



XXXV CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AEMARK 2024
Del 11 al 13 de septiembre de 2024

El pasado 13 de septiembre finalizó el XXXV Congreso Internacional de Marketing AEMARK, celebrado en Cuenca entre los días 11 y 13 del citado mes.

La valoración que realiza el comité organizador es muy positiva, tanto por el número de asistentes que en esta edición fue de 378 congresistas, como por los 301 trabajos remitidos (con una tasa de aceptación del 97,3%), por la participación de 221 revisores y las entidades patrocinadoras-colaboradoras entre ellas: Patronato Gil de Albornoz; Incarlopsa, Cátedra Cultura y Desarrollo Rural – Fundación Eurocaja Rural UCLM; Cátedra Innovación Abierta Incarlopsa-UCLM; UCLM; Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca; Departamento de Administración de Empresas; UIMP Cuenca; Cortes de Castilla-La Mancha; Campo y Alma; Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial; JR Suárez; iMedia).

Durante los días 10 y 11, se presentaron un total de 112 ponencias, 136 trabajos en curso y 33 pósteres, cuyos autores provienen de 13 países.

Las áreas ordenadas de mayor a menor número de trabajos presentados han sido:

- Comportamiento del consumidor: 62.
- Marketing turístico: 44.
- TIC, e-marketing y mobile marketing: 43.
- Ética, responsabilidad social y marketing no lucrativo: 38.
- Marketing multisectorial (industrial, servicios, internacional, etc.): 33.
- Decisiones de producto, precio, comunicación y distribución: 19.
- Tesis Doctorales: 14

El VIII Doctoral Colloquium celebrado el día 11 continúa la línea de ediciones anteriores respecto a la calidad de los proyectos de tesis presentados, contando entre los comentaristas con la participación de tres editores de prestigio internacional. Un total de 20 doctorandos/as presentaron las evoluciones de sus tesis y recibieron sugerencias y comentarios para continuar su desarrollo. Muchas gracias a los doctorandos/as, a los comentaristas y a los editores por un Doctoral Colloquium realmente enriquecedor.

Las dos sesiones plenarias, Meet the editors y Keynote Speaker tuvieron una excelente acogida en cuanto a asistencia y participación. A la primera de ellas, celebrada el día 12, fueron invitados Marianna Sigala, Editor-in-Chief del Journal of Hospitality and Tourism Management; Justin Paul, Editor-in-Chief del International Journal of Consumer Studies; Marina Dabić, Editor-in-Chief de Technology in Society. La sesión Keynote Speaker del día 13 estuvo a cargo del professor Venkatesh Shankar.

En definitiva, este XXXV Congreso Internacional de Marketing AEMARK ha destacado por ser un encuentro amable para el intercambio de conocimientos.

No queremos finalizar sin agradecer a los organizadores del Congreso en Cuenca, por su excelente trabajo; a los responsables de área, evaluadores de los trabajos, miembros de los diferentes jurados, a todos los miembros de la Junta Directiva de AEMARK y a todos los congresistas, por su participación y predisposición a disfrutar del Congreso. El resultado final es fruto del trabajo de todos.

¡Muchas gracias por vuestra participación y nos vemos el próximo año en Murcia!

Un abrazo

Natalia Rubio Benito

Presidenta de AEMARK



ASAMBLEA GENERAL AEMARK 2024

El pasado 13 de septiembre, en el marco de la celebración del XXXIV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2024, tuvo lugar la reunión de la Asamblea General AEMARK.

Celebrada en el Salón de Actos de Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca (UCLM), contó con una amplia asistencia de socios. Tras la aprobación del Acta anterior de la Asamblea General, se presentó el informe de gestión, así como de las relaciones internacionales e institucionales, se informó de los seminarios y actividades de apoyo a la docencia e investigación, los premios AEMARK, acciones de comunicación de la Asociación, evolución de la revista Spanish Journal of Marketing-ESIC, nuevas sedes para la celebración de las dos próximas ediciones del Congreso Internacional de Marketing AEMARK (Murcia 2025 y Málaga 2026) y la auditoría de cuentas.

Al finalizar la sesión, se comunicaron las nuevas incorporaciones a la Junta Directiva: Marta Nieto como secretaria (USAL), Jose Luis Ruiz como tesorero (UAL) y como vocales Álvaro Saavedra (UPNA), Carmen Abril (UCM) y Carla Rodriguez (UA).

Natalia Rubio Benito

Presidenta de AEMARK

BEST PAPER AWARD AEMARK 2024 AL MEJOR ARTÍCULO PUBLICADO EN SPANISH JOURNAL OF MARKETING-ESIC EN 2022



En el acto de entrega de premios del Congreso de AEMARK celebrado en Cuenca, el 13 de septiembre de 2024, se anunció el ganador del Premio al mejor artículo publicado en 2022 en Spanish Journal of Marketing-ESIC. El **premio** incluyó un **reconocimiento público**, un **diploma acreditativo** y una remuneración de **1.500 €**, dotados por AEMARK.

La **elección del mejor artículo** se realizó atendiendo en primer lugar a la **repercusión** de cada trabajo **en la literatura posterior** (Web of Science, SCOPUS, Google Scholar).

Una vez seleccionados los dos trabajos más citados en cada número, **Anil Bilgihan fue el responsable de seleccionar el mejor artículo atendiendo al interés** e implicaciones para la **disciplina de marketing**. Anil Bilgihan es Professor at Florida Atlantic University, USA; co-editor *Journal of International Hospitality Management*).

Atendiendo al importante número de citas recibidas y al criterio del profesor Anil Bilgihan **el trabajo premiado fue:**

- **Arash Ahmadi & Siritwam leamsom** (2022). "Influencer fit post vs celebrity fit post: which one engages Instagram users more?". *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 26(1), 98-116.

Desde SJM-ESIC **queremos felicitar a los autores** por este premio y al resto de autores de los trabajos publicados en 2022.

BEST REVIEWER AWARD 2024 DE SPANISH JOURNAL OF MARKETING –ESIC



En el acto de entrega de premios del Congreso de AEMARK celebrado en Cuenca, el 13 de septiembre de 2024, se anunciaron los ganadores del **Premio a mejor revisor de cada número del Spanish Journal of Marketing-Esic 2024**. El premio incluyó un **reconocimiento público**, un **diploma acreditativo** y un premio en metálico de **500 €** dotado por AEMARK.

La concesión del premio tiene en cuenta la opinión de los autores, el comité de la revista y la opinión de un **experto** de reconocido prestigio, que en esta edición fue el **Prof. Scott McCabe** (Birmingham Business School (UK); co-EIC *Annals of Tourism Research*).

En SJM-ESIC entendemos el proceso de revisión como una colaboración revisores-autores para publicar el mejor trabajo posible. Bajo este enfoque, entendemos que una buena revisión se caracteriza por:

- Ser completa, específica y constructiva.
- No se limita a destacar los problemas, sino que también se sugieren vías de mejora.
- Se evitan los juicios generalistas y se ofrecen comentarios concretos y específicos.
- No se queda en la crítica, sino que se sugiere a los autores otras formas de conseguir mejores resultados.

Los revisores premiados fueron:

Issue 1: **Jeandri Robertson** (University of Cape Town, South Africa)

Issue 2: **Mohammad M. Rahman** (Shippensburg University of Pennsylvania, USA)

Issue 3: **Felix Septianto** (The University of Queensland, Australia)

Issue 4: **Francisco Muñoz Leiva** (Universidad de Granada)

Desde SJM-ESIC queremos felicitar a los revisores premiados en esta edición y a todos los revisores que han ayudado a elevar los estándares de calidad de la revista. De igual forma, queremos agradecer el apoyo prestado por AEMARK al crear este premio.

BREAKING NEWS





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Red Universitaria
de la Felicidad



8TH INTERNATIONAL ACADEMIC AND PROFESSIONAL CONGRESS ON HAPPINESS (21-22 november 2024, Málaga)

On behalf of the International University Network of Happiness, we are delighted to invite you to the **8th International Academic and Professional Congress on Happiness**, hosted by the University of Málaga this **21-22 November 2024**. This annual event brings together researchers, professionals, and academics in a friendly, collaborative environment to discuss the latest advances in the fields of **economics of happiness, corporate wellbeing, happiness management, consumer emotions, and organizational communication**.

The congress will feature both **in-person and virtual** participation options, fostering international cooperation and encouraging collaborative projects. A wide range of topics related to **happiness, emotions, and wellbeing will be** explored. Discussions will include themes such as happiness management in startups, leadership communication, neuroentrepreneurship, consumer happiness, the economics of happiness, welfare indicators, and the role of marketing in promoting happiness. The event aims to foster a multidisciplinary exchange, welcoming contributions from various fields related to these themes.

We are pleased to offer several **publishing opportunities**, including books by **Tirant Lo Blanch** and **Special Issue articles in BMC Psychology (JCR Q1)**, as well as multiple **awards** for outstanding papers, doctoral theses, and final projects.

Important Dates:

- **Abstract submission deadline:** September 30, 2024
- **Notification of acceptance:** October 7, 2024
- **Reduced fee registration period:** October 7 – October 31, 2024
- **Regular registration period:** November 11 – November 15, 2024

For further details [here](#).

We encourage you to submit your **abstracts** and to register early to take advantage of the reduced fees.

Submit your abstract here: [Submission Form](#)

We look forward to your participation in this enriching and impactful event.

Dr. Pedro Cuesta-Valiño

Co-Chair Organizing Committee 8th International Academic and Professional Congress on Happiness



3^{ER} CONGRESO INTERNACIONAL DE METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES (9-11 DE ABRIL DE 2025)

El 3er Congreso Internacional de Metodología de Investigación en Ciencias Sociales organizado por Qualitativa, se 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 9, 10 y 11 de abril de 2025.

Los interesados en participar deberán enviar un **abstract de entre 200 y 300 palabras**, a través del formulario generado a tal fin en el [sitio web de Qualitativa](#).

Líneas temáticas para el envío de trabajos:

01- Análisis de métodos y técnicas	09- Uso de softwares para el análisis de d
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 a 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	16- Inteligencia artificial aplicada a la investigación
-------------------------------	---

Fechas importantes:

- **Recepción de resúmenes de trabajos:** hasta el 18 de noviembre.
- **Comunicación de aceptaciones** de trabajos: 12 de diciembre.
- **Inscripción** al congreso: 16 de diciembre al 17 de marzo.

Socios AEMARK

Hasta 2 socios de AEMARK con trabajos aceptados para su presentación en el congreso, podrán inscribirse de forma gratuita por riguroso orden cronológico de inscripción.

Más información: <https://www.qualitativa.es/congreso-2025/>

Para consultas escribir a congresoqualitativa@gmail.com

Dirección General del Congreso: Dr. Aldo Merlino

Coordinación: Diego Passamonte



12TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON GLOBAL RETAIL BRAND MANAGEMENT (June 9-11, 2025. Dallas, Texas, USA)

This conference aims to inspire, encourage, and exchange research on retail brand management – brand management that explicitly incorporates the retailer in marketing goods and services. Our main focus is on three broad research topics:

- **Category Management:** *How do retailers determine which brands to carry in the category, and how to manage those brands?*
- **NB-PL Marketing:** *How do national brand (NB) manufacturers compete with retailer's private labels (PLs), and how do retailers market NBs and PLs?*

- **Online Retailing:** *How do brand marketers and retailers manage their brands in the online retail space?*

In addition to these three focal areas, we encourage analytical, behavioral, conceptual, and empirical research on all topics pertaining to retail brand management. We particularly welcome futuristic and forward-looking research in the global arena.

All submissions for the conference must be in Word or PDF (1000 - 3000 words in length) and must be submitted through the Springer submission platform [EquinOCS Springer](#) on or before Tuesday, January 28, 2025. The submission should indicate how it contributes to brand or category management at the retail level and provide as many details about the research as possible in 3000 words or less.

In addition to the Springer Conference Proceedings, we hope to publish selected submissions from the conference as a special issue (or section) on global retailing in the [Journal of Global Marketing](#). More details will be provided shortly after the conference.

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

Key Dates.

- Conference **Paper** to be **submitted** by: **January 28, 2025**
- Notification of **Paper acceptance** by: **February 28, 2025**
- Presenters **registration** by: **March 11, 2025**
- **Program** finalization by: **April 18, 2025**

Registration Fees.

- Early-Bird Registration by March 11, 2025 – for nonstudents: US\$200
- Late Registration - after March 11, 2025 – for nonstudents: US\$300
- Early-Bird Registration by March 11, 2025 – for students: US\$100
- Late Registration - after March 11, 2025 – for students: US\$200

Conference Organizers.

The conference is **organized by** [Professor Raj Sethuraman](#) at SMU and Professors **Juan Carlos Gázquez-Abad & José Luis Ruiz-Real** at the University of Almeria, Spain.

All questions about the conference may be addressed to Raj Sethuraman at rsethura@cox.smu.edu.



III Convocatoria Premios a Trabajos de Fin de Grado y Trabajos de Fin de Máster en Economía Digital CIEDI

El [CIEDI](#), como centro de investigación propio de la Universidad Autónoma de Madrid constituye un núcleo de reflexión, debate, transferencia, formación e investigación en el campo de la Economía Digital.

Entre sus objetivos se plantea el reconocimiento del trabajo realizado en Economía Digital por los estudiantes de las universidades españolas. Por ello, se convoca la [III edición, año 2024, de los premios a los trabajos académicos de fin de grado \(TFG\) y de fin de máster \(TFM\)](#).

Podrán concurrir al premio los Trabajos Finales de Grado (TFG) y Máster (TFM) de universidades españolas, desarrollados y defendidos durante el curso 2023/24.

Esperamos que estos premios sirvan de incentivo para que, tanto por parte de los profesores al plantear estos trabajos académicos como por parte de los estudiantes al realizarlos, tengan en cuenta la perspectiva de la transformación que se está llevando a cabo en la sociedad a raíz de las tecnologías digitales.

El plazo de presentación de solicitudes permanecerá abierto desde el día de la publicación de esta convocatoria (23 septiembre) hasta el día 14 de octubre de 2024 a las 14:00h.

Accede [aquí](#) a la convocatoria y procedimiento de solicitud.



42 EDICIÓN PREMIOS ASTER

Desde el año 1982, ESIC convoca anualmente los Premios Aster, unos galardones destinados a reconocer los méritos de personas y entidades alcanzados en el ejercicio de su actividad profesional y que fomentan la integración entre formación académica y labor empresarial.

Este año 2024, se celebra el 42º aniversario de estos galardones, renovando así nuestro compromiso de fomentar esta conexión crucial.

Cuentan entre los galardonados con destacados profesionales, empresas e instituciones de nuestro país a los que queremos darles las gracias por hacer de estos premios uno de los galardones más desatacados del entorno empresarial en España.

Te animamos a participar en esta 42º edición y entrar a formar parte de la historia de los Premios Aster.

Las diferentes categorías en las que se puede participar son:

Trayectoria empresarial	Comunicación	Marketing
-------------------------	--------------	-----------

Trayectoria profesional	Investigación	Innovación digital
Mejor proyecto emprendedor	Marketing y valores	

Fechas clave:

- **Plazo de inscripción de candidaturas:** hasta el 15 de noviembre de 2024.
- **Almuerzo votación Jurados Aster:** primera semana de diciembre 2024.
- **Gala de la 42ª edición de los Premios Aster:** 6 de marzo de 2025.

Más información [aquí](#).

Contacto: premiosaster@esic.edu



**EVENTO: LA TELEVISIÓN CONECTADA Y EVOLUCIÓN DE LA PUBLICIDAD
(3 octubre 2024, Barcelona)**

En la era digital, el consumo de contenidos ha evolucionado gracias a las plataformas de streaming y la televisión conectada, ofreciendo experiencias más personalizadas y accesibles.

El próximo día **3 de octubre**, **Business Insider España** y **The Trade Desk** organizarán juntos el **evento** sobre **Televisión conectada y evolución de la publicidad**, para explorar cómo la interacción entre marcas y audiencias ha sido transformada por estas tecnologías, la personalización de campañas publicitarias y la creación y distribución de contenidos.

Expertos de empresas multisectoriales, agencias de medios, grupos de televisión y plataformas debatirán sobre la evolución de la publicidad y la televisión, la adaptación al consumidor o estrategias de segmentación y medición, entre otras temáticas.

El evento se realizará presencialmente en Barcelona de 9:30 a 14:00 horas y se retransmitirá por streaming.

Para **inscripciones** y agenda del evento [aquí](#).

La inscripción para socios AEMARK es gratuita.

Si algún socio desea acudir presencialmente, además de la inscripción escribir a boletin@aemark.org.

**TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS /
DEFENDIDAS POR SOCIOS**

Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional



**MARÍA VICTORIA HERMENEGILDO CHÁVEZ, NUEVA DOCTORA DE LA
UNIVERSIDAD DE SEVILLA**

El pasado día 29 de julio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“Una comparación de la percepción de valor del consumidor online y offline”*, de la que es autora D^a. María Victoria Hermenegildo Chávez de la Universidad de Sevilla, y que ha sido dirigida por D. Francisco Javier Rondán Cataluña y D. David Martín Ruiz, Catedrático y Titular (respectivamente) de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Sevilla. El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Antonio Navarro García, Catedrático de la Universidad de Sevilla, como presidente; el Dr. Jorge Arenas Gaitán, Catedrático de la Universidad de Sevilla, como secretario; y como vocales la Dra. Mónica Cortiñas Ugalde, Catedrática de la Universidad Pública de Navarra, el Dr. Francisco Liébana Cabanillas, Catedrático de la Universidad de Granada y la Dra. María Ángeles Ramón Jerónimo, Titular de la Universidad Pablo de Olavide. La tesis tuvo la máxima calificación Sobresaliente Cum Laude.



JÚLIA MARTÍ OCHOA, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE LLEIDA

El pasado día 19 de septiembre tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“Airbnb’s User Voice: User-Generated Content representativeness, sentiment análisis, and social media impact”*, de la que es autora D^a. Júlia Martí Ochoa de la Universidad de Lleida, y que ha sido dirigida por D^a. Eva Martín Fuentes y D^a Berta Ferrer Rosell, profesoras Agregadas del departamento Economía y Empresa de la Universidad de Lleida. El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Jacques Bulchand Gidumal, Catedrático de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria, como presidente; la Dra. Estela Mariné Roig, Catedrática de la Universidad de Lleida, como secretaria; y como vocal el Dr. Juan Pedro Mellinas, Contratado Doctor de la Universidad de Murcia. La tesis tuvo la máxima calificación Sobresaliente Cum Laude.

REDES SOCIALES

 Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

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**.