalizaremos la actividad cultural con una **visita nocturna guiada al casco histórico de Cuenca**, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

¡Estamos seguros de que será una experiencia única!

**Juan Antonio Mondéjar Jiménez**. Presidente del Comité Organizador

---



XXXV Congreso Internacional  
de Marketing | Cuenca, 2024

11 - 13 septiembre

## **XXXV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2024**

Queridos compañeros y compañeras,

Estando próximo a celebrarse el XXXV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2024, que tendrá lugar del 11 al 13 de septiembre en la ciudad de Cuenca, informamos a los congresistas que pueden consultar el programa [aquí](#), así como la ubicación y detalles de las distintas sedes desde [aquí](#).

El Congreso dará inicio en la mañana del día 11, con la recepción y las sesiones del **Doctoral Colloquium** en la Sede en Cuenca de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP). Este mismo día, en jornada vespertina, se celebrará el **acto de bienvenida** que tendrá continuidad con un cóctel-cena, ambos en la Biblioteca Iglesia de la Merced del Seminario de Cuenca.

En las siguientes jornadas de los días 12 y 13 de septiembre tendrán lugar las **sesiones paralelas**, correspondientes a las seis áreas temáticas, para las presentaciones de ponencias trabajos en curso y pósteres. Las instrucciones de presentación se pueden consultar [aquí](#). Todas las sesiones paralelas se celebrarán en el Edificio “Cardenal Gil de Albornoz” de la Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM).

Se realizarán tres **sesiones plenarias** los días 12 y 13 de septiembre. El día 12 tendrá lugar la *Meet-the-Editors Session*, con nuestros cuatro editores invitados. Por su parte, el día 13 tendrán lugar la conferencia plenaria del *Keynote Speaker*, en horario de mañana, y la Asamblea General de AEMARK, en horario de tarde.

Los actos del Congreso finalizarán con el **acto de clausura y la cena de gala**, esta última tendrá lugar en Parador Nacional de Turismo de Cuenca. Además, se entregarán los siguientes Premios AEMARK. Podéis acceder a la información completa sobre todos los premios [aquí](#).

- Premio Mejor Artículo de Investigación en Marketing
- Premio Mejor Artículo Publicado en la *Spanish Journal of Marketing -ESIC*
- Premio Mejor Tesis Doctoral en Marketing
- Reconocimiento a la Mejor Ponencia del Congreso
- Reconocimiento al Mejor Trabajo en Curso del Congreso
- Reconocimiento al Mejor Póster del Congreso
- Premio al Mejor Revisor de *Spanish Journal of Marketing -ESIC*
- Premio a la Relevancia Empresarial de la Investigación en Marketing
- Premio de Divulgación Científica en Redes Sociales: "Marketing en 90 Segundos"
- Premio Trayectoria Marketing
- Reconocimiento AEMARK a la Excelencia en Marketing

Pasad un estupendo verano. ¡Os esperamos en Cuenca!

**Águeda Esteban Talaya**. Presidenta del Comité Científico

**Juan Antonio Mondéjar Jiménez**. Presidente del Comité Organizador



**40° CONGRÈS  
INTERNATIONAL  
DE L'AFM**

**5-7 juin 2024  
Université Paris  
Dauphine - PSL**



## **PARTICIPACIÓN DE AEMARK EN EL 40º CONGRESO INTERNACIONAL DE LA ASOCIACIÓN FRANCESA DE MARKETING**

El pasado jueves 6 de junio tuvo lugar la sesión internacional del 40º Congreso Internacional de la Asociación Francesca de Marketing (AFM), en la Université Dauphine PSL, Paris.

En la sesión participó un miembro de la Junta Directiva, Carla Ruiz, en representación de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK y de la revista *Spanish Journal of Marketing- ESIC*.

Alain DECROP, presidente de la AFM, actuó como chair de la sesión en la que participaron representantes de cuatro asociaciones AAM (Association Africaine de

Marketing), AEMARK, ATM (Association Tunisienne de Marketing), y SIM (Società Italiana Marketing).

En la primera parte de la sesión se presentaron las principales líneas de trabajo de AEMARK, se animó a los profesores asistentes a participar en investigaciones conjuntas amparadas en el convenio suscrito entre AEMARK y la AFM y se presentó la línea editorial de la revista Spanish Journal of Marketing-ESIC. La presentación fue muy bien acogida por los asistentes.

En la segunda parte de la sesión hubo una mesa redonda sobre el desarrollo de la carrera del profesorado universitario.

---

**BREAKING NEWS**



**CALL FOR PAPERS**

**GAMOTEC 2024** 

**4TH INTERNATIONAL WORKSHOP ON GAMIFICATION AND MOTIVATIONAL TECHNOLOGIES GAMOTEC 2024 (NOVEMBER 26-27, 2024)**

The University of Zaragoza (Spain) and the GENERES research group are proud to host the **4th International Workshop on Gamification and Motivational Technologies (GAMOTEC 2024)**, November 26-27, 2024. This workshop is aimed at academic researchers and practitioners seeking to advance knowledge in the field of gamification.

GAMOTEC 2024 will be held **online** and participation is **free of charge**. Contributions can be presented in **English and Spanish**, with specific sessions for each language.

Researchers interested in participating in the workshop are invited to submit an **extended abstract** (below 2,000 words) of their academic works in the electronic submission form using the template available on the website.

<https://forms.gle/M3XVjJWdLG7utWmT7>

**Important dates:**

- Submission deadline: **31 October 2024**
- Notification of acceptance: **10 November 2024**
- Celebration dates: **26-27 November 2024**



**GAMOTEC 2024** welcomes submissions related to the gamification phenomenon and motivational technologies. Topics of interest for this workshop include, but are not limited to:

- Gamification design (design methods, game mechanics, game dynamics, motivational affordances...).
- Gameful experience (motivation, flow, engagement, enjoyment...).
- Gamification in specific contexts: marketing (advergaming, gamified loyalty programmes, social media), education (game-based learning, serious games, simulation games), work (gamified recruitment, gamification in leadership, gameful work), health (exergames, fitness apps), tourism, sustainability.
- Gamification and technology (VR, AR, metaverse, wearables, artificial intelligence, privacy, security...).
- Gamification and ethics (side-effects and long-term effects of gamification, the societal impacts and ethical issues of gamification...).

**More information** [here](#)

We look forward to receiving your contributions!

#### **Chair**

Sara Catalán (University of Zaragoza)

#### **Organising and Scientific Committee**

Rafael Bravo (University of Zaragoza)

José Miguel Pina (University of Zaragoza)

Paula Bitrián (University of Zaragoza)



**24<sup>th</sup> INTERNATIONAL MARKETING TRENDS CONFERENCE (IMTC VENICE, 23-25 JANUARY 2025)**

We are pleased to invite you to submit a paper for the 24<sup>TH</sup> International Marketing Trends Conference which will take place in **Venice from the 23th to the 25th of January 2025.**

**IMTC academic congress tracks:**

<p><b>15 thematic tracks :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• International Marketing</li> <li>• Big Data and Marketing Analytics</li> <li>• Branding and Marketing Communication</li> <li>• Consumer Behavior</li> <li>• Digital Marketing</li> <li>• Innovation and Product Management</li> <li>• Marketing Strategy</li> <li>• Marketing and Sustainability</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retailing and E-Commerce</li> <li>• Sales, CRM, Pricing, and Promotion</li> <li>• Sectorial Marketing (Services)</li> <li>• Sectorial Marketing (Goods)</li> <li>• Luxury Goods Marketing</li> <li>• AgriFood Marketing</li> <li>• Well-Being</li> </ul>
<p>And <b>1 special track</b> dedicated to the main conference topic: “What managers want and real-world needs”.</p>	

**Conference deadlines:**

- 16 Sept. 2024: Deadline Call for Paper / Poster`
- 04 Nov. 2024: Deadline Applications Doctoral Colloquium
- 04 Nov. 2024: Deadline Applications Best Thesis and Luxury Awards
- 12 Nov. 2024: Acceptance Notifications
- 23-25 Jan. 2025: International Marketing Trends Conference

The conference will take place on Isola di San Servolo, in Venice. Further information can be found on the [IMTC conference website](#).

You will find attached all he detailed publication rules.

**Key pieces of information about the paper and poster submission:**

- The conference proceedings all have an **ISBN Number** and will be published on our website in open source. All the proceedings are indexed in the **Google Scholar** database.
- You should submit your **proposal directly on the IMTC Submission Platform**. We will only consider papers, posters and applications that have been submitted via the online submission platform.
- The papers are expected to be **5 pages - 20,000 characters spaces included** long (short paper / extended abstract). This does NOT include the cover page with the title of the paper and the abstract, the tables, the graphs, the appendix and the references. Any paper not respecting the rules will be rejected.
- The official language of the conference is English but the papers can be written in **English, French, German, Italian, Portuguese and Spanish**. Publication rules available on the IMTC conference website.
- The posters are also expected to be sent via the **IMTC Submission Platform**. They must be written in English.
- A selection of papers will be submitted by the Track Chairs to be considered for the **IMTC Best Paper Award**.



- As you may know, the conference is also the editor of the **Journal of Marketing Trends**, which is a ranked publication. The conference is an opportunity for you to submit an extended version of your paper for a publication in the journal.

For further information, do not hesitate to contact us by e-mail at [info@team-imtc.com](mailto:info@team-imtc.com) or refer to the [IMTC conference website](#).

We are looking forward to receiving your submission.

#### IMTC Conference Chairs

- Pr. Julio JIMÉNEZ, Universidad Zaragoza (Spain)
- Pr. Alberto PASTORE, Università di Roma La Sapienza (Italy)
- Pr. Julien SCHMITT, ESCP Business School - Paris Campus (France)
- Pr. Klaus-Peter WIEDMANN, Leibniz Universität Hannover (Germany)



## **2<sup>ND</sup> RESEARCH INNOVATIONS IN SUSTAINABLE MARKETING: A GLOBAL SYMPOSIUM – RISM 2025**

Research Innovations in Sustainable Marketing – RISM 2025 is the first global symposium that brings together scholars and practitioners who want to share their insights on the successful integration of the triple bottom line – economic success, environmental stewardship, and supply chain equity – across the marketing function from new product development to post-consumption. The RISM 2025 symposium will be held in person in **Madrid, Spain on May 27, 2025**, as a prelude of the 53rd EMAC Conference hosted by ESIC University.

RISM2025 will be held in collaboration with The European Marketing Academy (EMAC), sponsored by the Journal of Sustainable Marketing and University of Hawai'i - Shidler College of Business, supported by ServCollab, and hosted by ESIC University in Madrid, Spain.

RISM2025 will be co-chaired by:

- Dana Alden, University of Hawai'i at Mānoa – USA
- Elif Karaosmanoglu, Istanbul Technical University – Turkey
- Rafael Currás Pérez, University of Valencia – Spain
- Gergana Nenkov, Boston College – USA

- Rodoula Tsiotsou, University of Macedonia – Greece
- Karolos A. Papadas, University of York – United Kingdom
- Preeti Shroff-Mehta, Northwestern University – USA
- Ahmad Aljarah, Bahcesehir Cyprus University – North Cyprus

**Call for Submissions:**

We invite you to submit abstracts (up to 800 words) and fully developed manuscripts (up to 10,000 words). All submissions will undergo a double-blind review process. Accepted manuscripts will be eligible for publication in the Journal of Sustainable Marketing (JSM), while accepted abstracts will be featured in the RISM 2025 Proceedings and made available online. We welcome conceptual, qualitative, and quantitative research, as well as case studies.

Note: Final decisions regarding publication in the Journal of Sustainable Marketing will be made by the Journal Editor.

**Important deadlines:**

- **Submission Deadline: December 1, 2024**
- **Notification Of Acceptance: March 15, 2025**

**For more information and submission guidelines:**

- Visit the RISM website: <https://rism.world/>

**Topics of Interest:**

- Sustainable Marketing Strategy
- Sustainable Consumer Behavior
- Sustainable Supply Chain Implementation & Management
- Sustainable Product Innovation and Diffusion
- Ethical Issues in Sustainable Marketing
- Global Issues in Sustainable Marketing

We look forward to your participation and contributions to advancing sustainable marketing practices. Stay tuned for more updates!

---



## **EMK NEWS N° 46**

Os comunicamos que ya está disponible el [número 46 de la revista EMK News](#).

Todos los números anteriores los podéis consultar [aquí](#).

Si deseáis participar con un artículo en próximos números, podéis enviar un correo con vuestros datos de contacto y vuestra especialidad a [consejogeneral@economistas.org](mailto:consejogeneral@economistas.org). Los próximos números (47 y 48) estarán dedicados a distribución comercial y marketing de influencias respectivamente. Asimismo, nos podéis proponer temas, ponentes, etc.

Espero que esta información sea de vuestro interés.

*Carlos Alonso de Linaje*

*Presidente*

*Economistas de Marketing y Comercialización*

[marketing.economistas.es](http://marketing.economistas.es)



## EUROPEAN SOCIAL MARKETING ASSOCIATION. ESMA NEWS LETTER (JUL VOL 2)

We inform you that issue July Vol 2 of European Social Marketing Association (ESMA) magazine is now available [here](#).

You can consult all previous issues [here](#).

We hope that this information is of interest to you.

## RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS A LOS SOCIOS DE AEMARK

Asociación Española  
de Marketing  
Académico y Profesional



### MARTA ARCE URRIZA, NUEVA TITULAR DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE LA UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA

El pasado 17 de julio tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Titulares de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de D<sup>a</sup>. Marta Arce Urriza. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores/as: D<sup>a</sup>. María Sicilia Piñero (Catedrática de la Universidad de Murcia), D. Javier Sesé Oliván (Catedrático de la Universidad de Zaragoza) y D. Óscar Martín Martín (Catedrático de la Universidad Pública de Navarra).



## ITZIAR OLTRA GONZÁLEZ, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

El pasado día 21 de junio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“Brands' strategic decisions in social media marketing: adoption, growth, and abandonment”* de la que es autora D<sup>a</sup>. Itziar Oltra González, y que ha sido dirigida por D<sup>a</sup>. Carmen Camarero Izquierdo, Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valladolid y D<sup>a</sup>. Rebeca San José Cabezudo, Titular Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valladolid. El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Salvador Ruiz de Maya, Catedrático de la Universidad de Murcia; el Dr. Luis Vicente Casaló Ariño, Catedrático de la Universidad de Zaragoza y la Dra. Concepción Varela Neira, Titular de la Universidad de Santiago de Compostela.



## **PATRICIA Mª CARRASCO GARCÍA, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA**

El pasado día 1 de julio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“Efecto de la inteligencia artificial y los entornos virtuales inteligentes en el comportamiento del turista”*. De la que es autora D<sup>a</sup>. Patricia María Carrasco García de la Universidad de Granada, y que ha sido dirigida por D<sup>a</sup>. Dolores María Frías Jamilena y D<sup>a</sup>. Ana Isabel Polo Peña, Catedráticas de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada. El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Miguel Ángel Rodríguez Molina, Catedrático de la Universidad de Granada, como presidente; la Dra. Carmen María Sabiote Ortiz, Titular de la Universidad de Granada, como secretaria; y como vocales la Dra. Pilar Alarcón Urbistondo, Catedrática de la Universidad de Málaga, el Dr. Antonio Navarro García, Catedrático de la Universidad de Sevilla y la Dra. María del Mar Gómez Rico, Catedrática de la Universidad de Castilla-La Mancha.

---



## **MARTA FLAVIÁN LÁZARO, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA**



El pasado día 09 de julio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“Understanding influencer marketing and their impact on consumer behavior: from human to virtual Influencers”* de la que es autora D<sup>a</sup>. Marta Flavián Lázaro, y que ha sido dirigida por D. Luis Vicente Casaló Ariño y D. Daniel Belanche Gracia, Catedráticos de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. El Tribunal evaluador estuvo formado por la Dra. Natalia Rubio Benito, Catedrática de la Universidad de Autónoma de Madrid, como presidenta; el Dr. Carlos Orús Sanclemente Catedrático de la Universidad de Zaragoza, como secretario; y como vocal el Dr. Yuksel Ekinci de la University of Portsmouth.

---



### **MARCELA PINCAY PILAY, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA**

El pasado día 9 de julio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“El impacto de los servicios de transformación de marketing en la base de la pirámide”* de la que es autora D<sup>a</sup>. Marcela Pincay Pilay, y que ha sido dirigida por D. Salvador Ruiz de Maya, Catedrático de la Universidad de Murcia y D<sup>a</sup>. Inés López López, Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia. El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Joaquín Longinos Marín Rives, Catedrático de la Universidad de Murcia; la Dra. Amparo Cervera Tauler, Catedrática de la Universitat de València y la Dra. Carlota Lorenzo Romero, Catedrática de la Universidad de Castilla la Mancha.

---



## **BÁRBARA BENNASAR MESQUIDA, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE OVIEDO**

El pasado día 11 de julio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“El reto de la transformación digital en las entidades financieras. Determinantes de la adopción tecnológica y la creatividad de los empleados”* de la que es autora D<sup>a</sup>. Bárbara Bennasar Mesquida, y que ha sido dirigida por D<sup>a</sup>. Leticia Santos Vijande, Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Oviedo y D. Arturo Molina Collado, Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Castilla-La Mancha. El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Salvador Víctor Iglesias Argüelles, Catedrático de la Universidad de Oviedo; el Dr. Javier Sánchez García, Catedrático de la Universitat Jaume I; la Dra. María del Mar García de los Salmones Sánchez, Catedrática de la Universidad de Cantabria; Ana María González Fernández, Titular de la Universidad de León y la Dra. Nuria García Rodríguez, Titular de la Universidad de Oviedo.



## ANA MORENO LOBATO, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

El pasado día 17 de julio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“Resultados emocionales y comportamentales de la aplicación de elementos sensoriales en el desarrollo de experiencias turísticas memorables”* de la que es autora D<sup>a</sup>. Ana Moreno Lobato, y que ha sido dirigida por D. José Manuel Hernández Mogollón, Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Extremadura y D<sup>a</sup>. Elide Di Clemente, Contratada Doctora de Comercialización e Investigación de Mercados de Extremadura. El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Juan Sánchez Fernández, Catedrático de la Universidad de Granada como presidente; la Dra. Montserrat Díaz Méndez, Titular de la Universidad de Extremadura, como secretaria y como vocal el Dr. Paulo Duarte de la Universidad de Beira Interior.

# 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](mailto: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](mailto: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**.